Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR
(Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)
Vol. 6, No 1, hal 88 – 100

e-ISSN : 2581 – 2262
p-ISSN : 2579 - 4744

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH

Oleh
BILQIS PUTRI AZIZAH [1]
IDA BAGUS NYOMAN UDAYANA [2]

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa [1]
Email: putriazizahb@gmail.com
No: 085789475715

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa [2]
Email: ibn.Udayana@gmail.com

ABSTRAK

Loyalitas nasabah merupakan tuntutan mutlak bagi perusahaan untuk menjamin kelangsungan hidup dalam usahanya tersebut, karena loyalitas nasabah merupakan puncak pencapaian pelaku bisnis.Dengan mendapatkan pelanggan yang loyal mampu membuat peluang yang besar bagi bank untuk memperluas jaringan pemasaran dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Layanan,Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah.

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan serta kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah. Teknik pengumpulan data menggunakan kusioner yang dibafikan secara online ,Sumber data dalam penelitian ini diperoleh melalui data primer. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah di PT. Bank Syariah sebanyak 155. Dengan karakteristik nasabah di PT. Bank Syariah dan berusia minimal 17 tahun,

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 0,050 atau 50,0% variabel Loyalitas Nasabah bisa dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam penelitian yaitu Kualitas layanan,kepercayaan, dan kepuasan secara bersama-sama. Sedangkan 50,0% sisanya dijelaskan oleh variabel yang lain diluar penelitian ini yang merupakan kontribusi dari variabel bebas selain kedua variabel dalam penelitian.

Kata kunci: ***Kepercayaan, Kepuasan dan Loyalitas Nasabah***

ABSTRACT

Customer loyalty is an absolute demand for companies to ensure survival in their business, because customer loyalty is the pinnacle of achievement for business actors. how the influence of Service Quality, Trust and Satisfaction on Customer Loyalty.

The purpose of this study was to determine and analyze satisfaction and trust in the loyalty of Islamic bank customers. The data collection technique used a questionnaire that was provided online. The source of the data in this study was obtained through primary data. The population used in this study were customers at PT. 155 Islamic Banks. With the characteristics of customers at PT. Sharia Bank and at least 17 years old,

The results of this study indicate that 0.050 or 50.0% Customer Loyalty variable can be explained by the three independent variables in the study, namely service quality, trust, and satisfaction together. While the remaining 50.0% is explained by other variables outside of this study which is the contribution of the independent variables other than the two variables in the study.

Keywords: Trust, Customer Satisfaction and Loyalty

I. PENDAHULUAN

Bank pada dasarnya adalah entitas yang melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau dengan kata lain melaksanakan fungsi intermediasi keuangan. Dalam sistem perbankan di Indonesia terdapat dua macam sistem operasional perbankan, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Tujuan utama bank adalah guna menciptakan dan mempertahankan nasabahnya. Dengan semakin meningkatnya persaingan dalam bisnis perbankan menuntut setiap bank untuk selalu berusaha memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah. Di samping itu, bank juga berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara-cara yang lebih memuaskan dari yang dilakukan perusahaan pesaing (Yuningsih, (dalam Mulyo Budi, 2007)). Sejalan dengan pertumbuhan yang signifikan tersebut maka pertumbuhan perbankan syariah saat ini merupakan suatu peluang bagi dunia bisnis perbankan. Meskipun terdapat peluang bisnis yang sangat besar, tetapi terdapat juga banyak tantangan yang harus dihadapi bank-bank syariah di masa depan (A.F.I.Manik, 2018: 602). Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun), kemaslahatan (maslahah), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram.

Bank syariah merupakan institusi kepercayaan yang melakukan kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta melakukan aktivitas layanan untuk memenuhi kebutuhan finansial setiap nasabah dan masyarakat (D. Suhartanto (dalam A.F.I. Manik, 2018 : 602)). Industri perbankan telah berkembang sangat pesat, karena setiap bank dituntut untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan terutama pada perbankan syariah (Fitria dkk (dalam M.A. Mukminin dan F.N.Latifah, 2020:55)). Sektor perbankan syariah di Indonesia terdiri dari 12 Bank Umum Syariah (BUS), 22 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 165 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Kehadiran bank syariah di Indonesia ditandai dengan munculnya bankMuamalat sebagai bank syariah pertama di Indonesia pada tahun 1992. Pada saat terjadi krisis ekonomi pertengahan tahun 1997, banyak bank konvensional mengalami *negative spread* tetapi berbeda halnya dengan bank syariah. Bank Syariah justru mampu melewati krisis ekonomi dengan baik. Hal ini memberikan kepercayaan bahwa banksyariah harus diakomodasi secara lebih baik. Pasca krisis ekonomi tahun 1997 lahirlah UU No. 10 tahun 1998 tentang perbankan yang berisi bahwa Indonesia menganut *dual banking system* dalam sistem

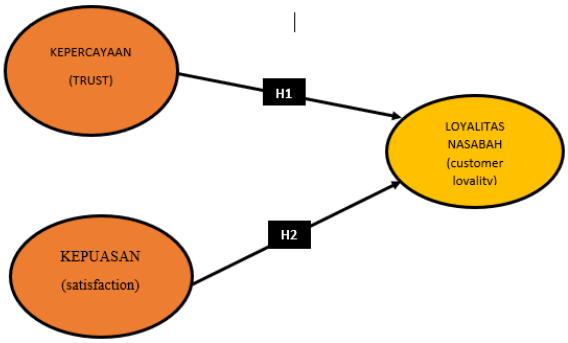
perbankan nasional dengan diakui kehadiran bank dengan prinsip syariah untuk beroperasi, baik sebagai bank umum syariah maupun unit usaha syariah dari bank konvensional. Pasca lahirnya UU No.10 tahun 1998 banyak bank konvensional yang membuka unit usaha syariah kemudian lahir bank bank umum syariah selain Bank Muamalat sebagai pionir bank syariah di Indonesia. (A.F.I.Malik, 2018:602).

Kelebihan bank yang berprinsip Syariah dibandingkan bank konvensional dimana mereka melarang melakukan transakasi yang mengandung unsur-unsur riba, maisir, gharar, dan jual beli haram (Y. Trisusanti,2017:3). Tantangan yang biasanya dihadapi oleh bank-bank syariah adalah tantangan dalam bidang permodalan, perluasan jaringan kantor, kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), inovasi produk yang mampu bersaing dan dapat diterima pasar. Persaingan dalam dunia perbankan tidak lagi berpatokan pada tantangan-tantangan tersebut tetapi juga lebih berpatokan pada pelayanannya (A.F.I.Malik,2018:602). Sejalan dengan semakin tingginya tingkat persaingan antar bank tersebut, maka setiap bank harus berusaha meningkatan kemampuan daya saingnya, keuntungan yang didapat oleh suatu bank yaitu dari produk-produk yang ada sangat peka dan sangat mudah diungguli oleh bank pesaing lainnya. Salah satu unsur daya saing yang betul-betul mengungulkan suatu bank sebagai suatu perusahaan dalam bidang jasa adalah mutu pelayanan melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia yang dapat ditunjukan melalui kinerja kariyawan, penggunaan teknologi yang canggih, perbaikan system, prosedur dan lainnya. Suatu organisasi yang ingin berkembang dengan pesat, maka organisasi tersebut harus mempunyai sumber daya manusia yang mampu menampilkan kinerja dengan baik .(Y. Trisusanti,2017:3). Penelitian ini dapat membantu pihak bank syariah untukmemperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah untuk dapat meningkatkan keuntungan yang dicapai bank syariah. Nasabah yang merasa puas atas produk, jasa, dan pelayanan yang telah diterima akan memiliki tingkat loyalitas yang tinggi kepada bank syariah. Loyalitas ini selanjutnya akan meningkatkan kinerja keuangan bank syariah. Hal tersebut terjadi karena nasabah yang loyal akan tetap berada disisi bank syariah dan mereka secara tidak langsung akan mempromosikan produk dan jasa bank syariah kepada orang-orang di sekitarnya, sehingga dana yang dihimpun akan semakin meningkat dan investasi yang dilakukan oleh bank syariah juga semakin meningkat melalui tingkat return yang diperoleh bank Syariah (A.F.I.Malik, 2018:602). Berkenaan dengan hal tersebut di atas, permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimanakah pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas nasabah?

Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memilki keyakinan padanya. Kepercayaan merupakan perantara kunci dalam membangun hubungan jangka panjang bagi pelanggan yang memiliki orientasi hubungan tinggi terhadap organisasi (Morgan,1994 dalam Mulyo Budi 2007). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fitri Ningtyas dan Basuki

Rachmad (2011) bahwa pada saat variabel kepercayaan meningkat, maka variabel loyalitas nasabah ikut meningkat pula atau ada pengaruh. Hasil ini mendukung penelitian Nelson Oly Ndubisi (2007) yang mengatakan bahwa kepercayaan nasabah terhadap suatu bank berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabahnya, artinya apabila kepercayaan terhadap suatu bank meningkat maka loyalitasnya pada bank tersebut akan meningkat pula. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank.

Kepuasan nasabah merupakan deskripsi dari sejauh mana anggapan kinerja produk dapat memenuhi harapan nasabah. Bila kinerja produk diatas harapan nasabah, maka akan merasa puas atau amat gembira (Kotler,2001:12). Seorang nasabah yang merasa puas atas pelayanan yang diterima dari bank syariah mengakibatkan nasabah tersebut akan loyal dan tetap menjadi nasabah bank tersebut dan tidak menutup kemungkinan bahwa ia akan merekomendasikan calon nasabah untuk menjadi bagian dari bank syariah. Kepuasan pelanggan memiliki efek yang kuat pada citra bank dan pada loyalitas pelanggan. O'Shaughnessy (1992) menyatakan bahwa loyalitas adalah kepercayaan, kesediaan untuk bertindak tanpa segera menghitung biaya-biaya dan keuntungan-keuntungan Berdasarkan penelitian yang di lakukan oleh Roesdian Bayu Ardiyanto (2013) bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kepuasan nasabah yang dirasakan, maka semakin tinggi loyalitas nasabah. Untuk mendapatkan loyalitas dari nasabah, perusahaan harus memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Faktor pertama yang dapat mempengaruhi loyalitas 10 nasabah adalah kepuasan. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, maka kepuasan haruslah diutamakan. Jadi untuk memenuhi kepuasan konsumen seperti yang diharapkan nasabah, pihak Bank harus memberikan pelayanan yang prima dan unggul serta pelayanan yang memungkinkan.



Gambar 1. Kerangka Pikir

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kausal yang mejelaskan hubungan antara variabel kepercayaan nasabah (X1); Kepuasan nasabah (X2) terhadap variabel (Y) loyalitas nasabah.

Populasi dalam penelitian adalah nasabah Bank Syariah. Penentu jumlah minimal sampel di hitung dari Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah berdasarkan rumus : n = (5 × jumlah indikator yang digunakan) Sugiono (2007). Yaitu sebagai berikut : n = (5 x 13 indikator) adalah 65 responden..Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang menggunakan layanan Bank Syariah.Sampel adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. (Sekaran & Bougie, 2013: 241). Teknik penentuan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini bersifat tidak acak (non-random sampling) yaitu dengan menggunakan teknik Purposive Sampling. Teknik Purposive Sampling merupakan salah satu teknik pengambilan sampel dengan memilih sampel berdasarkan penelitian terhadap beberapa karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan maksud penelitian (Kuncoro, 2009: 139). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti sesuai dengan faktor atau variabel yang dibutuhkan dalam penelitian tersebut. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan membagikan kuesioner secara online kepada responden yang penah menjadi penguna layanan Bank Syariah. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuesioner. Peneliti menggunakan 155 responden sebagai sampel. Suatu metode pengumpulan data dengan cara membuat daftar pertanyaan atau angket siapkan terlebih dahulu kemudian diajukan kepada responden terpilih guna mendapatkan keterangan daninformasi dari responden yang bersangkutan.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan dua variable independent yaitu kepercayaan nasabah (X1) dan kepuasan nasabah (X2) dan satu variable dependen loyalitas nasabah (Y1).

Definisi Operasional Variabel

Kepercayaan Nasabah (X1)

Kepercayaan adalah variabel bebas menurut Moorman, Deshpande dan Zaltman (1993 : 82) adalah keinginan untuk menggantungkan diri terhadap mitra yang dipercayai.

Definisi Operasional / Indikatornya adalah sebagai berikut :

1. Saya percaya Bank syariah adalah bank yang baik
2. Saya percaya sistem pemberian bunga yang kompetitif dengan bank lain.
3. Saya percaya Bank syariah bertindak jujur
4. Saya percaya bank syariah mamberikan layanan yang baik
5. Saya yakin Bank syariah adalah bank yang handal

Kepuasan Nasabah (X2)

Kepuasan Nasabah merupakan layanan jasa yang mampu memberikan lebih dari pada yang diharapkan oleh nasabah, kepuasan dapat diukur dengan indikator sebagai berikut :

1. Saya merasa puas terhadap layanan oleh karyawan bank Syariah.
2. Saya merasa puas karyawan terampil dan berpengalaman
3. Saya puas terhadap kinerja sistem dan jaringan bank Syariah.
4. Saya puas terhadap pembebanan biaya administrasi tabungan

Loyalitas Pelanggan (Y1)

Loyalitas pelanggan dalam penelitian ini adalah sebagai sejauh mana seorang pengguna menunjukan sikap positif terhadap suatu Bank, mempunyai komitmen pada Bank tertentu, dan berniat terus menggunakannya di masa depan yang diukur dengan indikator sebagai berikut:

1. Saya akan terus menjadi nasabah dan menggunakan layanan perbankan.
2. Saya tidak berkeberatan memberi saran orang lain untuk menjadi nasabah bank Syariah
3. Saya akan tetap menjadi nasabah walaupun ada penawaran dan berbagai alasan dengan bank lain
4. Saya tetap memprioritaskan jasa dan layanan di bank Syariah

Uji Validitas

Menurut Azwar (1986) (dalam Matondang, 2009) validitas berasal dari kata validity yang mempunyai arti sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan ada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Selain itu suatu skala dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila skala tersebut mampu memberikan hasil ukur yang relevan sesuai dengan tujuan pengukuran yang telah ditentukan. Penghitungan apakah kuesioner tersebut valid atau tidak didapat dari perbandingan r hitung dengan r tabel dengan menggunakan aplikasi SPSS. Dasar pengambilan keputusan pengujian sebai berikut:

- Jika r hitung > r tabel (0,1326) maka dikatakan valid
- Jika r hitung < r tabel (0,1326) maka dikatakan tidak valid.

Hasil pengujian validitas dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Data	Person Corelation	Sig (2-tailed)	Validitas
X1	X1.1	884	000	Valid
	X1.2	872	000	Valid
	X1.3	899	000	Valid
	X1.4	837	000	Valid
X2	X2.1	833	000	Valid
	X2.2	718	000	Valid
	X2.3	864	000	Valid
	X2.4	862	000	Valid
	X2.5	849	000	Valid
Y1	Y1.1	910	000	Valid
	Y1.2	915	000	Valid
	Y1.3	826	000	Valid
	Y1.4	744	000	Valid

Sumber: data primer, dioleh SPSS 25,0

Berdasarkan Tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel trainer memiliki status valid, karena nilai rhitung (Corrected Item-Total Correlation) > rtabel sebesar 0,1326.

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. selanjutnya dihitung reliabilitasnya menggunakan rumus "Alpha Cronbach'. Penghitungan dilakukan dengan dibantu komputer program SPSS. Adapun reliabilitas untuk masing-masing variabel hasilnya disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 2. Uji Realibilitas

Variabel	Alpha	rtabel 5%(155)	Ket
X1	834	0,1326	Reliabel
X2	812	0,1326	Reliabel
Y1	829	0,1326	Reliabel

Sumber: Data primer, diolah SPSS 25,0

Berdasarkan Tabel diatas uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Jadi hasil koefisien reliabilitas instrumen Loyalitas Nasabah adalah sebesar r_{ll} = 829,instrument Kepercayaan Nasabah adalah sebesar r_{ll} = 812, Kepuasan Nasabah adalah sebesar r_{ll} = 834, ternyata memiliki nilai "*Alpha Cronbach*" lebih besar dari 0,1326, yang berarti ketiga instrumen dinyatakan reliable atau memenuhi persyaratan.

Hasil Penelitian

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam pengolahan data dengan menggunakan regresi linier, dilakukan beberapa tahapan untuk mencari hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Pada Tabel berikut disajikan hasil uji analisis regresi linier berganda.

Tabel 3. Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.867	.973		3.974	.000
	KEPUASAN NASABAH X2	.091	.113	.092	.809	.420
	KEPERCAYAAN NASABAH X1	.550	.099	.631	5.563	.000
a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH Y1						

Sumber: Data primer,diolah SPSS 25,

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPS 25,0 maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y= 0,973 + 0,099X1 + 0,113X2 + e$$

Regresi di atas menunjukan hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen secara parsial,dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa

1. Nilai constanta adalah 0,973 artinya tidak terjadi perubahan variabel kepercayaan Nasabah dan kepeuasan Nasabah (nilai X1 dan X2 adalah 0) maka loyalitas masyarakat pada bank Syariah sebesar 973 satuan.
2. Nilai koefisien regresi Loyalitas nasabah adalah 0,099 artinya jika variabel kepercayaan Nasabah (X1) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel Kepuasan Nasabah (X2) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka loyalitas nasabah meningkat sebesar 0,099%. Hal tersebut menunjukan bahwa variabel Loyalitas Nasabah yang di sediakan berkontribusi positif bagi loyalitas Nasabah. Sehingga makin komplek kepercayaanNasabah yang di sediakan Bank Syariah maka makin melambung pula loyalitas nasabah yang dirasakan.
3. Nilai koefisien regresi Kepuasan Nasabah adalah 0,113 artinya jika variabel Kepercayaan Nasabah meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel Kepercayaan Nasabah (X1) Loyalitas Nasabah (Y1) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka Kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,113%. Hal tersebut menunjukan bahwa variabel Kepuasan Nasabah yang di sediakan berkontribusi positif bagi loyalitas Nasabah. Sehingga makin komplek Kepuasan

Nasabah yang di sediakan Bank Syariah maka makin melambung pula loyalitas nasabah yang dirasakan.

Hasil Uji t (parsial)

Menurut pardede dan manurung (2014:29). Nilai t_{hitung} di gunkan untuk menguji pengaruh secara parsial.kepercayaan nasabah (X1) dan kepuasan nasabah (X2) terhadap variable terikatnya. Apakah variable tersebut memiliki pengaruh yang berarti terhadap variable loyalitas nasabah (Y1) atau tidak dengan tingkat kesalahan 5%. Uji ini dilakukan dengan melihat kolom signifikan pada masing masing variable independent (bebas) dengan tarif signifikan < 0,05. Uji t dilakukan pada table berikut

Table 4. Hasil uji t

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,867	0,973		3,974	0,000
	KEPUASAN NASABAH X2	0,091	0,113	0,092	0,809	0,420
	KEPERCAYAAN NASABAH X1	0,550	0,099	0,631	5,563	0,000
a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH Y1						
Sumber data primer diolah SPSS 25,0						

Bedasarkan table diatas dengan mengamati baris kolom t dan sig.bisa di jelaskan sebagai berikut:

1. **Pengaruh Variabel Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah**

   Variabel kepercayaan nasabah (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan tehadap loyalitas nasabah. Hal ini dapat dilihat dari signifikan kepercayaan nasabah (x1) 0,000 < 0,05 Dan nilai t_{tabel} = t (α/2;n-k-1)= t (0,05/2;155-2-1)= (0,025;152)= 1.97569 , berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (5,563>1,97569). Maka H_o ditolak dan H_1 diterima,sehingga hipotesis yang berbunyi kepercayaan terhadap loyalitas nasabah diterima.

2. **Pengaruh Variabel Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah**

   Variabel Kepuasan Nasabah (X2) berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini dapat dilihat dari signifikan kepuasan Nasabah (X2) 0,420>0,05.

Hasil uji f (simultan)

Menurut pardede dan manurung (2014;28), uji f dapat di gunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel teriakatnya (Y). jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikatnya (Y). uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikasi nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka model yang di rumuskan sudah tepat. $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat di artikan bahwa model regresi sudah tepat artinya pengaruh secara Bersama, dengan nilai F_{tabel} = f(k;n-k), F=(2;155-2), F_{tabel} = (2;153) = 3,06 dengan tingkat kesalahan 5% uji f yang dilakukan dapat dilihat dari table berikut :

Table 5. Hasil uji f

ANOVA[a]						
Model		**Sum of Squares**	**df**	**Mean Square**	**F**	**Sig.**
1	Regression	733.031	2	366.516	78.035	.000[b]
	Residual	713.911	152	4.697		
	Total	1446.942	154			
a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH Y1						
b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN NASABAH X1, KEPUASAN NASABAH X2						

Sumber data primer SPSS 25,0

Berdasarkan hasil pengujian pada table diatas dapat dilihat pada nilai F_{hitung} sebesar 78,035 dengan nilai F_{tabel} 3,06 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau 78,035>3,06 dengan tingkat signifikan 0,000<0,05 maka H_o diterima dan H_3 di terima , dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan nasabah (X1) dan kepuasan nasabah (X2) secara Bersama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah.

Hasil uji koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisen determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang rendah berarti kemampuan variabel – variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel *dependent* amat terbatas. Nilai yang mendekat satu berarti variabel – variabel independent memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untu memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.712[a]	.507	.500	2.167
a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN NASABAH X1, KEPUASAN NASABAH X2				

Sumber data primer diolah SPSS 25,0

Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisen terdapat pada nilai *adjusted R square* sebesar 0,500, hal ini berarti kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terkait adalah

sebesar 50,0% sisanya 50,0% dijelaskam oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini seperti lokasi,cara nelakukan pengurusan,kondisi geografis dan lain-lain.

III. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan di atas, maka secara keseluruhan pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

Kepercayaan merupakan tingkat kepastian konsumen ketika pemikirannya diperjelas dengan mengingat yang berulang-ulang dari pelaku pasar dan teman-temanya. Kepercayaan bisa mendorong maksud untuk membeli atau menggunakan produk dengan cara menghilangkan keraguan. Hasil penelitian menujukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, artinya bahwa apabila kepercayaan tersebut lebih ditingkatkan, maka akan berpengaruh terhadap peningkatan Loyalitas Nasabah.. Hal ini dapat dilihat dari signifikan kepercayaan nasabah (x1) 0,000 < 0,05 dan nilai t_{tabel} = t (α/2;n-k-1)= t (0,05/2;155-2-1)= (0,025;152)= 1.97569 , berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (5,563>1,97569). Hal ini berarti hubungan antara kepercayaan terhadap loyalitas nasabah berpengaruh positif. Sedangkan Kepuasan pelanggan yaitu tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima sesuai yang diharapkan".Hasil penelitian menujukkan bahwa Kepuasan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini dapat dilihat dari signifikan kepuasan Nasabah (X2) 0,420>0,05. Hasil pengujian tersebut membuktikan teori dari Muhammad Bahrudin dan Siti Zuhro bahwa kepuasan pelanggan, kepercayaan dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

IV. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa untuk membangun loyalitas nasabah tinggi diperlukan kepuasan pelanggan dan kepercayaan yang tinggi dari pelanggan. dapat ditarik simpulan bahwa Variabel Kepercayaan Nasabah adalah variabel yang paling dominan mempengaruhi loyalitas nasabah, Secara parsial atau sendiri-sendiri, kepercayaan Nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas nasabah, sedangkan kepuasan Nasabah tidak berpengarih signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Secara simultan atau keseluruhan Variabel Kualitas layanan,kepercayaan, kepuasan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas nasabah.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan simpulan diatas, maka diajukan beberapa saran sebagai

berikut :

Dengan melihat hasil analisis regresi berganda dimana variabel yang dominan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah adalah variabel kepercayaan Nasabah maka dapat dipertimbangkan oleh Bank Syariah untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan di Bank Syariah. Sehingga nasabah dapat merasa puas akan kinerja Bank Syariah. Serta Mengingat variabel kepuasan memiliki pengaruh yang lemah terhadap Loyalitas Nasabah maka sebaiknya pihak Bank Syariah memperhatikan dan meningkatkan relationship kepada konsumen dalam membangun kepercayaan dan kepuasan Bank Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Altje Tumbel. 2016. "*Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank BTPN Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan".* Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum. Vol. 3 No. 1. Hlm. 64-79.

Ayu Fusva Indah Manik. *Pengaruh Kepuasan Nasabah, Loyalitas, Terhadap Kinerja Keuangan Bank Syariah di Indonesia*. 9th Industrial Research Workshop and National Seminar.

Azka Al Afifah. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah*. Skripsi, tidak diterbitkan. Palembang: UIN Raden Fatah.

Azwar Saifudin. 1986. *Validitas dan Reliabilitas*. Jakarta: Rineka Cipta.

Bougie & Sekaran. 2013. *Edisi 5, Research Methods for Business: A skill Building Approach*. New York: John wiley@Sons.

Fitri Ningtyas dan Basuki Rachmad. 2011. "*Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi Penanganan Masalah dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Bank Muamalat di Surabaya"*. Jurnal Bussines And Banking. Vol 1. No. 1. Hlm. 51 – 60.

Kotler & Amstrong. 2001. *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid I Dan II Edisi Kesembilan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kuncoro & Mudrajad. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 3*. Jakarta : Penerbit Erlangga.

M.A Mukminin dan F.N Latifah. 2020. "*Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Di Sidoarjo"*. Islamic Banking and Finance Journal .Vol. 4. No. 1. Hlm. 54-72.

M.Bahrudin & Siti Zuhro. 2015. "*Pengaruh Kepercayan dan Kepuasan Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah"*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam. Vol. 3. No. 1. Hlm. 3-17.

Mulyo Budi Setiawan & Ukudi. 2007. *"Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah".* Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE). Vol. 14. No.2. Hlm. 215-227.

Ndubisi Nelson. 2007. "*Relationship Marketing and Customer Loyalty"*. Journal of Marketing. Vol.25. No.1. Hlm. 98-106.

O' Shaughnessy. 1992. "*Enclaves and Excursions*". International Journal of Psycho Analys. Hlm. 603-611

Roesdian Bayu Ardiyanto. 2013. *Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah yang Dimrdiasi oleh Kepercayaan Nasabah pada Bank BRI Syariah Surakarta*.

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Y.Trisusanti. 2017. "*Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Layanan Nasabah*". Vol. 4. No. 2. Hlm. 1-16.

Yelli Trisusanti. 2017. "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah*". JOM FISIP. Vol. 4. No. 2.

Zulkifli Matondang. 2009. "*Validitas dan Reliabilitas suatu Instrumen Penelitian*". Jurnal Tabularasa PPS UNIMED. Vol.6. Hlm. 87-97.