

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE*,  
KUALITAS PRODUK, DAN LITERASI KEUANGAN  
SYARIAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN  
KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*  
(STUDI KASUS PADA BANK SYARIAH INDONESIA KOTA  
PEMALANG)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

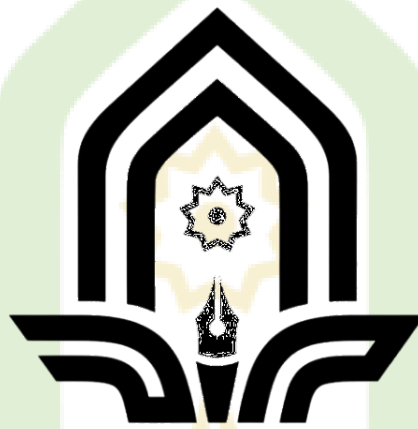
**ATIKA ISFIRANI**  
**NIM 4219026**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE*,  
KUALITAS PRODUK, DAN LITERASI KEUANGAN  
SYARIAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN  
KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*  
(STUDI KASUS PADA BANK SYARIAH INDONESIA KOTA  
PEMALANG)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

**ATIKA ISFIRANI**  
**NIM 4219026**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2023**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Atika Isfirani

NIM : 4219026

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service*, Kualitas Produk dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia Kota Pematang)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 03 Oktober 2023



Atika Isfirani  
NIM 4219026

## NOTA PEMBIMBING

Lampiran : 2 (dua) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Saudari Atika Isfirani

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

*c.q.* Ketua Program Studi Perbankan Syariah

PEKALONGAN

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari:

Nama : **Atika Isfirani**

NIM : **4219026**

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service*, Kualitas Produk dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia Kota Pematang)**

Naskah tersebut telah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 10 Oktober 2023

Pembimbing



Syamsul Arifin, M.E  
NIP.198908312023211022



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161  
www.febi.uingusdur.ac.id email: febi@uingusdur.ac.id

### PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudari :

Nama : **Atika Isfirani**  
NIM : **4219026**  
Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service*, Kualitas Produk dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia Kota Pemalang)**


Dosen Pembimbing : **Syamsul Arifin, M.E**

Telah diujikan pada hari Kamis 2 November 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

**Penguji I**



**Penguji II**

  
**Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag.**  
NIP. 197502111998032001

  
**Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M.**  
NIP. 198205272011011005

Pekalongan, 2 November 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
  
**Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.**  
NIP. 197502201999032001

## MOTTO

“Bekerja keras dan bersikap baik, hal luar biasa akan terjadi”

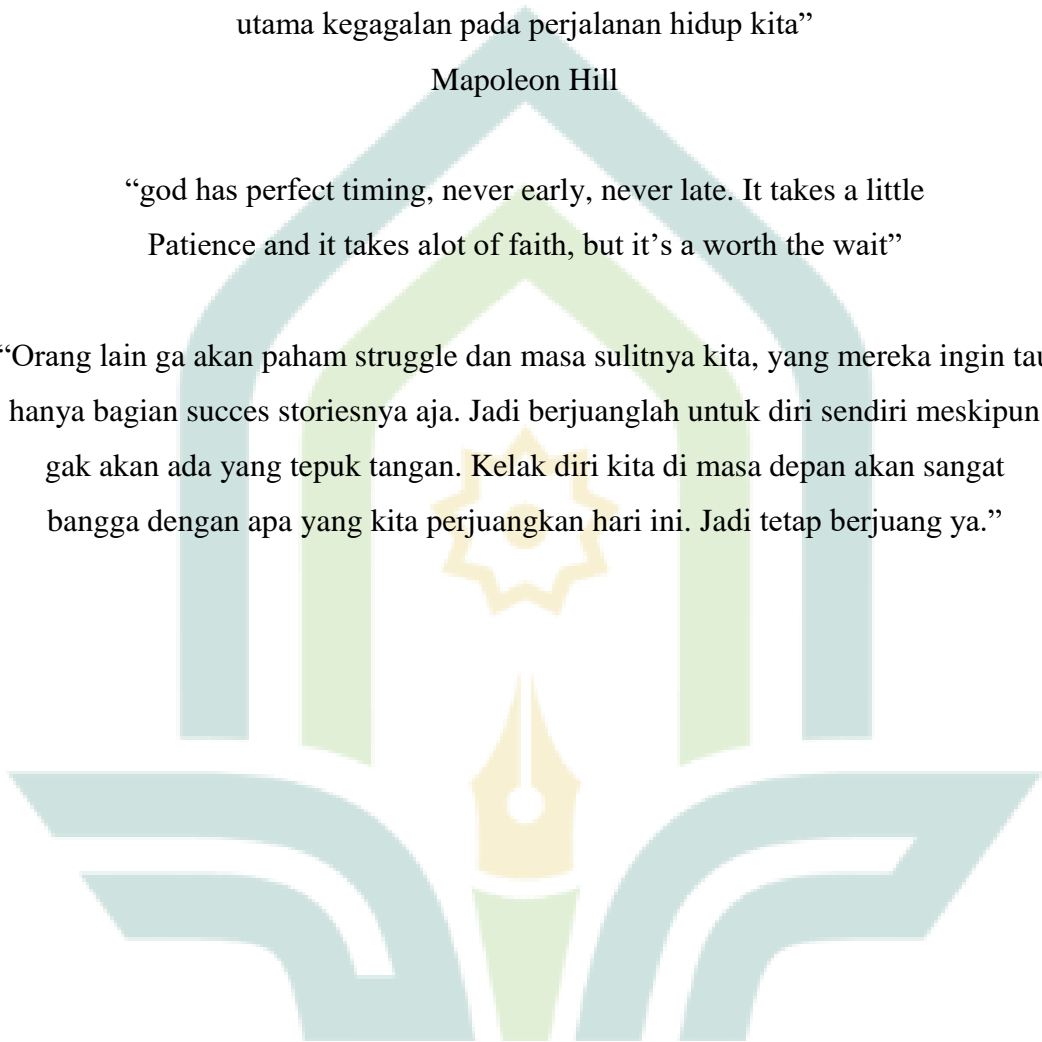
Conan O'Brien

“Kurangnya loyalitas dalam hal apapun seringkali menjadi salah satu penyebab utama kegagalan pada perjalanan hidup kita”

Mapoleon Hill

“god has perfect timing, never early, never late. It takes a little Patience and it takes alot of faith, but it's a worth the wait”

“Orang lain ga akan paham struggle dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tau hanya bagian succes storiesnya aja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun gak akan ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Jadi tetap berjuang ya.”



## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan meteril maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta (Ayah Kusnin dan Ibu Badriah), yang selalu menemani dan mengiringi setiap perjalanan, memberikan dukungan, do'a, semangat, serta kasih sayang dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi.
2. Saudara-saudara saya Riskia Aulia, Nahdiyah Ika, serta seluruh keluarga besar saya, yang selalu memberi dukungan, do'a, dan semangat kepada saya untuk dapat meraih gelar Sarjana Ekonomi.
3. Almamater saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

4. Dosen Pembimbing Skripsi saya Bapak Syamsul Arifin, M.E yang sudah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan dalam penulisan karya ini.
5. Dosen Pembimbing Akademik saya Bapak Dr. A.M Muh. KhafidzMa'shum, M.Ag. yang sudah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan dan kelancaran dalam penulisan karya ini.
6. Kepada bapak dan ibu dosen serta staf akademik Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang telah membantu kelancaran dalam proses administrasi skripsi saya.
7. Sahabat-sahabat saya, (Riska mei, Nurul Riska, Mila, Aulia, Monic, Lora) dan lainnya yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu.
8. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman wahid Pekalongan semoga kita sukses selalu.
9. Teman-teman PPL BMT, KKN 55 Kelompok 3 Desa Dlimas, dan lainnya yang tidak bisa di sebutkan satu persatu, yang sudah memberikan semangat, motivasi serta dukungan dalam penulisan skripsi ini.
10. Keluarga besar Demet Squad, IMPP Pekalongan, Keluarga Abdurrahman , Keluarga Khotijah, dan Teman-teman Angkatan 2019 yang telah banyak memberikan pengalaman, relasi dan ilmu yang sangat berharga kepada penulis sebagai menempa diri.



## ABSTRAK

### **ATIKA ISFIRANI. Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service*, Kualitas Produk dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia Kota Pematang).**

Perbankan syariah adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan syariah Islam. Indonesia yang sebagian penduduknya adalah muslim memberikan ruang yang cukup lebar bagi perkembangan bank syariah. Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah menjadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi syariah. Lembaga keuangan atau perbankan itu sendiri. Tercapainya tujuan tersebut ditentukan oleh efisiensi kinerja operasional bank. Operasional bank syariah merupakan perpaduan antara aspek moral dan aspek bisnis yang bertujuan mendapatkan profit dari setiap usahanya serta menghindari bunga.

Jenis penelitian ini adalah *field research* dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Oleh karena itu variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan *Customer Service*, Kualitas Produk dan Literasi Keuangan Syariah dan Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel *Intervening*. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Pematang. Sedangkan pengambilan sampelnya dilakukan menurut rumus Lemeshow dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah penyebaran kuesioner dan penyebaran angket yang dibagikan langsung kepada nasabah Bank Syariah Indonesia. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode probability sampling. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 26 sebagai pengolahan data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *customer service* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan hasil 12,695, kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan hasil 13,325, literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan hasil 14,406, loyalitas nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan hasil 16,924, selain itu, kualitas pelayanan *customer service* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan hasil 13,470, kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan hasil 16,791, literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan hasil 19,382, selain itu kepuasan nasabah juga dapat memediasi antara ketiga variabel tersebut.

**Kata Kunci:** Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service*, Kualitas Produk, Literasi Keuangan Syariah, Loyalitas Nasabah, Kepuasan Nasabah

## ABSTRACT

**ATIKA ISFIRANI. The influence of customer service quality, product quality and sharia financial literacy on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable (case study of the Indonesian sharia Banks, Pematang city).**

*Islamic banking is a banking system developed based on Islamic sharia law. Indonesia, where most of the population is Muslim, provides ample space for the development of Islamic Banks. The development of Islamic banking in economics. Financial institutions or Islamic banking in increasing income is one of the objectives of the banking or financial institutions itself. The achievement of these goals is determined by the efficiency of the bank's operational performance. Islamic banking operations are a combination of moral aspects and business aspects that aim to gain profit from each business and avoid interest.*

*This type of research is field research with quantitative research approach. Where the variables used in this research are the influence of customer service quality, product quality and sharia financial literacy on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable. The population in this study were Indonesian sharia bank customers in the city of Pematang, while sampling was carried out according to the Lemeshow formula with a sample size of 96 respondents. The data source in this research is primary data. The data collection method used was distributing questionnaires and distributed directly to Indonesian sharia bank customers. The sampling technique uses the probability sampling method for data management in this research using SPSS version 26 as data processing.*

*The research results show that customer service quality influences customer loyalty with result 12,695, product quality influences customer loyalty with result 13,325, sharia financial literacy influences customer loyalty with result 14,406, customer loyalty influences customer satisfaction with result 16,924, in addition, customer service quality influences customer satisfaction with result 13,470, product quality influences on customer satisfaction with result 16,791, sharia financial literacy influences customer satisfaction with result 19,382 can also mediate between the three variables.*

**Keywords:** *Influences of customer service quality, product quality, sharia financial literacy, customer loyalty satisfaction*

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Puji Syukur atas Kehadirat Allah SWT., yang telah melimpahkan Rahmat, Hidayah, Taufik dan Inayah-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service*, Kualitas Produk dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia Kota Pematang) ” Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustaqim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H., selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Bapak M. Shulthoni, Lc., M.A., M.S.I., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak Drajat Stiawan, M.SI selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Bapak Dr. A.M. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA)
6. Bapak Syamsul Arifin, M.E selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya guna mengarahkan dan membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Para Nasabah BSI diwilayah Kabupaten Pematang yang sudah berkenan menjadi responden dalam penelitian ini.
8. Segenap Bapak/Ibu Dosen dan Staff UIN K.H. Abdurrahman Wahid

Pekalongan, terkhusus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah yang senantiasa memberikan semangat dan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

9. Orang tua, dan keluarga besar saya yang telah memberikan bantuan dukungan, memotivasi, dan mendoakan selama ini.
10. Teman-teman Program Studi Perbankan Syariah UIN K.H. Absurrahman Wahid Pekalongan Angkatan 2019, serta Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis, khususnya bagi pihak lain yang memerlukan. Sekian dan terima kasih.

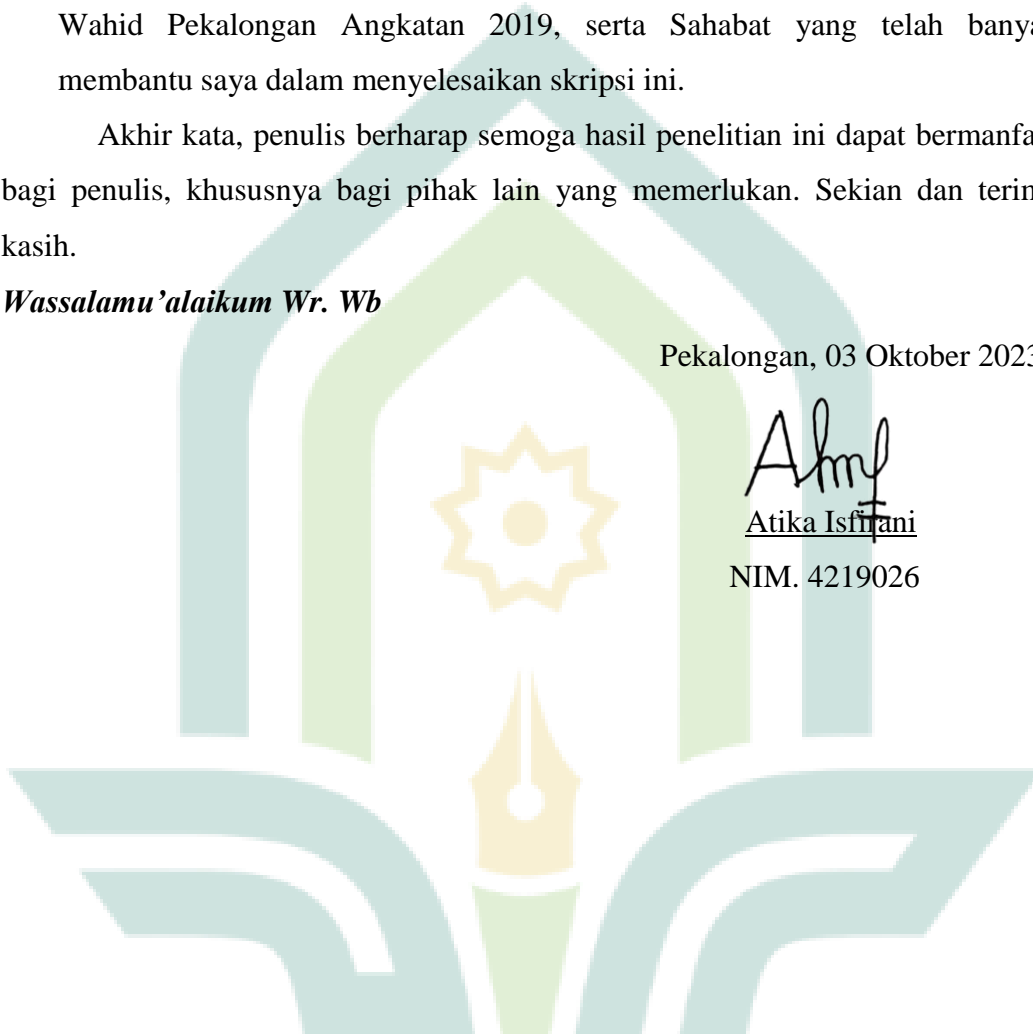
*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Pekalongan, 03 Oktober 2023



Atika Isfijani

NIM. 4219026



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA</b> .....	iii
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>PENGESAHAN</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>ABTRACK</b> .....	x
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	xv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xxiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xxv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xxvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	10
D. SISTEMATIKA PENULISAN .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	14
A. Landasan Teori .....	14
B. Telaah Pustaka .....	29
C. Kerangka Berfikir .....	33
D. Hipotesis Penelitian .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	40
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	40
B. Setting Penelitian .....	40
C. Populasi, Sampel dan Pengambilan Sampel.....	41
D. Variabel Penelitian.....	43
E. Sumber Data .....	47
F. Teknik Pengumpulan Data.....	47

G. Metode Analisis Data.....	48
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
A. Deskripsi Data .....	56
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
2. Deskripsi Respondem Berdasarkan Usia .....	57
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	59
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	60
5. Deskripsi Responden Berdasarkan Jangka Waktu Pemakaian.....	61
B. Analisis Data.....	62
1. Hasil Uji Instrumen .....	62
2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	65
3. Analisis Jalur (Path Analysis) .....	71
4. Uji Mediasi .....	77
5. Hasil Uji Hipotesis .....	79
6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	87
C. Pembahasan .....	89
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>98</b>
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran.....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi Arab – Latin yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158/1977 dan No. 0543 b/U/1987. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi ini adalah sebagai berikut

### 1. Konsonan

Fonemkonsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf dan Arab dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	es (dengan titik di atas)
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	Ta	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	Ka	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	H	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostorof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal Bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu;



Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ	Fathah dan Ya	Ai	A dan i
وُ	Fathah dan Ya	Au	A dan u

Contoh:

كَتَبَ	- Kataba
فَعَلَ	- Fa'ala
ذَهَبَ	- Zahaba
يَذْهَبُ	- Yazhabu
سئِلَ	- Su'ila

### 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَ...إِ...ئَ	Fathah dan Alif atau Ya	A	a dan garis di atas
إِ...ي	Kasrah dan Ya	I	i dan garis di atas
وُ...ؤ	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ	- qāla
رَمِيَ	- ramā
قِيلَ	- qīla

### 4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

#### a. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adaah "t".

b. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h". Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - Raudah al-aṭfāl

-- raudatulatfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ - al-Madīnah al-Munawwarah

- al-Madīnatul-Munawwarah

طَلْحَةَ - talḥah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

الْبِرُّ - al-birr

الْحَجَّ - al-hajj

## 6. Kata Sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

### a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditranliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

### b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu

السَّيِّدُ - as-sayyidu

الشَّمْسُ - as-syamsu

القَلَمُ - al-qalamu

البَدِيعُ - al-badi'u

الجَلَالُ - al-jalālu

## 7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh;

تَأْخُذُونَ - ta'khuzūna

الْأَنْوَاءُ - an-nau'

شَيْءٌ - syai'un

إِنَّ - inna

## 8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaian juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّزَاقِينَ      Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn

Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ      wa auf al-kaila wa-almizān

Wa auf al-kaila wal mizān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ      Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīmūl-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا Bismillāhimajrehāwamursahā

وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا alillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiti  
manistaṭā’a ilaihi sabīla

Walillāhi ‘alan-nāsi hijjul-baiti manistaṭā’a ilaihi sabīlā

## 9. Huruf Kapital

Meskipun dalam system tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya; Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ Wa mā Muhammadun illā ras

إِنَّا أَنْزَلْنَا الْقُرْآنَ لِلنَّاسِ لِيَذُكُرُوا بِهَا وَمَا يُنذِرُ إِلَّا الَّذِينَ كَفَرُوا إِنَّ الْقُرْآنَ كَانَ فِي أَعْيُنِنَا إِنَّا أَنْزَلْنَا الْقُرْآنَ بِاللَّيْلِ وَاللَّيْلُ وَسَوَاءٌ أَلَمَخْتُ بِهِ النَّجْمَ إِذَا نَزَّلْنَاهُ سِوَا الْقُرْآنِ فَهُوَ عَرَابٌ مُّجْتَمِعٌ وَمَا يَتَّبِعُهُ إِلَّا الْغَلَقُ الْمُنْفَرُ إِنَّ الْقُرْآنَ كَانَ فِي أَعْيُنِنَا إِنَّا أَنْزَلْنَا الْقُرْآنَ بِاللَّيْلِ وَاللَّيْلُ وَسَوَاءٌ أَلَمَخْتُ بِهِ النَّجْمَ إِذَا نَزَّلْنَاهُ سِوَا الْقُرْآنِ فَهُوَ عَرَابٌ مُّجْتَمِعٌ وَمَا يَتَّبِعُهُ إِلَّا الْغَلَقُ الْمُنْفَرُ

awwalabaitinwuḍi’alinnāsilallaḥibakkatamubāarak

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ Syahru Ramaḍān al-laḥi unzila fih al-

Qur’ānu

Syahru Ramaḍān al-laḥi unzila fihil Qur’ānu

وَلَقَدْ رَأَاهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ Walaqadra’āhubil-ufuq al-mubīn

Walaqadra’āhubil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdulillāhirabbil al-‘ālamīn

Alhamdulillāhirabbilil ‘ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak digunakan.

#### 10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman Tajwid.



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel .....	45
Tabel 3.2	Skala Pengukuran .....	48
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	58
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan perbulan.....	60
Tabel 4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah BSI.....	61
Tabel 4.6	Uji Validitas Kualitas Pelayanan CS (X <sub>1</sub> ).....	62
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X <sub>2</sub> ).....	63
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan Syariah (X <sub>3</sub> ) .....	63
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah (Y) .....	63
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Z).....	64
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas Model I .....	66
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas Model II .....	66
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinieritas Model I .....	67
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinieritas .....	68
Tabel 4.16	Hasil Uji Glejser Model I .....	69
Tabel 4.17	Hasil Uji Glejser Model II .....	69
Tabel 4.18	Koefisien Jalur Substruktur I .....	72
Tabel 4.19	Koefisien R Model I .....	72
Tabel 4.20	Koefisien Jalur Substruktur II.....	74
Tabel 4.21	Koefisien R Model II .....	74
Tabel 4.22	Pengujian Hipotesis Kualitas Pelayanan.....	80
Tabel 4.23	Pengujian Hipotesis Kualitas Produk .....	81
Tabel 4.24	Pengujian Hipotesis Literasi Keuangan Syariah.....	82
Tabel 4.25	Pengujian Hipotesis Pengaruh langsung.....	83
Tabel 4.26	Pengujian Hipotesis Pengaruh langsung.....	84

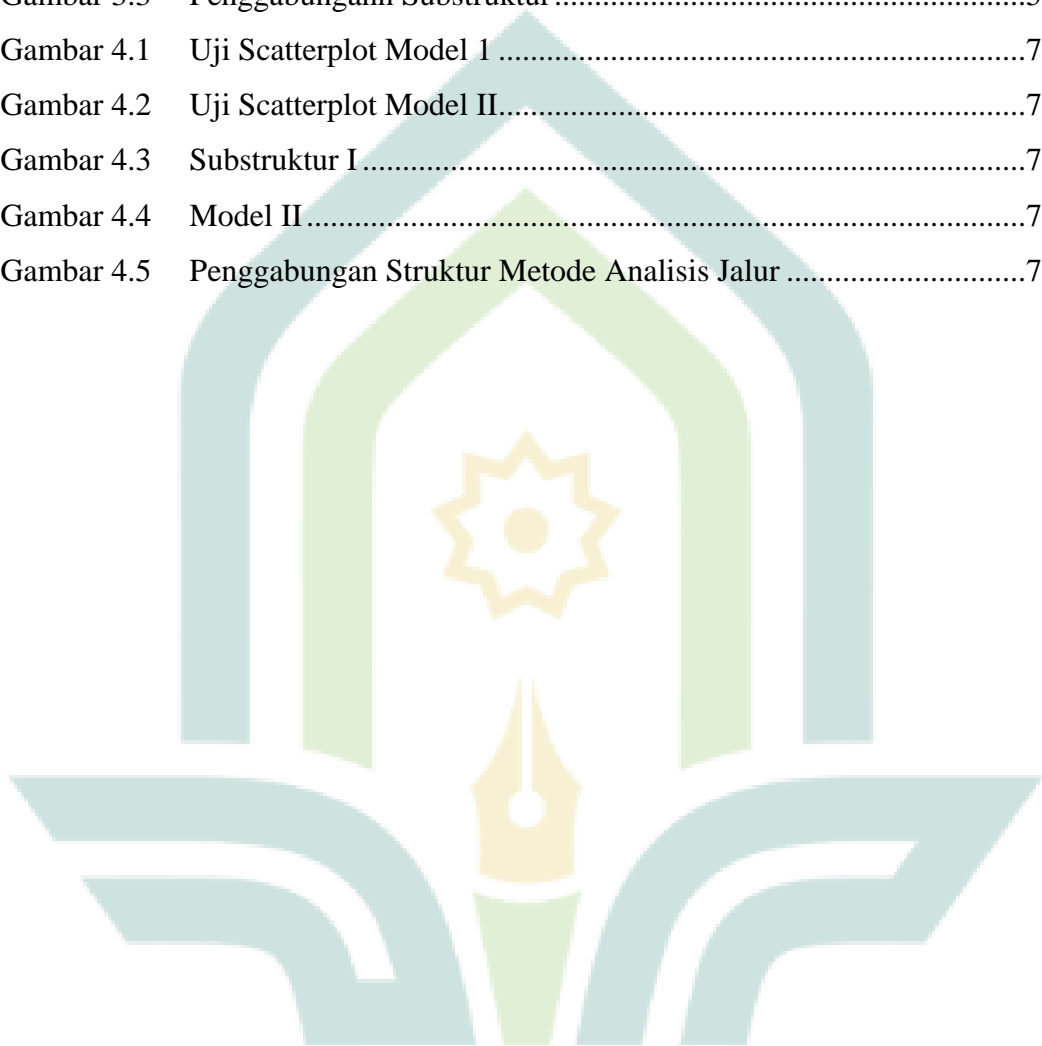
Tabel 4.27	Pengujian Hipotesis Pengaruh langsung.....	85
Tabel 4.28	Pengujian Hipotesis Pengaruh langsung.....	86
Tabel 4.29	Hasil Uji Hipotesis.....	87
Tabel 4.30	Koefisien Determinasi Model I.....	88
Tabel 4.31	Koefisien Determinasi Model II.....	88





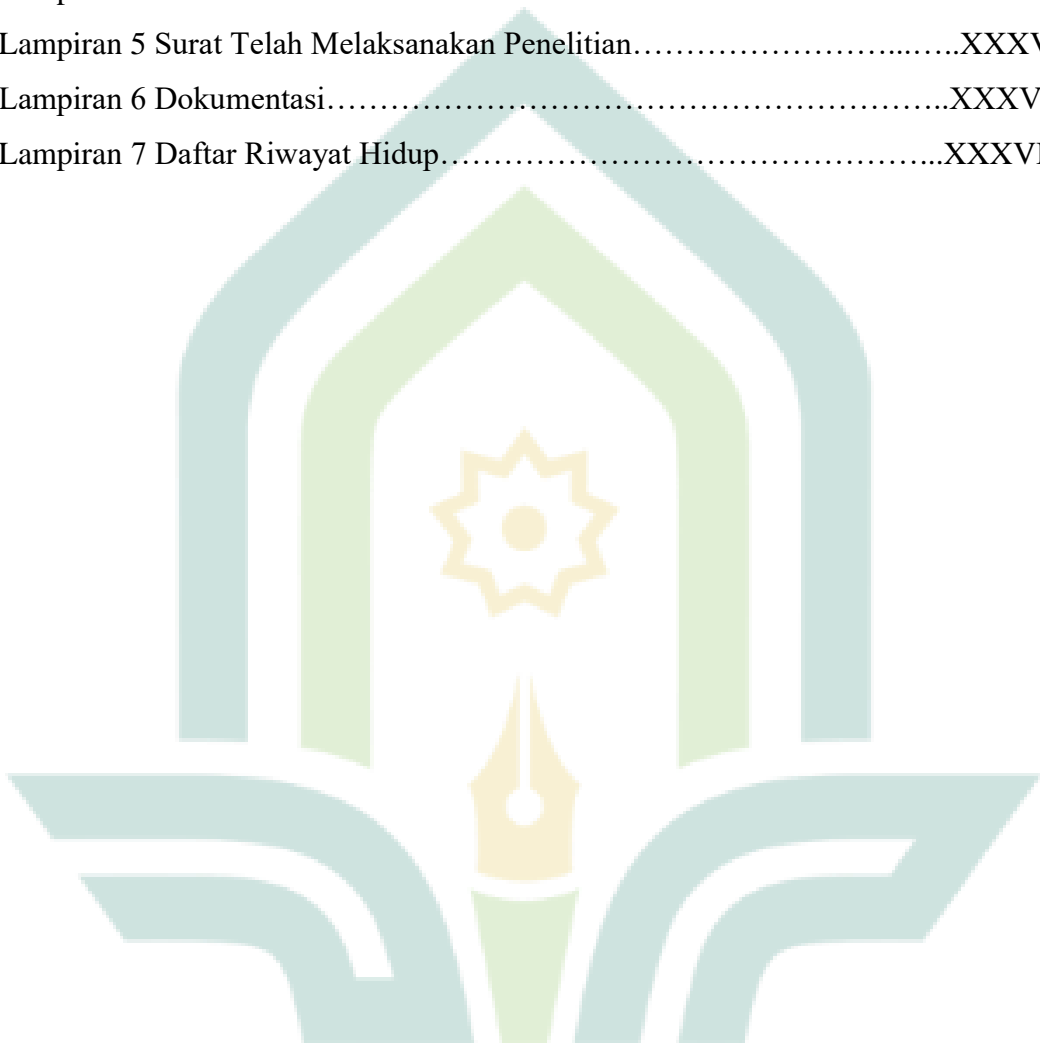
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir .....	33
Gambar 3.1	Model 1.....	51
Gambar 3.2	Model II.....	52
Gambar 3.3	Penggabungann Substruktur.....	52
Gambar 4.1	Uji Scatterplot Model 1 .....	70
Gambar 4.2	Uji Scatterplot Model II.....	70
Gambar 4.3	Substruktur I.....	73
Gambar 4.4	Model II.....	76
Gambar 4.5	Penggabungan Struktur Metode Analisis Jalur .....	76



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuedioner Penelitian.....	I
Lampiran 2 Data Mentah Kuesioner.....	VII
Lampiran 3 Hasil Uji SPSS.....	XIX
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian.....	XXXIV
Lampiran 5 Surat Telah Melaksanakan Penelitian.....	XXXV
Lampiran 6 Dokumentasi.....	XXXVI
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	XXXVII



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dunia perbankan pada saat ini telah mengalami perkembangan yang pesat, oleh karena itu telah menimbulkan persaingan yang begitu ketat. Berdasarkan Rapat Dewan Gubernur (RDG) Bank Indonesia pada tanggal 18-19 April 2022 memutuskan untuk mempertahankan BI 7-Day *Reverse Repo Rate* sebesar 3,50 % ,suku bunga *deposit pacility* 2,75%, dan suku bunga *Lending Pacility* 4.25%. Globalisasi dalam suatu bidang perbankan pada saat ini telah berpengaruh sangat besar terhadap suatu persaingan. Perusahaan tersebut telah mempunyai keunggulan didalam persaingan yang akan menjadi kunci sukses dalam suatu persaingan yang semakin ketat seperti yang sekarang ini. Hal inilah yang harus selalu dilakukan agar perusahaan itu dapat terjaga. Selain itu, setiap perusahaan perbankan harus melakukan sebuah inovasi yang lebih baik dalam melakukan suatu pelayanan sehingga akan lebih banyak diminati oleh nasabah. Perkembangan dalam bank syariah di Indonesia telah di tandai dengan disetujuinya UU No.10 Tahun 1998 menggantikan UU No.7 Tahun 1992. Dalam UU No. 10 Tahun 1998 tersebut, telah diatur secara rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang telah dioperasikan dan yang di implementasikan oleh bank syariah (Semaun Syahriyah, Musdalifah, 2022).

Di dalam lembaga keuangan di Indonesia baik konvensional ataupun syariah memiliki beragam produk perbankan. Misalnya di industri perbankan

syariah telah menjadi suatu keunggulan, serta diberikannya pengertian mengenai suatu produk-produk yang sangat beragam dan yang sangat berbeda. Perbedaan itulah yang menjadi salah satu daya tarik terhadap keputusan konsumen ataupun nasabah menggunakan bank syariah. Keunggulan di bank syariah adalah harus menciptakan rasa aman dengan pihak dari bank dengan tidak menggunakan besarnya keuntungan dari adanya bunga, maka hal tersebut telah menunjukkan bahwa di larangnya riba dalam Islam (Fiazisyah & Purwidiani, 2018).

Menurut Oliver dalam Sangadji dan Sopiah (2013) loyalitas nasabah merupakan loyalitas (*loyalty*) sebagai komitmen yang harus di pegang secara mendalam karena untuk membeli ataupun untuk mendukung produk atau jasa yang telah banyak disukai di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran telah berpotensi sehingga menyebabkan nasabah beralih Sari dan Aprianti (2020). Menurut Kotler dalam Molan (2008) bahwa konsumen yang telah loyal itu tidak diukur dari seberapa banyak dia telah membeli, tetapi dari seberapa sering dia telah melakukan pembelian secara berulang, termasuk disini harus merekomendasikan produknya. Namun keberadaan dan loyalitas nasabah terhadap bank syariah Indonesia masih tergolong rendah. Hal inilah yang menjadi bank syariah itu harus meningkatkan tingkat loyalitas nasabahnya, karena akan memberikan keunggulan yang sangat kompetitif.

Loyalitas nasabah harus ditentukan oleh kegunaan dari barang atau jasa yang dikehendaki dan diharapkan oleh nasabah. Oleh karena itu, jaminan

atas kualitas dan nilai harus menjadi prioritas. Tingkat loyalitas tinggi mampu membentuk keberhasilan suatu perusahaan. Melalui loyalitas, nasabah mampu berinvestasi atau melakukan transaksi berulang dan merekomendasikan kepada pihak lain D.Amanda (2017). Nasabah akan dapat loyal jika suatu kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh perbankan syariah dilakukan dengan sangat baik (Yunuz SD, 2022).

Demi meningkatkan loyalitas yang sangat kuat, perusahaan harus berusaha untuk selalu menjalin hubungan pemasaran (*relationship marketing*) yang harus baik kepada nasabahnya. Pelayanan yang sangat baik akan berpotensi bagus atau tidaknya bank, pelayanan yang telah diberikan dan penelitian menurut Ade Aprilia Utami (2019). Mereka juga akan memilih bank yang dapat mengerti tentang suatu kebutuhan mereka dan mampu memberikan banyak kemudahan dalam pelayanannya. Oleh karena itu, pada saat nasabah sudah melakukan penggunaan suatu produk pada bank secara terus menerus, maka nasabah itu telah memiliki rasa kepercayaan yang sangat tinggi dan akan menjadi nasabah yang loyal. Dalam hal tersebut, peneliti mengambil loyalitas nasabah karena pada dasarnya loyalitas nasabah dapat menentukan pilihannya untuk tetap menggunakan produk atau jasa di Bank syariah tersebut. Loyalitas juga dapat menjadikan nasabah konsisten dalam melakukan pembelian secara berulang dan akan menjadi berlangganan (Maylina, D., & Mulazid, A. S. 2018).

Untuk meningkatkan loyalitas nasabah, perlunya kualitas pelayanan *customer service* dari bank kepada nasabahnya, karena kualitas pelayanan

*customer service* memiliki pengaruh dengan loyalitas nasabah. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Ulfa (2018) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Pentingnya loyalitas nasabah sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan *customer service* sehingga pihak bank harus meningkatkan dalam pelayanan *customer service* sebagai upaya transaksi pada bank syariah (Ulfa, 2018).

Menurut Tjiptono (2012) kualitas pelayanan *customer service* adalah salah satu ikon untuk meningkatkan suatu keberhasilan bank, karena dalam jasa yang telah diberikan seorang *customer service* sangat menjadi denyut nadi dalam perusahaan dimana tempat ia bekerja, karena *customer service* banyak berjumpa dengan nasabah dan berkomunikasi secara langsung dengan orang-orang yang datang langsung ke bank, terlebih bank yang sangat banyak kita jumpai adalah *customer service* untuk menjelaskan produk yang ditawarkan di bank tersebut. Menurut Al Afifah (2018) dalam penelitiannya, jika nasabah merasa bahwa kualitas pelayanan yang diterimanya sangat baik atau sesuai harapan mereka, maka mereka akan puas, percaya dan mempunyai komitmen untuk menjadi nasabah yang loyal.

Selain variabel kualitas pelayanan *customer service*, yang mampu mempengaruhi loyalitas nasabah yakni kualitas produk. Menurut Kotler & Armstrong (2012) mendefinisikan kualitas produk sebagai kemampuan dari sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Sedangkan menurut Wijaya (2011)

menyatakan bahwa kualitas produk adalah gabungan dari keseluruhan karakteristik produk yang dihasilkan dari bagian pemasaran, hasil rekayasa produksi dan pemeliharaan sehingga menjadi barang (produk) yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan konsumen. (J. Ekonomi & Darussalam, 2023).

Kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut mampu melaksanakan fungsinya: keandalan, ketepatan, operasi, serta atribut bernilai lainnya (Sabran, 2009). Dalam hal ini, produsen harus memikirkan apa input dan output dari produk yang dibuat, jika seseorang hendak membuat produk dengan kualitas yang baik, maka ia juga harus memikirkan produk yang berkualitas baik, karena suatu produk yang baik, tentunya akan menghasilkan nilai yang baik pula agar nasabah dapat puas dengan produk di Bank yang telah di tawarkannya.

Kemudian variabel selanjutnya yang mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap literasi keuangan syariah. Literasi keuangan syariah merupakan kemampuan seseorang nasabah untuk mengelola keuangan, baik dalam pengambilan keputusan dengan melihat konsekuensi yang akan diterimanya (Ramadhan, 2017). Literasi keuangan syariah telah berkembang pesat selama beberapa tahun terakhir. Beberapa faktor yang dapat menyebabkan literasi keuangan syariah berkembang antara lain tingkat bunga yang sangat rendah, meningkatnya tingkat kebangkrutan dan tingkat hutang, serta meningkatnya tanggung jawab individu untuk membuat suatu keputusan yang akan mempengaruhi perekonomian (Susilo, 2018).

Literasi keuangan syariah sangat berkaitan erat dengan kesejahteraan seseorang individu. Pengetahuan keuangan dan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, literasi keuangan syariah dapat membantu individu agar terhindar dari masalah keuangannya. Kesulitan keuangan bukan hanya terjadi karena rendahnya pendapatan. Kesulitan keuangan juga dapat muncul jika terjadi kesalahan dalam pengelolaan keuangan (*miss management*) contohnya seperti kesalahan penggunaan kredit, dan tidak adanya perencanaan keuangan. Keterbatasan finansial dapat menyebabkan stress, dan akan menyebabkan rendahnya kepercayaan diri (Margaretha, 2015). Adanya pengetahuan keuangan dan literasi keuangan syariah akan lebih membantu individu tersebut dapat memaksimalkan nilai waktu uang dan keuntungan yang diperoleh dari individu akan semakin besar dan akan meningkatkan taraf kehidupannya (A. Saputra, 2022).

Selanjutnya kepuasan nasabah sebagai variabel intervening terhadap loyalitas nasabah. Nasabah yang telah setia adalah mereka yang sangat puas terhadap produk dan pelayanannya, oleh karena itu mereka mempunyai antusiasme untuk memperkenalkan produnya kepada teman atau siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya tahap berikutnya yaitu nasabah yang loyal itu akan memperluas kesetiaan mereka pada produk-produk lain dari bank syariah tersebut. Loyalitas nasabah itu dapat diwujudkan di dalam berbagai bentuk perilaku, misalnya mengatakan hal-hal yang positif tentang perusahaan perbankan kepada orang lain, serta mereka akan



merekomendasiakan perusahaan bank kepada nasabah lain, atau dapat meningkatkan pembelian.

Di samping itu juga, loyalitas merupakan aset strategis yang dimiliki perusahaan dalam bank harus dapat memberikan pelayanan terbaik kepada para nasabahnya. Sehingga terjalin hubungan baik diantara kedua belah pihak. Hubungan antara kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah seakan-akan telah menjadi peran penting dalam beberapa bentuk seperti yang dikemukakan oleh Aaker (1997) sebagai berikut: Mengurangi biaya pemasaran, Meningkatkan arus transaksi, Menarik minat nasabah baru dan, Memberikan waktu untuk merespon ancaman-ancaman pesaing.

Kepuasan dan ketidakpuasan nasabah yaitu hasil penilaian nasabah terhadap apa yang telah diharapkannya dengan membeli dan menggunakan produk-produk atau jasa di bank. Apabila nasabah merasa puas, maka nasabah akan kembali menggunakan jasa dari perusahaan dan akan menjadi pelanggan yang sangat setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada yang lainnya, bahkan mereka akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa di perusahaan bank tersebut. Sebaliknya jika nasabah tersebut merasa kurang puas, maka nasabah tersebut akan menceritakan pelayanan yang mengecewakan kepada orang lain, sehingga dapat memperburuk citra dan eksistensi perusahaan perbankan yang akan berakibatkan menurunnya jumlah nasabah atau pemakai jasa di bank tersebut (Subagja, 2019).

Kepuasan nasabah akan didapat ketika layanan yang diberikan oleh

sebuah perusahaan khususnya lembaga keuangan syariah (LKS) itu maksimal. Maka, kepuasan pelanggan dapat kita artikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang dapat menentukan tumbuh- kembangnya sebuah perusahaan, khususnya dibidang keuangan seperti LKS agar dapat bertahan dan tetap eksis dalam menghadapi persaingan yang ada antar LKS, termasuk didalamnya adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) (Rizqi, 2017). Hal ini dilakukan oleh BSI dengan tujuan untuk menarik klien dan hal tersebut juga sudah menjadi keharusan bagi sebuah perusahaan seperti BSI untuk memberikan tingkat kualitas layanan tertinggi agar dapat memberikan kepuasan kepada nasabah- nasabahnya (William & Purba, 2020).

Hal ini di perkuat dengan adanya penelitian dari (Sondakh, 2018) hasil riset menunjukkan bahwa loyalitas nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Karena semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah maka akan tinggi juga tingkat kepuasan yang dimiliki oleh nasabah. Belakangan, penelitian Shandy menyatakan tingkat loyalitas menjadi faktor yang dapat mempengaruhi nasabah untuk menjadikan nasabah itu puas dalam pelayanannya di BSI. Penelitian yang dilakukan oleh Edi Susilo bahwa kualitas pelayanan *customer service* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, kemudian penelitian yang di lakukan Anggun Citra kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dan penelitian oleh Afnina bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap loyalitas

nasabah.

Oleh karena itu diketahui bahwa masyarakat Pemalang belum banyak yang loyal menjadi nasabah di BSI, karena di BSI belum bisa memberikan pelayanan kepada nasabah secara maksimal sehingga nasabah belum loyal dalam menggunakan produk atau jasa yang di tawarkan. Dengan demikian dari keberagaman hasil yang telah diperoleh dari literatur penelitian tersebut diperlukan adanya penelitian ulang. Melalui penelitian ini, peneliti hendak menguji timbulnya pengaruh diantara variabel kualitas pelayanan *customer service*, kualitas produk, dan literasi keuangan syariah kepada variabel dependen, yaitu loyalitas nasabah dengan tambahan variabel kepuasan nasabah selaku variabel *intervening*. Berdasar latar belakang yang diuraikan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service*, Kualitas Produk dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia Kota Pemalang)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah penelitian ini yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan *customer service* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?
3. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?

4. Apakah kualitas pelayanan *customer service* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
5. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
6. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
7. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?
8. Apakah kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening* memediasi antara kualitas pelayanan *customer service* terhadap loyalitas nasabah?
9. Apakah kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening* memediasi antara kualitas produk terhadap loyalitas nasabah?
10. Apakah kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening* memediasi antara literasi keuangan syariah terhadap loyalitas nasabah?

### C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dalam penelitian iniyaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap loyalitas nasabah.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah.
3. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah terhadap loyalitas nasabah.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

6. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah terhadap kepuasan nasabah.
7. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.
8. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening* memediasi antara kualitas pelayanan *customer service* terhadap loyalitas nasabah.
9. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening* memediasi antara kualitas produk terhadap loyalitas nasabah.
10. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening* memediasi antara literasi keuangan syariah terhadap loyalitas nasabah.

Adapun manfaat yang dijangkau dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan menjadi nilai tambah informasi yang tentunya dijadikan bahan acuan dalam menambah wawasan pengetahuan mengenai kualitas pelayanan *customer service*, kualitas produk dan literasi keuangan syariah terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah di lembaga keuangan syariah.

- a. Manfaat Akademis

Dengan adanya penelitian ini dimaksudkan agar dapat memperluas dan meningkatkan pemahaman instruktur dan mahasiswa tertarik pada studi pemasaran dalam masalah penelitian yang sedang dipertimbangkan.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Lembaga Keuangan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan informasi dan bahan pengembangan bagi pihak Bank Syariah Indonesia melalui seberapa pentingnya kualitas pelayanan *customer service*, kualitas produk dan literasi keuangan syariah terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah.

### b. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan menulis dan menambah wawasan sekaligus memperoleh pengetahuan yang lebih dengan melalui penerapan serta membandingkan teori yang telah didapat selama di bangku kuliah dengan realita yang berada di lapangan.

### c. Bagi Pembaca

Diharapkan penelitian ini pembaca dapat mengetahui dan mengembangkan pengetahuan serta informasi yang dijadikan referensi riset mengenai faktor yang dapat mempengaruhi minat seorang dalam mengetahui kualitas produk yang ada di bank syariah Indonesia.

## D. SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I : Menjelaskan teori yang akan dibahas dalam penelitian ini.

Pargraf kedua ini berisi penjelasan teoritis, pustaka, pikiran berpikir dan hipotesisi.

BAB II : Menjelaskan jenis dan fokus analisis, pengaturan untuk analisis, ringkasan data, populasi, dan sampel, teknik memodifikasi sampel, variabel operasional untuk analisis dan teknik analisis untuk menganalisis data.

BAB III : Menjelaskan jenis dan fokus analisis, pengaturan untuk analisis, ringkasan data, populasi, dan sampel, teknik memodifikasi sampel, variabel operasional untuk analisis dan teknik analisis untuk menganalisis data.

BAB IV : Menjelaskan usulan perolehan data, yaitu penjabaran seluruh data atau hasil dari penelitian.

BAB V : Menjelaskan mengenai saran, kesimpulan, daftar pustaka, dan lampiran-lampiran



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Menurut penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service*, Kualitas Produk dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia Kota Pemalang) dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel Kualitas Pelayanan *Customer Service* berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah atau bisa dikatakan bahwa H1 diterima
2. Variabel Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah atau bisa dikatakan bahwa H2 diterima
3. Variabel Literasi Keuangan Syariah berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah atau bisa dikatakan bahwa H3 diterima
4. Variabel Kepuasan Nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah atau bisa dikatakan bahwa H4 diterima
5. Variabel Kualitas Pelayanan *Customer Service* berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah atau bisa dikatakan bahwa H5 diterima
6. Variabel Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah atau bisa dikatakan bahwa H6 diterima.
7. Variabel Literasi Keuangan Syariah berpengaruh secara signifikan



terhadap Kepuasan Nasabah atau bisa dikatakan bahwa H7 diterima

8. Variabel Kualitas Pelayanan *Customer Service* berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah sebagai variabel *Intervening* atau bisa dikatakan bahwa H8 diterima
9. Variabel Kualitas Pelayanan Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah sebagai variabel *Intervening* atau bisa dikatakan bahwa H9 diterima
10. Variabel Literasi Keuangan Syariah berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah sebagai variabel *Intervening* atau bisa dikatakan bahwa H10 diterima

## **B. Saran**

Dari hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang diberikan yaitu sebagai berikut:

### **1. Bagi PT. Bank Syariah Indonesia (BSI)**

Setelah saya melakukan penelitian bahwa variabel yang saya munculkan yang memiliki nilai pengaruh yang tinggi terhadap minat seorang nasabah menggunakan layanan di BSI, tentang Kualitas Pelayanan *Customer service*, Kualitas Produk, Literasi Keuangan Syariah, Loyalitas Nasabah dan Kepuasan Nasabah agar semakin meningkatkan nasabah dalam loyalitas dan memberikan kenyamanan terhadap nasabah yang telah melakukan transaksi baik itu menabung di Bank Syariah tersebut.

## **2. Bagi Nasabah**

Temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat membantu para nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pemalang dalam melakukan transaksi yang ada, dan mengetahui kelebihan dari Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pemalang. Dan peneliti menyarankan kepada seluruh nasabah BSI di Kabupaten Pemalang agar lebih meningkatkan minat menabungnya di BSI.

## **3. Bagi Penelitian Selanjutnya**

Baiknya peneliti selanjutnya, hasil dari riset ini dapat digunakan sebagai sumber rujukan untuk penelitian selanjutnya dan ketika melakukan penelitian yang sejenis perlu menambahkan variabel lain selain kelima variabel yang ada pada penelitian ini dan diharapkan juga untuk ditambahkan jumlah sampelnya. Untuk penelitian selanjutnya objek penelitian juga dapat dikembangkan lagi di lembaga keuangan syariah lainnya seperti BPRS, KSPPS dan lain sebagainya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, D. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Kecamatan Singkohor Kabupaten Aceh Singkil)*.
- Arsyidin, M. (2019). *Pengaruh Persepsi, Tingkat Relisiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi pada Masyarakat kecamatan Tulis)*.
- Budiman, F. (2020). Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Boyolali. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(5), 142–166.
- Dr. Deni Dermawan, S.Pd., M. S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Ekonomi, F., & Diponegoro, U. (2011). *Fakultas ekonomi universitas diponegoro semarang 2011*. 1–63.
- Ekonomi, J., & Darussalam, S. (2023). *No Title*. 4(1), 124–143.
- Fauzi, R. N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Santri di Kabupaten Sleman Yogyakarta). *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 9(1), 37–46.
- Fiazisyah, A., & Purwidiani, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji Kfc Basuki Rahmat Surabaya. *E-Journal Boga*, 7(2), 168–187.
- Ismail, R. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Nasabah Sebagai Prediktor Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 10(2), 179–196. <https://doi.org/10.33830/jom.v10i2.79.2014>
- Jakarta, P. A. (2023). *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains dan Terapan*. 1(1), 40–49.
- Nurhaliza. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Persepsi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Desa Dangieng Kec. Kayangan Kab. