Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan dengan Loyalitas Nasabah Indonesia: Pendekatan Kuantitatif pada Nasabah Bank Syariah Indonesia

Fitriani ^{*1}, Mohammad Dani Choirul Ullum ²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Port Numbay Jayapura

Abstrak

PT. Bank Syariah Indonesia memiliki 3 kantor di daerah papua khususnya Jayapura. Salah satunya adalah PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Abepura yang berkembang pesat didukung oleh nasabah yang berasal dari berbagai macam kalangan masyarakat sekitar. Kualitas layanan perbankan syariah berbeda dengan pelayanan yang diberikan oleh perbankan konvensional. Kualitas layanan yang diberikan mengikuti ketentuan-ketentuan syariah islam khususnya menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan hukum dan prinsip Islam, tidak ada bunga yang diambil atau diberikan pada produk pembiayaan ataupun tabungan, tetapi menggunakan ketentuan bagi hasil. Penelitian ini dilakukan pada nasabah Bank Syariah Indonesia kantor cabang pembantu abepura dengan responden sejumlah 88 orang. Analisis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas sedangkan secara signifikan variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. secara simultan kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Abepura.

Kata Kunci: *kualitas pelayanan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah*

Abstract

PT Bank Syariah Indonesia has three offices in the Papua region, specifically in Jayapura. One of them is PT Bank Syariah Indonesia Abepura Sub-Branch Office, which has grown rapidly, supported by customers from various community backgrounds. The quality of services provided by Islamic banking differs from those offered by conventional banks. The services follow Islamic Sharia provisions, particularly regarding the manner of conducting business transactions according to Islam. The services provided are in accordance with Islamic law and principles, with no interest taken or given on financing or savings products, but rather using a profit-sharing scheme. This research was conducted on customers of Bank Syariah Indonesia Abepura Sub-Branch Office, with a total of 88 respondents. The analysis was carried out using multiple regression analysis. The analysis results show that the service quality variable does not affect loyalty, while the trust variable significantly and positively affects customer loyalty. Simultaneously, service quality and trust have a positive and significant effect on customer loyalty at Bank Syariah Indonesia Abepura Sub-Branch Office.

Keywords: *service quality, trust, and customer loyalty*

Copyright (c) 2024 **Fitriani**

✉ Corresponding author :

Email Address : fitriazaf3333@gmail.com

PENDAHULUAN

Dalam dunia perbankan di perlukan pelayanan baik untuk memberikan rasa nyaman terhadap nasabah, Jika merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan maka mereka akan loyal dan terus menggunakan jasa yang diberikan. Loyalitas adalah kesetiaan nasabah terhadap bank tertentu karena sukses memenuhi harapan nasabah, baik dari segi pelayanan maupun yang lainnya. Loyalitas nasabah dapat dibangun dengan rasa kepercayaan yang telah dibentuk sebelumnya oleh nasabah Apabila loyal terhadap bank, maka nasabah pun tidak akan pindah kepada bank lain guna menginvestasikan dananya, sehingga menguntungkan kedua belah pihak (Kurniati dan Saputra, 2020). Loyalitas nasabah lebih menerangkan kepada perilaku pembelinya, komitmen yang menyertai pembelian berulang tersebut adalah keadaan dimana nasabah tidak mau berpindah dan dengan sukarela merekomendasikan jasa tersebut kepada rekan, keluarga atau nasabah yang lain. Loyalitas nasabah merupakan asset dan memiliki peran penting dalam perbankan. Menurut penelitian terdahulu Rizkiawan, Amalia, Utomo, Sari dan Putranti (2022) untuk meningkatkan loyalitas nasabah di perlukan kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah pada bank tersebut.

Kualitas Pelayanan merupakan tindakan yang dilakukan oleh pihak perbankan berupa hal yang tidak berwujud tetapi bisa dirasakan oleh nasabah. Menurut Vincent Gaspersz dalam Ardane (2017) beberapa hal yang membentuk kualitas pelayanan pada industri jasa yaitu Ketepatan waktu kualitas pelayanan yang berkaitan dengan waktu tunggu dan waktu proses, Kesopanan dan keramahantamahan dalam memberikan kualitas pelayanan terutama bagi mereka yang berinteraksi langsung dengan nasabah seperti petugas keamanan, teller, customer service dan lain-lain, jadi kualitas pelayanan dari industri jasa sangat ditentukan oleh orang-orang yang berada pada garis depan dalam melayani langsung nasabah, selain itu dibutuhkan tanggung jawab yang berkaitan dengan penerimaan pesan dan penanganan keluhan dari nasabah, selanjutnya kelengkapan dalam menunjang pelayanan seperti ketersediaan sarana pendukung, Kemudahan mendapatkan kualitas pelayanan yang berkaitan dengan banyaknya outlet dan banyak petugas yang melayani, Kenyamanan dalam memperoleh kualitas pelayanan adalah berkaitan dengan lokasi, parkir kendaraan, petunjuk-petunjuk ruang tempat, sedangkan yang terakhir adalah Atribut Pendukung Kualitas Pelayanan Lainnya berkaitan dengan lingkungan, kebersihan, ruangan tunggu, AC dan lain-lain

Kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada reliabilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam relationship dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya. Dan rasa percaya berhubungan dengan niat seseorang mengandalkan bahwa partnernya akan menerima kelemahan-kelemahan yang kontekstual. Adanya keyakinan satu pihak pada tindakan pihak lain akan meningkatkan loyalitas satu pihak dengan pihak lain, Sehingga dapat disimpulkan jika untuk meningkatkan loyalitas nasabah maka harus meningkatkan kualitas pelayanan dan mampu membuat nasabah percaya pada jasa yang ditawarkan. (Mayer dalam Ma'rifah, 2020)

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Selanjutnya, pada 1 Februari 2021, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI. Komposisi

pemegang saham BSI adalah: PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing di bawah 5%. Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah tersebut, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, BSI didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. (Bank Syariah Indonesia, 2021)

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Abepura merupakan salah satu kantor Bank Syariah Indonesia dari 3 cabang kantor yang ada di Jayapura. Bank Syariah Indonesia merupakan bank yang memiliki jumlah nasabah yang cukup besar.

Berdasarkan hasil observasi kelengkapan dalam mendukung kualitas pelayanan untuk sarana pendukung seperti belum tersedia ATM setor tunai yang merupakan hal yang diminati oleh nasabah karena memudahkan transaksi, selain itu ATM tersedia belum banyak hanya ada 1 (satu) unit ATM di Sentani, 2 (satu) unit di Abepura, 1 (satu) unit Entrop dan 1 (satu) unit di Paldam, sedangkan dari segi kepercayaan yang menjadi keluhan seperti adanya berita peretas yang terjadi membuat sistem keamanan data menjadi permasalahan dan menjadi ketakutan tersendiri bagi nasabah.

Oleh karena itu dirut Bank Syariah Indonesia menginstruksikan kepada seluruh insan bank syariah Indonesia untuk mengedukasi kepada masyarakat bahwasannya berita atau informasi yang tersebar di media social tentang peretasan system Bank Syariah Indonesia adalah berita hoax atau berita tidak benar. Maka dari itu Bank Syariah Indonesia mengklaim bahwa system perbankan syariah sedang melakukan penigkatan system pada jaringan IT dan pihak perbankan terus meyakinkan nasabah dengan upaya bahwa tidak ada data atau saldo nasabah yang tersebar atau hilang seperti informasi yang tersebar di media sosial.

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan salah satu jenis penelitian kuantitatif dengan Pendekatan field research yaitu melakukan survey secara langsung ke objek penelitian untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dengan cara menyebarkan berbagai pertanyaan yang berbentuk kuesioner kepada responden (nasabah Bank Syariah Indonesia) sebagai instrumen penelitian. Sumber data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Untuk memperoleh data yang lengkap dalam melakukan analisis data dan mengolah data, maka digunakan beberapa metode pengumpulan data, yakni observasi, wawancara, dokumentasi, dan angket/kuisisioner.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian akan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah yang ada pada PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Abepura dengan jumlah nasabah 693 orang pada periode tahun 2022. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel penelitian. Metode sampling menggunakan sampling aksidental, yaitu pengambilan sampling dengan cara memilih sampel yang paling mudah ditemukan atau dikunjungi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas Instrumen Penelitian (validitas dan reabilitas)

Uji validitas merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui tingkat cermat suatu item dalam mengukur sebuah objek. Hal tersebut menunjukkan adanya dukungan item dalam mengungkap Sesuatu yang ingin diungkap. Item tersebut umumnya berbentuk pertanyaan dan pernyataan yang diberikan kepada responden menggunakan kuesioner yang bertujuan untuk mengungkap suatu hal. Dalam penggunaan SPSS validitas item menggunakan analisis Korelasi Pearson atau disebut juga dengan Corrected Item Total Correlation. Dalam uji Korelasi Pearson pada program SPSS mengkorelasikan skor item data dengan skor total item, sisi). Jika nilai yang diperoleh positif dan jumlah r hitung $\geq r$ tabel, maka item yang di uji dinyatakan valid. Sebaliknya jika nilai r hitung $\leq r$ tabel maka itemnya dinyatakan tidak valid (Arifin & Aunillah, 2021).

