

Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kc Prabumulih

Ernawati

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Al Furqon Prabumulih
ernawati@steialfurqon.ac.id

Rika Rahmadina Putri

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Al Furqon Prabumulih
Rikarahmadinaputri@steialfurqon.ac.id

Vivi Amelia

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Al Furqon Prabumulih
Amelia160302@gmail.com

ABSTRACT

The research aims to determine the influence of customer service quality on customer loyalty from an Islamic economic perspective at Bank Sayriah Indonesia KC Prabumulih. The type of research used is quantitative research using questionnaire data collection techniques with Likert scale measurements, and the sample used was 99 respondents. Data testing techniques used in this research include validity test, reliability test, simple linear regression analysis, R square test and T test. The results of this research show that service quality has a significant positive effect on customer loyalty at BSI KC Prabumulih. From the test results, the calculated t value is 10.792 and t table 1.661 ($10.792 > 1.661$) while the significance value is 0.000, which is stated to be smaller than the level $\alpha = 0.05$ ($0.000 < 0.05$) From these results it can be concluded that the service quality variable (X) has a significant effect on customer loyalty at BSI KC Prabumulih Sudirman 1. Then from the results of the determination test (R²) it is known that customer service quality contributes 54,6% while the remaining 45,4% is explained by other variables not explained in this study.

Keywords: Service Quality, customer service and Customer Loyalty

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan customer service terhadap loyalitas nasabah dalam perspektif ekonomi islam pada Bank Syariah Indonesia KC Prabumulih. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data kuesioner dengan pengukuran skala likert, dan sampel yang digunakan sebanyak 99 responden, teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reabilita, analisis regresi linier sederhana, uji R square dan uji T. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah Bsi kc prabumulih, Dari hasil pengujian nilai t hitung sebesar 10,792 dan t tabel 1,661 ($10,792 > 1,661$) sedangkan nilai signifikansi adalah 0,000 dinyatakan lebih kecil dari taraf $\alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$) dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bsi kc prabumulih. Kemudian dari hasil uji determinasi (R²) diketahui bahwa kualitas pelayanan customer service memberikan kontribusi sebesar 54,6% sedangkan sisanya 45,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Customer Service, Loyalitas Nasabah

PENDAHULUAN

Salah satu bisnis yang bergerak dalam bidang jasa keuangan adalah bank. Bank syariah adalah lembaga perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan Hadist Nabi SAW. Dengan kata lain Bank syariah adalah lembaga keuangan yang yang beroperasi dengan prinsip syariah islam (Muhammad Antonio, 2020). Untuk menghindari pengoperasian bank dengan sistem bunga, Islam memperkenalkan prinsip-prinsip muamalat islam. Maka lahirlah Bank islam sebagai salah satu solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dengan riba. Bank islam lahir di Indonesia sekitar tahun 90-an atau tepatnya setelah ada Undang-undang No. 7 tahun 1992, yang direvisi dengan Undang-undang Perbankan No. 10 tahun 1998, dalam bentuk sebuah bank yang beroperasinya dengan sistem bagi hasil atau bank syariah (Budi Wilardjo, 2005).

Islam mengajarkan apabila memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan jasa hendaknya memberikan pelayanan yang berkualitas kepada orang lain seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al Baqarah ayat 267 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ
إِلَّا أَنْ تُعْمَضُوا فِيهِ وَعَلَّمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِ حَمِيدٍ ﴿٣٧﴾

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Mahakaya lagi Maha Terpuji (QS. Al Baqarah: 267).

Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, yang mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya (UU Perbankan Syariah No.21 tahun 2008). Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS), dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) (Ismail, 2011).

Salah satu cabang perbankan syariah yang ada di Indonesia adalah Bank Syariah Indonesia KC Prabumulih merupakan lembaga keuangan yang bergerak dibidang pelayanan jasa yang harus memberikan pelayanan yang terbaik. Untuk menarik minat nasabah BSI KC Prabumulih harus mampu menjaga kepercayaan yang telah diberikan oleh nasabahnya, untuk membangun kepercayaan tersebut BSI KC Prabumulih harus membangun citra yang positif. Citra

ini bisa dibangun dengan melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan. Tanpa adanya citra positif maka kepercayaan yang sedang dan yang dibangun tidak akan efektif (Kasmir, 2015).

Kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh suatu perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen (Srisusilawati, 2020). Untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah. Perbankan harus tanggap akan setiap keluhan dan pengaduan dari nasabah, selain itu juga perbankan harus lebih memperhatikan dalam kecepatan, ketepatan, serta pemberian informasi yang lengkap dan akurat.

Kualitas pelayanan customer service adalah salah satu icon untuk meningkatkan keberhasilan perusahaan, karena jasa yang diberikan seorang customer service sangatlah penting didalam sebuah perusahaan, karena customer service banyak sekali berjumpa dengan orang banyak dan langsung berkomunikasi dengan orang-orang yang datang ke perusahaan, terlebih bank yang sangat banyak dijumpai customer service untuk menerangkan jasa yang ditawarkan disuatu perbankan Seorang customer service harus mampu bersikap, akrab, sopan, ramah, dan berbahasa yang baik, sehingga nasabah akan merasa puas dalam kualitas pelayanan yang diberikan customer service tersebut. (Yestika dan Mega, 2013).

Loyalitas menurut islam disebut dengan al-wala. Secara etimologis, al-wala memiliki beberapa arti, antara lain mencintai, menolong, mengikuti, dan mendekati seseorang. Konsep kesetiaan dalam Islam atau al-wala adalah penyerahan mutlak kepada Allah SWT dalam bentuk implementasi penuh syariat Islam. Loyalitas Nasabah dalam Islam terjadi ketika kegiatan muamalah dapat memberikan manfaat yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak karena memenuhi kewajiban dan haknya dengan menerapkan nilai-nilai Islam (Al-Qathani, 2020).

Loyalitas Nasabah merupakan tujuan inti utama yang di harapkan oleh perusahaan dalam mencapai hubungan dengan nasabah. Loyalitas nasabah didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Nasabah atau pelanggan merupakan seseorang yang terus-menerus dan berulangkali datang kesuatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya untuk memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.

Dengan tetap menjaga loyalitas nasabah, islam menganjarkan untuk menjaga hubungan dengan kelompok yang berbeda (bukan dalam bentuk aqidah) dengan memberikan

pelayanan yang berkualitas. Penyedia layanan perbankan syariah harus memberikan layanan yang berkualitas dengan tetap menjaga hubungan baik dengan nasabahnya agar dapat membangun hubungan jangka panjang yang baik serta membangun loyalitas nasabah (Andrew, et.al, 2023).

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan ibu Chesterenny Violeta selaku Branch Operation Service Manager (BOSM) BSI KC Prabumulih diperoleh data bahwa : Loyalitas nasabah yang ada pada BSI KC Prabumulih cukup tinggi dilihat dari nasabah yang terus menerus bertambah dan melakukan transaksi setiap tahunnya pada BSI KC Prabumulih. Berikut data jumlah nasabah BSI KC Prabumulih.

Tahun	Nasabah Lending	Nasabah Funding	Total
2021	1223	1257	2480
2022	1274	1350	2624
2023	1432	1464	2896

Sumber : Data Nasabah BSI KC Prabumulih (tahun 2021-2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat peningkatan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Prabumulih dilakukan melalui mengikat pelanggan (customer banding), pelayanan prima dan menjaga baik hubungan dengan nasabah. Perlunya BSI KC Prabumulih dalam mengikat pelanggan agar nasabah tetap melakukan transaksi di BSI KC Prabumulih, dimana bank mempertahankan nasabah sebagai rekan kerja, dengan seperti itu nasabah akan merasa dihargai oleh bank.

Pelayanan prima adalah suatu pola layanan terbaik yang mengutamakan kepedulian terhadap nasabah. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah seorang pegawai harus dituntut untuk memberikan pelayanan prima kepada nasabah, untuk itu agar pelayanan yang diberikan berkualitas maka pegawai harus menerapkan dasar-dasar pelayanan yang baik. Untuk itu perlunya menjaga hubungan yang baik dengan nasabah lama agar tetap percaya untuk menjadikannya sebagai lembaga jasa keuangan (Viola, 2024).

Penelitian yang dilakukan oleh Tiara Azalia dan Nurhadi pada tahun 2023 tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan” menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Demikian juga, Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif

dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Demikian juga, Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil analisis jalur memberikan bukti empiris bahwa variabel Kepuasan Pelanggan berperan sebagai variabel mediasi parsial dalam menjembatani pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan. (Tiara dan Nurhadi,2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Meliana Utami, Tati Handayani, Pusporini tentang “ Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan nasabah terhadap loyalitas Nasabah” menunjukkan bahwa Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah artinya perusahaan Bank Syariah yang memberikan pelayanan yang berkualitas dan sesuai dengan prosedur perusahaan (berdasarkan syariat Islam) akan menciptakan sikap kesetiaan atau loyalitas pada nasabah tersebut. Dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, yang artinya apabila tercipta rasa percaya terhadap produk jasa (berdasarkan syariat Islam) dari Bank Syariah maka akan menimbulkan sebuah sikap kesetiaan atau loyalitas pada nasabah tersebut.

Pernyataan ini sesuai dengan Rifa'i (Rifa'i, 2019) bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas nasabah yang terpuaskan memiliki nilai positif terhadap pelayanan yang diberikan suatu perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik sangat mempengaruhi loyalitas nasabah dan meningkatkan laba perusahaan oleh karena itu jika Bank memprioritaskan loyalitas nasabah sebagai salah satu tujuan, maka peningkatan kualitas pelayanan harus mutlak dilaksanakan.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik melakukan penelitian tentang “ Pengaru Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Prabumulih”.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan secara kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan itu perlunya menjaga hubungan yang baik dengan nasabah lama agar tetap percaya untuk menjadikannya sebagai lembaga jasa keuangan (Sugiono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KC Prabumulih. peneliti menggunakan Probability Sampling sebagai teknik pengambilan sampel dikarenakan populasi dalam penelitian ini cukup besar atau banyak, sehingga teknik dalam pengambilan sampel ini dilakukan dengan cara acak atau random.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik Simple Random Sampling. Simple Random Sampling adalah suatu metode statistik yang menyatakan bahwa setiap orang dalam suatu populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Selanjutnya ada beberapa karakteristik dalam penelitian ini yang ditetapkan untuk menjadi sampel yaitu Berjenis kelamin pria dan wanita, karena objek dalam penelitian yang diteliti adalah nasabah Bank BSI KC Prabumulih dan berumur diatas 17 tahun, karena dianggap sudah memiliki pengetahuan untuk mampu menilai sesuatu yang akan diteliti.

Dalam hal ini peneliti mengambil sampel sebanyak 99 orang nasabah dari BSI KC Prabumulih, sebagai perwakilan untuk mengetahui tingkat pengaruh kualitas pelayanan customer service terhadap loyalitas nasabah dalam perspektif ekonomi islam.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, dengan menyebarkan kuesioner kepada responden sebagai sumber data primer. Kuesioner tersebut disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel yang diteliti. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan teknik statistik regresi linier berganda guna mengetahui besarnya pengaruh yang ditimbulkan oleh masing-masing variabel independen terhadap variabel terikat.

PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengetahui data yang diteliti valid atau tidak valid, maka penelitian ini diuji dengan menggunakan bantuan program SPSS 22 dengan taraf signifikan 5% (Sugiyono, 2016). Hasil dari pengujian yang dilakukan, dapat dilihat bahwa r hitung $>$ r tabel, dengan r tabel sebesar 0,197 dan signifikansinya $<$ 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item dari setiap variabel dalam kuesioner dinyatakan valid.

Uji Relibitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilainya diatas 0,6 jika 0,7 dapat dikatakan diterima dan diatas 0,8 dapat dikatakan baik, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut reliabel (Priyatno, 2012).

Hasil Uji Reabilitas Data

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,723	Realiabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0,610	Realiabel

Berdasarkan hasil uji reabilitas dilihat bahwa nilai cronbach's alpha yang dihasilkan > 0,6 hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel yakni kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah dinyatakan reliabel.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini menggunakan uji analisis regresi linier sederhana untuk memprediksi seberapa besar hubungan positif kualitas pelayanan customer service terhadap loyalitas nasabah Bsi ke prabumulih.

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
(Constant)	4,182	3,348		1,249	,215
Kualitas Pelayanan	,448	,041	,739	10,792	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Nilai konstanta sebesar 4,182 yang menunjukkan bahwa nilai konsisten variabel loyalitas nasabah adalah sebesar 4,182, selanjutnya nilai koefisien regresi X sebesar 0,448 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai kualitas pelayanan maka nilai kualitas pelayanan bertambah sebesar 0,448 koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan customer service (X) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) adalah positif. Dan nilai signifikansi dari tabel diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan customer service (X) berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) merupakan suatu ukuran yang menyatakan seberapa baik garis regresi sampel mencocokkan data dengan kata lain koefisien determinasi ini digunakan

untuk mengukur seberapa jauh variabel kualitas dalam menerangkan variabel loyalitas nasabah, nilai R2 terletak diantara 0 dan 1.

Hasil Uji Koefisien Determisi (R2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,739 ^a	,546	,541	1,563

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil dari perhitungan nilai determinasi (R Square) sebesar 0,546 hal ini menunjukkan bahwa besar persentase variabel loyalitas nasabah bisa dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan yaitu sebesar 54,6% sedangkan sisanya 45,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Uji Parsial (Uji T)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing- masing atau secara parsial variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BSI KC Prabumulih.

Hasil Uji T (Uji Signifikasi Individual/ Parsial)

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(Constant)	4,182	3,348		1,249	,215
Kualitas Pelayanan	,448	,041	,739	10,792	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Perhitungan uji t dapat dilihat dari hasil pengujian parsial variable kualitas pelayanan terhadap variable loyalitas nasabah sebagai berikut : Nilai koefisien kualitas pelayanan (X), nilai t hitung sebesar 10,792 t table 1,661 (10,792 > 1,661) sedangkan nilai signifikansi adalah 0,000 dinyatakan lebih kecil dari taraf $\alpha = 0,05$ (0,000 < 0,05) maka H0 ditolak H1 diterima (koefisien regresi signifikan). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa secara parsial variable kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KC Prabumulih.

Hasil Penelitian

Diketahui dari hasil olah data dengan menggunakan program SPSS 22, bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI kc prbumulih sudirman 1. Dari hasil pengujian nilai t hitung sebesar 10,792 dan t table 1,661 ($10,792 > 1,661$) sedangkan nilai signifikansi adalah 0,000 dinyatakan lebih kecil dari taraf $\alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak H_1 diterima, dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KC Prabumulih.

Menurut Popon Srisusilawati variabel kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan tersebut merupakan hasil penilaian pelanggan atau nasabah atas keunggulan atau keistimewaan layanan secara menyeluruh. Jika penilaian atas suatu pelayanan yang dihasilkan positif maka kualitas pelayanan ini akan berdampak terjadinya loyalitas nasabah pada suatu perusahaan (Popon Srisulawati, 2020)

Berdasarkan hasil diatas, variabel independen kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari pengukuran CARTER, yaitu compliance, assurance, responsiveness, tangible, empathy, dan reliability berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KC Prabumulih yang ditunjukkan oleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Berdasarkan hasil penelitian Abu Amar Fauzi (2016) menunjukkan bahwa model CARTER, terbukti positif signifikan dalam membentuk kualitas layanan di perbankan syariah. Diantara enam dimensi dari model CARTAR tersebut menekankan pada dimensi compliance yang mana responden menyatakan bahwa sangat penting untuk mengikuti prinsi-prinsip islam dalam menyalankan oprasional di dalam suatu perusahaan.⁶¹ Hasil penelitian serupa juga dilakukan oleh Shafie (2004), Amin dan Isa (2008) di Malaysia, dan Ramdhabi (2011) di indonesia.

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas nasabah dikarenakan nasabah yang terpuaskan memiliki nilai positif terhadap pelayanan yang diberikan suatu perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik sangat mempengaruhi loyalitas nasabah dan meningkatkan laba perusahaan oleh karena itu jika bank mmprioritaskan loyalitas nasabah sebagai salah satu tujuan, maka peningkatan kualitas pelayanan harus mutlak dilaksanakan (Rifa'i , 2019)

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dihasilkan kesimpulan sebagai berikut : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas nasabah (Y). Besarnya nilai determinasi (R Square) sebesar 0,546 hal ini menunjukkan bahwa besar persentase variabel loyalitas nasabah bisa dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan yaitu sebesar 54,6% sedangkan sisanya 45,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

Departemen Agama Islam RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012

Ismail, Perbankan Syariah, 2011 Jakarta: Prenada media Group

Kasmir, 2015 Manajemen Perbankan Jakarta: Raja grafindo Persada

Muhammad Said Al-Qathani, 2020 Al-Wala' Wal Bara', Ummul Quran

Melinia Utami, et al, Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah, Jurnal CIMAE Vol.2 Tahun 2019.

Popon Srisusilawati, 2020, Kualitas Pelayanan dan Strategi Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Jawa Tengah: CV Pena Persada

Pipi 2013 Yestika Sari dan Mega Usvita, Pengaruh kualitas pelayanan customer service terhadap loyalitas nasabah tabungan sikoci (studi kasus pada nasabah bank nagari cabang ujung gading), Vol 1, No. 2

Rifa', Hamdan. 2019, Membangun Loyalitas Pelanggan, Jember : Ziarama.

Setia Budhi Wilardjo, 2005, Pengertian, peranan dan perkembangan bank syariah di Indonesia Vol.2, No1,

Sugiyono, 2014, Metode Penelitian Pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D Bandung : Alfabeta

Supriadi, Amar Sani, Ikrar, 2020, Integrasi nilai karakter dalam pembelajaran keterampilan menulis siswa, Vol 3, No. 3

Tiara Azalia dan Nurhadi, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Jurnal Sekretari dan Manajemen Vol. 7 No.2 September 2023.

Undang-undang Perbankan Syariah No. 21 tahun 2008