

PENGARUH SUKU BUNGA, KEPUASAN NASABAH, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LAYANAN LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH

Sriyono

Jihan Rofila

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Email : Sriyono@umsida.ac.id, jihanrfl@gmail.com

Received : Sept 19 th 2023	Revised : Des 17 th 2023	Accepted : Jan 30 th 2024
---------------------------------------	-------------------------------------	--------------------------------------

ABSTRACT

This research aims to test and determine the influence of interest rates, customer satisfaction and service quality on sharia bank customer loyalty services. The type of research used is quantitative. The population and sample in this research are Sharia Bank customers in Indonesia. The sampling technique used was a Likert scale using a saturated sampling technique, so that 100 respondents were obtained. The way to collect data is by distributing questionnaires to respondents who are customers of Sharia Banks in Indonesia. The analytical method used is the data analysis technique used is the classical assumption test and multiple linear regression analysis. The classic assumption test consists of a normality test and a multicollinearity test using the SPSS application. The research results show that (1) interest rates have a positive and significant effect on customer loyalty services, (2) partial customer satisfaction has no effect on customer loyalty services, (3) service quality has a positive and significant effect on customer loyalty services (4) interest rates, customer satisfaction and service quality simultaneously have a positive influence on customer loyalty services of sharia banks in Indonesia.

Kata kunci : suku bunga, kepuasan nasabah kualitas layanan, loyalitas nasabah

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat ditandai dengan tumbuhnya sektor perbankannya. Oleh karena itu, bank dituntut untuk cepat mengembangkan dan menciptakan loyalitas nasabah melalui reputasi yang baik dan kualitas pelayanan yang tinggi kepada nasabah bank. Persaingan di dunia perbankan saat ini sangat ketat. Oleh karena itu, mengharuskan setiap bank untuk mempertahankan atau memperoleh nasabah baru. Bank tidak dapat mengabaikan pentingnya faktor pelayanan, karena perbankan merupakan suatu usaha jasa. Bank yang menawarkan layanan lebih baik

adalah yang dicari nasabah. Dan ketidakpuasan nasabah membuat nasabah tersebut mudah berpindah ke bank lain. Pertumbuhan ekonomi merupakan suatu proses dimana kondisi perekonomian suatu negara terus menerus berubah menuju kondisi yang lebih baik dalam kurun waktu tertentu (Putra, 2018).

Dalam kondisi perbankan dimana bunga simpanan tinggi, prinsip bunga negatif tidak hanya berlaku bagi bank yang tidak melakukan transaksi berbasis bunga, bagi hasil atau bagi hasil. Kelahiran dan beroperasinya Bank Syariah di Indonesia diharapkan menjadi tonggak penting dalam

perkembangan jaringan perbankan-lembaga keuangan tanah air. Penggunaan jasa perbankan saat ini sudah semakin lumrah, terutama bagi masyarakat yang tinggal di perkotaan. Dengan semakin ketatnya persaingan perbankan, semakin sulit bagi bank untuk mempertahankan loyalitas nasabahnya agar tidak beralih ke bank lain. Untuk menumbuhkan dan mempertahankan nasabah, bank harus menjaga reputasi yang baik di hadapan nasabah. Hal ini mendorong bank untuk memberikan pelayanan terbaik serta menawarkan produk dan layanan untuk menarik dan mempertahankan nasabah.

Untuk mempertahankan dan mengembangkan nasabah, bank harus menawarkan kualitas pelayanan yang prima sehingga nasabah merasa telah mengambil pilihan yang tepat dalam menggunakan layanan perbankan Bank. Ada pula layanan bagi nasabah yang mempunyai pinjaman atau kredit, secara angsuran dapat dilakukan melalui rekening bank yang telah bekerjasama dengan bank tersebut (Mutmainnah, 2018). Pernyataan tersebut didukung oleh (Octavia, 2019) yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan sesuatu yang dapat ditentukan nasabah berdasarkan pelayanan dan penawaran yang diberikan bank kepada nasabah. Pernyataan tersebut didukung oleh (Razak, 2018) jika bank menyediakan produk dan jasa dengan pelayanan yang baik, memberikan kemudahan bagi nasabah dalam berbisnis, menawarkan suku bunga tabungan dan deposito yang tinggi serta suku bunga yang rendah. bunga kredit maka nasabah merasa puas dan meningkatkan loyalitas nasabah,

sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan bank kurang baik, tidak memberikan manfaat bagi nasabah maka nasabah merasa tidak puas terhadap bank tersebut.