Uji reabilitas merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur (kuesioner penelitian). Uji ini digunakan untuk mengetahui pengukuran yang tetap dan konsisten jika pengukuran tersebut dilakukan kembali. *Cornbach Alpha* merupakan metode yang dilakukan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan atau skala likert (1-5). Uji reliabilitas merupakan uji lanjutan setelah dilakukannya uji validitas. Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji item yang valid saja. Dalam uji reliabilitas, batasan yang digunakan adalah angka 0.6 hingga diatas 0.8. Jika hasil yang diperoleh kurang dari 0.6 maka item tersebut dinyatakan kurang baik/kurang reliabel. Jika nilai yang diperoleh 0.7 maka item tersebut dinyatakan masih bisa diterima, dan jika item yang diperoleh diatas 0.8 maka item tersebut dinyatakan sangat baik/sangat reliabel (Arifin & Aunillah, 2021).

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan syarat yang harus dipenuhi sebelum menguji suatu hipotesis. Pengujian asumsi klasik ini menggunakan metode regresi linier berganda untuk melakukan pengujiannya. Analisis regresi linier berganda merupakan hubungan yang linier antara dua atau lebih variable independen dengan satu variable dependen. Dimana analisis tersebut digunakan untuk memperedisi nilai variable berdasarkan variable independennya (Arifin & Aunillah, 2021).

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan Kolmogrov-Smirnov untuk menguji frekuensi sampel melalui distribusi normal data tunggal. Menggunakan Kolmogrov-Smirnov karena jumlah sampel >50 orang. Dalam pengujian, suatu data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih dari 0.05 (sig. >0.05).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat model korelasi yang tinggi antar variabel-variabel bebas (Independen) dalam regresi linier berganda dalam suatu model regresi. Jika terdapat korelasi yang tinggi antara variabel independen, maka hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen akan terganggu. Tujuan uji Multikolinearitas untuk menghindari kebiasaan menarik kesimpulan tentang pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Adapun untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas pada model regresi dapat dilakukan dengan melihat VIF (Variance Inflation Factors) dan nilai toleransi dengan rumus ($VIF=1/Toleran$) atau ($Toleran=1/VIF$). untuk pertimbangan sebagai berikut:

- 1) Jika $VIF > 10$ atau nilai toleransi $< 0,10$ maka terjadi Multikolinearitas.
- 2) Jika $VIF < 10$ atau nilai toleransi $> 0,10$ maka tidak terjadi Multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah perubahan residual dalam model regresi dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya tidak sama. Jika, residual atau perubahan lain yang teramati masih ada, disebut homoskedastisitas, dan selisihnya disebut heteroskedastisitas. Untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat nilai signifikansinya. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode Spearman. Standar pengujian adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka dikatakan terdapat heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka dikatakan tidak terdapat heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesa

a. Uji-t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau bebas X secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat Y. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan) dan (kepercayaan) terhadap variabel terikat (loyalitas) secara terpisah atau parsial.

Untuk mengetahui kebenaran hipotesis digunakan kriteria bila t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan derajat keyakinan yang digunakan sebesar $\alpha = 0,05$. Begitupun sebaliknya bila t hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan dan kepercayaan) terhadap variabel terikatnya (loyalitas).

Bila F hitung $> F$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya semua variabel bebas secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat. Bila F hitung $< F$ table maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya bahwa semua variabel bebas secara simultan merupakan variabel penjelas yang signifikan.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan hubungan yang linier antara dua atau lebih variable independen dengan satu variable dependen. Dimana analisis tersebut digunakan untuk memperedisi nilai variable berdasarkan variable independennya. Jika nilai signifikansi yang (< 0.05) maka H_0 ditolak dan dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat adanya pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah (Arifin dan Aunillah, 2021).

Rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Y = loyalitas

a = konstanta

b_1, b_2 = koefisien regresi

X_1 = kualitas pelayanan

X_2 = kepercayaan

Koefiensi Determinasi (Adjusted R^2)

Koefiensi determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Pada pengujian hipotesis, hipotesis pertama koefiensi determinasi dilihat dari besarnya nilai (Adjusted R^2) untuk mengetahui seberapa jauh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap satu variabel dependen, yaitu loyalitas nasabah. nilai (adjusted R^2) bernilai besar (mendeteksi 1) berarti variabel bebas dapat memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Sedangkan jika (Adjusted R^2) bernilai kecil berarti kemampuan varibel bebas dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Secara umum koefiensi determinasi untuk silang (*crosssection*) *relative* rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefiensi determinasi yang tinggi (Ghozali, 2011:97)

Kualitas Pelayanan merupakan tindakan yang dilakukan oleh pihak perbankan berupa hal yang tidak berwujud tetapi bisa dirasakan oleh nasabah. kualitas pelayanan dari industri jasa sangat ditentukan oleh orang-orang yang berada pada garis depan dalam melayani langsung nasabah, selain itu dibutuhkan tanggung jawab yang berkaitan dengan penerimaan pesan dan penanganan keluhan dari nasabah, selanjutnya kelengkapan dalam menunjang pelayanan seperti ketersediaan sarana pendukung, Kemudahan mendapatkan kualitas pelayanan yang berkaitan dengan banyaknya outlet dan banyak petugas yang melayani, Kenyamanan dalam memperoleh kualitas pelayanan adalah berkaitan dengan lokasi, parkir kendaraan, petunjuk-petunjuk ruang tempat, sedangkan yang terakhir adalah Atribut Pendukung Kualitas Pelayanan Lainnya berkaitan dengan lingkungan, kebersihan, ruangan tunggu, AC dan lain-lain.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank syariah Indonesia kantor cabang pembantu Abepura. hal ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas pelayanan secara teknis yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Abepura selalu ditingkatkan, akan tetapi belum mampu meningkatkan loyalitas nasabah. Didukung dengan hasil analisis regresi berganda yang memperoleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,568 < 1.66235$ dan nilai probabilitas sebesar $0,572 > 0,05$.

Loyalitas nasabah merupakan asset dan memiliki peran penting dalam perbankan. Menurut penelitian terdahulu (Rizkiawan, Amalia, Utomo, Sari Dan Putranti, 2022) untuk meningkatkan loyalitas nasabah diperlukan kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah pada bank tersebut.

Kepercayaan adalah keyakinan keyakinan satu pihak pada reliabelitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam relationship dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya.

Berdasarkan hasil penelitian ini, ditemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Kantor Cabang Pembantu Abepura. Hal ini dapat dilihat dari nilai thitung > ttabel yaitu $6,775 > 1.66235$ dan nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$.

Kepercayaan yang tinggi meningkatkan daya saing perusahaan karena nasabah akan melakukan pembelian ulang secara konsisten dan memberi rekomendasi kepada orang lain. Kepercayaan nasabah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah rasa percaya nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Abepura. Inti yang membuat nasabah percaya pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Abepura atau merek tertentu adalah keterandalan janji yang disampaikan kepada nasabah, janji tersebut mampu dilaksanakan dan semua karyawan PT. bank syariah Indonesia kantor cabang pembantu abepura komitmen memenuhi janji tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sari dan Marlien, 2019) dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Abepura. hal ini berarti semakin baik kualitas layanan yang diberikan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Abepura tidak dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Karena untuk mempertahankan dan memperluas nasabah, Bank harus meningkatkan kualitas layanan dengan memberikan pelayanan secara tepat, cepat, dan sesuai standar operasional. Bank juga harus merespon keinginan nasabah dan menanggapi keluhan-keluhan dari nasabah dan selalu memberikan solusi terhadap permasalahan nasabah Sehingga dengan begitu dapat meningkatkan loyalitas pelanggan pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Abepura. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya semakin nasabah percaya atas dana yang disimpannya aman, bebas dari riba, akad yang digunakan tidak melanggar aturan Islam semakin meningkatkan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Abepura.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Abepura. yang berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia belum tentu dapat meningkatkan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Abepura.
2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Abepura, Artinya semakin nasabah percaya atas dana yang disimpannya aman, bebas dari riba, akad yang digunakan

tidak melanggar aturan Islam semakin meningkatkan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Abepura.

3. Kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Abepura, hal ini dibuktikan melalui uji simultan yang menunjukkan bahwa nilai Fhitung lebih besar dari nilai Ftabel.

Berdasarkan simpulan tersebut, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, terutama untuk bank syariah, karena unsur kepercayaan sangat relevan terkait dengan prinsip syariah. Misalnya transparansi dalam akad syariah, keamanan dana, atau layanan yang sesuai dengan nilai-nilai agama. Lebih jauh, bisa disebutkan bagaimana bank bisa meningkatkan kepercayaan ini untuk lebih memperkuat loyalitas nasabah.
2. Bank dapat merancang strategi yang mempertimbangkan pengaruh kedua variabel secara bersamaan, seperti meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih relevan dengan kepercayaan syariah, misalnya pelayanan yang ramah, jujur, dan transparan, yang mencerminkan nilai-nilai Islam.
3. Menyusun program pelatihan bagi karyawan untuk meningkatkan kepercayaan nasabah, misalnya dengan memberikan penjelasan yang jelas dan menyeluruh mengenai akad syariah saat bertransaksi, sekaligus mempertahankan standar pelayanan yang profesional.

Referensi:

- Adam, I., & Sumartana, I. M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Syariah KC Denpasar. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 4(1), 55–61. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v4i1.30.
- Andriani, G. F., & Halmawati, H. (2019). Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(3), 1322–1336. <https://doi.org/10.24036/jea.v1i3.145>
- Andrianto, & Firmansyah, M. A. (2019). Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek). CV. Penerbit Qiara Media, 536.
- Arifin, M. B. U. B., & Aunillah, A. (2021). *Buku Ajar Statistik Pendidikan*. <https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/view/978-623-6292-33-4>
- Citra Sukmadilaga, & Nugroho, L. (2017). *Pengantar Akuntansi Perbankan Syariah" Prinsip, Praktik dan Kinerja* (1st ed.). Pusaka Media.
- Diantanti, N. P., Trimulato, Mahriani, E., Nugroho, L., Shaleh, M., Supatminingsih, T., Faujiah, A., Rachmawati, E., Jumiati, E., Isnandar, F. R., Bahri, S., Djuanda, G., Sudarmanto, E., & Saravistha, D. B. (2020). Pengantar Bisnis Islam Tinjauan Teori Dan Praktis. In *Widina Bhakti Persada* (1st ed.). Widina Bhakti Persada.
- Hermanto. (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan*. https://www.researchgate.net/publication/342656731_Faktor_Pelayanan_Kepuasan_dan_Loyalitas_Pelanggan
- Irawan, H., Dianita, I., & Salsabila Mulya, A. D. (2021). Peran Bank Syariah Indonesia Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 147–158. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v3i2.686>

- Maharani, A. dhiah. (2010). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah tabungan Bank Mega semarang. *Navigation*, 129.
- Misra, I., Ragil, M., & Fachreza, I. (2021). Manajemen Perbankan Syariah (Konsep Dan Praktik Perbankan Syariah Di Indonesia). In *Yogyakarta* (1st ed.). K-Media.
- OJK. (2020a). *Booklet Perbankan Indonesia 2020* (I. Fiscallutfi, F. Nalora, R. Haryad, R. Setiasih, T. Wahyuni, A. A. Nasution, Z. I. Ramadhani, F. H. C, A. J. S, R. Herdiana, W. Abdi, W. E. K. Sitepu, S. Prasandi, T. W. Kusumawanti, F. Irawan, R. Firmansyah, A. Pratama, A. Yeriesca, M. Tendri, ... R. Fathul (eds.); 07 ed.). Otoritas Jasa Keuangan Departemen Perizinan dan Informasi Perbankan Pengarah
- OJK. (2020b). *ROADMAP PENGEMBANGAN PERBANKAN SYARIAH INDONESIA*. Departemen Perizinan dan Informasi Perbankan Pengarah
- Rahma, T. I. F. (2019). Perbankan syariah I. *Buku Diktat*, 100–117.
- Reza Nurul Ichan, & Karim, A. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Jasa Raharja Medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 54–57. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.729>
- Rifa'i, K. (2015). *Membangun Loyalitas Pelanggan*.
- Rizkiawan, I. K., Amalina, N., Utomo, F. H., Puspita, S., & Putranti, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Veteran Surakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail Universitas Muhammadiyah Sukabumi*, 3(1), 25–32.
- Sandika, D. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Gojek Di Yogyakarta*. 7, 1–25.
- Sari, D. C., & Marlien, R. A. (2019). Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (Studi pada nasabah tabungan Bank BNI Syariah Cabang Semarang). *Proceeding SENDI_U*, 497–501. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendu/article/view/7341>
- Siburian, I. T. P., Djoko, H., & Widayanto. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mandiri Semarang*.
- Sujianto, A. E., & Subagyo, R. (2014). *Membangun Loyalitas Nasabah* (1st ed.). Lentera Kreasindo.
- Trisela, I. P., & Pristiana, U. (2021). *Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 - 2018*.
- Utami, M., Handayani, T., & Pusporini. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Loyalitas Nasabah. *Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMAE)*, 2, 170–178. <https://doi.org/10.32897/jemper.v2i2.377>