Pada penelitian (Hermawan et al., 2023) yang mendapatkan hasil bahwa tingkat suku bunga kredit berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, dan Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bernilai negatif dan menurun maka loyalitas nasabah kredit pada Koperasi LPN Multi Usaha di Nagari Kurnia Selatan menurun.

Menurut hasil penelitian (Saputra & Alwie, 2015) kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sementara, kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian (Harto et al., 2016) menunjukkan bahwa suku bunga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, sehingga Koperasi Simpan Pinjam Kebakkramat Sumber Makmur harus membuat kebijakan suku bunga yang kompetitif untuk meningkatkan loyalitas nasabah agar mampu bersaing dengan asosiasi simpan pinjam.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Boediono (2017:76) suku bunga adalah harga penggunaan dana investasi. Level ini menunjukkan tekad masyarakat yang memiliki keinginan untuk menabung. Menurut Sunariyah (2016:80) berpendapat bahwa suku bunga diartikan sebagai “biaya kredit”. Bunga dihitung sebagai persentase

modal dibagi satuan waktu. Tingkat bunga adalah ukuran biaya sumber daya debitur, yang harus ditentukan oleh kreditur. Tingkat suku bunga bank mempengaruhi keputusan nasabah untuk menyimpan atau meminjam uang di bank. Jika suku bunga tinggi/naik maka volume simpanan dan pinjaman bank meningkat, sedangkan jika suku bunga rendah maka volume simpanan dan pinjaman bank menurun. Hal ini karena ketika suku bunga naik, masyarakat cenderung berinvestasi pada tabungan dan mengambil pinjaman bank dengan harapan mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi

Kepuasan nasabah merupakan suatu pernyataan mengenai senang atau kecewanya seorang nasabah yang dihasilkan dari perbandingan hasil deskripsi suatu produk atau kinerja dengan keinginannya (Subagja, 2019). Menurut Octavia (2019) kepuasan nasabah adalah perbandingan hasil kinerja, baik senang maupun kecewa, jika kepuasan tersebut sama dengan penilaian setelah menggunakan pilihan yang dipilih, yaitu memenuhi atau setidaknya melebihi harapan. Kepuasan adalah tingkat di mana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat dipenuhi, sehingga menghasilkan loyalitas yang berkelanjutan. Faktor terpenting dalam menciptakan kepuasan pelanggan adalah kinerja dan kualitas layanan yang ditawarkan.

Kepuasan nasabah memiliki tiga konsep yaitu :

1. Kepuasan terhadap sistem mencakup penilaian subjektif konsumen terhadap seluruh manfaat yang diterimanya dari beroperasinya sistem pasar.

2. Kepuasan perusahaan meliputi manfaat atau manfaat yang diterima konsumen dari interaksi atau hubungan dengan suatu perusahaan.
3. Kepuasan produk/jasa meliputi penilaian subjektif konsumen terhadap manfaat mengkonsumsi produk/jasa tertentu.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan seseorang menyukai atau tidak menyukai suatu produk setelah kinerja produk tersebut dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Ani Lestari (2018) indikator dari kepuasan nasabah yaitu antara lain sebagai berikut :

1. Efisiensi berarti cara kerja pegawai bank, apakah mereka telah menyelesaikan tugasnya secara kualitas dan kuantitas, dan apakah mereka juga bertanggung jawab atas tindakannya.
2. Kepuasan merupakan perasaan positif yang dimiliki pelanggan terhadap produk atau jasa yang digunakannya karena memenuhi harapannya, sehingga pelanggan merasa puas.
3. Kepuasan secara keseluruhan adalah respon yang diberikan nasabah dimana nasabah merasa puas terhadap produk dan pelayanan yang ditawarkan bank, cara menangani pengaduan dengan baik dan sesuai keinginan nasabah, penilaian nasabah dan kepatuhan terhadap hukum syariah

Kualitas layanan adalah perilaku yang mengarah pada perubahan yang diperlukan bagi nasabah sehingga nasabah dapat memberikan penilaian layanan tertentu. Kualitas pelayanan dapat dikatakan mengukur bagaimana tingkat layanan yang diberikan dapat memenuhi harapan nasabah (Realize, 2018). Kualitas

layanan melambangkan upaya pemenuhan keinginan dan kebutuhan nasabah serta penyampaian yang cermat sehingga memenuhi harapan nasabah, pernyataan tersebut didukung (Erpurin, 2019). Indikator kualitas pelayanan dalam penelitian ini menurut Atmaja (2018), yaitu.

1. Kepemilikan nyata; kehadiran fisik penyedia jasa meliputi tempat parkir, fasilitas gedung, penataan dan pemajangan barang, kenyamanan fasilitas fisik, peralatan dan aksesoris modern.
2. Keamanan kerja; mencakup 2 persoalan utama yaitu konsistensi kerja (efisiensi) dan kehandalan (reliability). Artinya perusahaan menawarkan jasanya sejak saat pertama (sebelumnya pertama kali). Selain itu, hal ini juga berarti perusahaan yang bersangkutan menepati janjinya.
3. Responsif; Pelayanan yang baik harus dibarengi dengan komitmen/partisipasi dan kemampuan beradaptasi yang tinggi, yaitu membantu menyelesaikan permasalahan dengan segera.
4. kompetensi; pelayanan yang baik harus dilandasi oleh profesionalisme/keterampilan yang tinggi.
5. Mengakses; termasuk menyajikan/mengusulkan permintaan pelanggan dan layanan yang mudah dihubungi.
6. Kesopanan; Pelayanan yang baik harus dibarengi dengan sikap ramah dan sopan terhadap pelayannya.
7. Komunikasi; Pelayanan yang baik harus didasari oleh kemampuan berkomunikasi yang baik dengan petugas.

8. Keandalan; Pelayanan yang baik harus mampu menciptakan tingkat kepercayaan yang tinggi pada pelayannya.

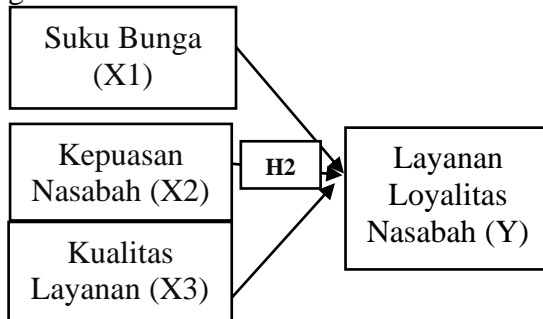
9. Keamanan; Pelayanan yang baik harus memberikan rasa aman kepada penyedia jasa dan bebas dari segala resiko atau keraguan pelanggan.

10. Memahami pelanggan; Pelayanan yang baik harus dilandasi oleh kemampuan menjawab atau memahami permintaan petugas

Menurut Lovelock dan Wright kutipan dari Donni Jun Priansa menyatakan bahwa loyalitas adalah keputusan pelanggan untuk terus secara sukarela bergabung dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. Menurut Fandy Tjipton kutipan dari Donni Jun Priansa mengatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok yang diwujudkan dalam sikap yang sangat positif dan perilaku pembelian kembali pelanggan secara teratur. Sedangkan menurut Sinambela, pelayanan adalah suatu kegiatan atau rangkaian kegiatan yang berlangsung dalam komunikasi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin fisik dan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Menurut Moenir : Pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan faktor materil melalui beberapa sistem, prosedur dan cara, berusaha mewujudkan kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir pada penelitian ini ditunjukkan pada gambar berikut :



METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dan sampel pada penelitian ini nasabah Bank Syariah di Indonesia, adapun sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Sedangkan cara pengumpulan datanya adalah dengan pembagian angket atau kuesioner kepada responden yang mana merupakan nasabah Bank Syariah di Indonesia. Dengan menggunakan skala likert, dengan menggunakan teknik sampel jenuh. Adapaun variabel pada penelitian ini yaitu suku bunga (X1) kepuasan nasabah (X2) kualitas layanan (X3) dan layanan loyalitas (Y). Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda. Uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas dan uji multikolinearitas. Sedangkan analisis regresi linear berganda menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Adapun analisis data yang digunakan peneliti untuk mengolah data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan menggunakan software SPSS.

Hipotesis Penelitian

Berikut adalah hipotesis dalam penelitian ini :

H1 : Suku bunga berpengaruh terhadap layanan loyalitas nasabah bank syariah **H1**

H2 : Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap layanan loyalitas nasabah bank syariah

H3 : Kualitas layanan berpengaruh terhadap layanan loyalitas nasabah bank Syariah

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Berikut merupakan karakteristik responden pada penelitian

Tabel 1 Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Keterangan	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	37
		Perempuan	63
2	Usia	18 – 25 tahun	52
		25 – 35 tahun	27
		35 – 45 tahun	18
		> 45 tahun	3
3	Tingkat Pendidikan	SD	2
		SMP	5
		SMA	49
		Sarjana (S1)	40
		Pascasarjana (S2)	4
4	Jenis Pekerjaan	Aparatur Sipil Negara	16
		Pegawai Swasta	51
		Wiraswasta	10
		Lainnya	23
5	Penghasilan Perbulan	≤ Rp 2.000.000	26

	< Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000	54		KL4	0,001	Valid	
				KL5	0,001	Valid	
				KL6	0,001	Valid	
	< Rp 5.000.000 – Rp 8.000.000	17		KL7	0,001	Valid	
				KL8	0,001	Valid	
				KL9	0,001	Valid	
	> Rp 8.000.000	3			KL10	0,001	Valid

Nilai signifikansi item variabel layanan loyalitas, suku bunga, kepuasan nasabah, dan kualitas layanan seluruhnya bernilai < 0,05 sehingga seluruh item dinyatakan valid. Variabel dikatakan reliabel ketika mempunyai nilai *Cronbach Alpha* > 0,6. Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 3 berikut:

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Jumlah pernyataan dalam kuesioner sebanyak 19 butir pernyataan, instrumen suku bunga (X1) sebanyak 2 butir, instrumen kepuasan nasabah (X2) sebanyak 3 butir, instrumen kualitas layanan (X3) sebanyak 10 butir, dan instrument layanan loyalitas sebanyak 4 butir.

Uji validitas dilakukan dengan melihat nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi item pernyataan < 0,05 maka item dinyatakan valid. Hasil uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Nilai signifikansi	Keterangan
Layanan Loyalitas (Y)	LL1	0,001	Valid
	LL2	0,001	Valid
	LL3	0,001	Valid
	LL4	0,001	Valid
Suku Bunga (X1)	SB1	0,001	Valid
	SB2	0,001	Valid
Kepuasan Nasabah (X2)	KN1	0,001	Valid
	KN2	0,001	Valid
	KN3	0,001	Valid
Kualitas Layanan (X3)	KL1	0,001	Valid
	KL2	0,001	Valid
	KL3	0,001	Valid

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Layanan Loyalitas (Y)	0,748	Reliabel
Suku Bunga (X1)	0,624	Reliabel
Kepuasan Nasabah (X2)	0,759	Reliabel
Kualitas Layanan (X3)	0,626	Reliabel

Hasil Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
		100
Normal Parameters ^a ,	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.18731918
	Absolute	.075
Extreme Differences	Positive	.045
	Negative	-.075
Test Statistic		.075

Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.188
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.180
	99% Confidence Interval	Lower Bound .170 Upper Bound .190

Berdasarkan uji *Kolmogrov* nilai *asym.sig.* sebesar 0,180 yang berarti $> 0,05$ sehingga data dikatakan berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5 Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Suku Bunga	.925	1.081
Kepuasan Nasabah	.893	1.120
Kualitas Layanan	.829	1.206

Berdasarkan pengujian multikolinearitas pada tabel 5 menunjukkan bahwa variabel suku bunga, kepuasan nasabah, dan kualitas layanan memiliki nilai *tolerance* $< 0,10$ dan nilai *VIF* < 10 . Artinya pada variabel suku bunga, kepuasan nasabah, dan kualitas layanan tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas.

Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Hasil Uji Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.402	2.346		1.450	.150
Suku Bunga	1.105	.168	.549	6.589	<,001
Kepuasan Nasabah	-.071	.134	-.045	-.527	.600
Kualitas Layanan	.112	.054	.184	2.091	.039

Berdasarkan tabel 6 dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 3.402 + 1.105X_1 - 0,071X_2 + 0,112X_3$$

Nilai *constan* sebesar 3,402 artinya jika suku bunga (X_1), kepuasan nasabah (X_2), dan kualitas layanan (X_3) sama dengan 0 maka nilai layanan loyalitas (Y) sebesar 3,402. Variabel suku bunga berpengaruh positif terhadap layanan loyalitas dengan nilai koefisien 1,105, artinya jika variabel suku bunga meningkat maka variabel layanan loyalitas juga meningkat. Variabel kepuasan nasabah berpengaruh negatif terhadap layanan loyalitas dengan nilai koefisien -0,071, artinya jika variabel kepuasan nasabah meningkat maka variabel layanan loyalitas menurun. Variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap layanan loyalitas dengan nilai koefisien 0,112, artinya jika variabel kualitas layanan meningkat maka variabel layanan loyalitas juga meningkat.

Uji Statistik t

Hasil pengujian pada tabel 6 menunjukkan bahwa t hitung $> t$ tabel atau $6,589 > 1,64$ dan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima, artinya secara parsial variabel suku bunga berpengaruh positif signifikan terhadap layanan loyalitas. Dengan adanya hasil ini maka hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya bahwa variabel suku bunga berpengaruh positif terhadap layanan loyalitas nasabah bank syariah dapat diterima.

Hipotesis penelitian variabel kedua yaitu kepuasan nasabah menunjukkan adanya penolakan, nilai t hitung $-0,527 < t$ tabel 1,64 dan tingkat signifikansi $0,6 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap layanan loyalitas bank

syariah, artinya H2 ditolak. Semakin tinggi atau semakin rendahnya kepuasan nasabah tidak mempengaruhi layanan loyalitas nasabah bank syariah.

Penerimaan hipotesis penelitian tampak pada variabel ketiga yaitu kualitas layanan, di mana nilai t hitung $2,091 > t$ tabel $1,64$ dan tingkat signifikansi $0,039 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, artinya secara parsial variabel kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap layanan loyalitas nasabah bank syariah. Dengan adanya hasil ini maka hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap layanan loyalitas nasabah bank syariah diterima.

Uji Statistik F

Tabel 7 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	295.258	3	98.419	19.948	<,001
	Residual	473.652	96	4.934		
	Total	768.910	99			

Hasil uji F yang disajikan pada Tabel 7 menunjukkan nilai $F > F$ tabel sebesar $19,948 > 2,76$ dan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Kesimpulannya adalah suku bunga, kepuasan nasabah, dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif terhadap layanan loyalitas nasabah bank syariah di Indonesia.

Koefisien Determinan R²

Tabel 8 Hasil Uji R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.620 ^a	.384	.365	2.22123

1	.620 ^a	.384	.365	2.22123
---	-------------------	------	------	---------

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh pada Tabel 8, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (adjusted R square) sebesar 0,365 yang artinya suku bunga, kepuasan nasabah, dan kualitas layanan mampu untuk menjelaskan bahwa layanan loyalitas nasabah bank syariah di Indonesia sebesar 36,5% sementara itu memiliki sisa sebesar 64,5% dijelaskan oleh adanya faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Suku Bunga terhadap Layanan Loyalitas

Berdasarkan uji t variabel suku bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap layanan loyalitas nasabah. Hasil uji signifikan parsial (uji t) diperoleh nilai t-hitung sebesar 6,859 yang artinya t -hitung $< t$ -tabel ($6,859 > 0,001$), dengan tingkat probabilitas signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Maka, H_0 ditolak dan H_a diterima. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap layanan loyalitas nasabah, artinya semakin meingkat suku bunga maka akan semakin baik tingkat loyalitas nasabah bank syariah di Indonesia. Sejalan dengan hasil penelitian (Hermawan et al., 2023) yang mendapatkan hasil bahwa tingkat suku bunga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

2. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Layanan Loyalitas

Kepuasan nasabah secara parsial tidak berpengaruh terhadap layanan loyalitas

nasabah yaitu t hitung $-0,527 < t$ tabel $1,64$ dan tingkat signifikansi $0,6 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap layanan loyalitas nasabah. Semakin baik kepuasan nasabah bank syariah di Indonesia tidak mempengaruhi semakin meningkatnya layanan loyalitas nasabah.

3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Layanan Loyalitas

Berdasarkan uji t variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap layanan loyalitas nasabah. Hasil uji signifikan parsial (uji t) diperoleh nilai t -hitung sebesar $2,091$ yang artinya t -hitung $< t$ -tabel ($2,091 > 1,64$), dengan tingkat probabilitas signifikansi sebesar $0,039 <$ dari signifikan $0,05$. Maka, H_0 ditolak dan H_a diterima. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap layanan loyalitas nasabah, artinya semakin meingkat kualitas layanan maka akan semakin baik tingkat loyalitas nasabah bank syariah di Indonesia. Sejalan dengan hasil penelitian (Saputra & Alwie, 2015) kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sementara, kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada pemaparan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai jawaban atas permasalahan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Suku bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap layanan loyalitas nasabah. romosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap layanan loyalitas nasabah, artinya semakin meingkat suku bunga maka akan semakin baik tingkat loyalitas nasabah bank syariah di Indonesia
2. Kepuasan nasabah secara parsial tidak berpengaruh terhadap layanan loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap layanan loyalitas nasabah. Semakin baik kepuasan nasabah bank syariah di Indonesia tidak mempengaruhi semakin meningkatnya layanan loyalitas nasabah.
3. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap layanan loyalitas nasabah. artinya semakin meingkat kualitas layanan maka akan semakin baik tingkat loyalitas nasabah bank syariah di Indonesia.
4. Suku bunga, kepuasan nasabah, dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif terhadap layanan loyalitas nasabah bank syariah di Indonesia.

SARAN

Berdasarkan temuan tersebut, maka saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Hasil ini diharapkan dapat membuat para pemangku kepentingan khususnya perbankan dapat memfasilitasi layanan nasabah sehingga dapat menciptakan nilai dan kepuasan nasabah. meningkatkan loyalitas pelanggan karena sudah menunjukkan hasil yang positif, sehingga diperlukan konsistensi dan perbaikan.

2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa dengan subjek penelitian ini, diharapkan dapat menambahkan variabel-variabel baru yang mengetahui pengaruhnya terhadap kualitas loyalitas pelanggan dan memberikan gambaran yang lebih baik mengenai kontribusi loyalitas pelanggan. variabel yang digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ani Lestari, E. Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 74–81.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63.
- Erpurin, W. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel éL Royale Bandung. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(2), 181.
- Harto, R. K., Triyaningsih, S. L., & Susanti, R. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suku Bunga Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderating Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Koperasi Simpan Pinjam Sumber Makmur di Kebakkramat). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 16(2).
- Hermawan, I., Putri, D. E., & Resty, F. (2023). Analisis Pengaruh Tingkat Suku Bunga Kredit Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Kredit (Studi Kasus Nasabah Kantor Pusat Koperasi LPN Multi Usaha Di Nagari Kurnia Selatan). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 2767–2777.
- Mutmainnah, M. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 201.
- Octavia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 35–39.
- Putra, W. (2018). *Perekonomian Indonesia*. Gramedia.
- Razak, A. , B. J. , & R. M. I. (2018). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Kendari. *Journal of Economic and Business*, 1(79), 10–20.
- Realize, S. A. , & W. R. (2018). Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih. *Jim Upb*, 6(2), 77–85.
- Saputra, R. Ben, & Alwie, A. P. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Riau Kepri cabang Siak. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 7(2), 285–294.
- Subagja, I. K. , & S. P. H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank

Central Asia Tbk Kantor
Cabang Pondok Gede Plaza.
Jurnal Manajemen Bisnis
Krisnadwipayana, 7(1), 69–
84.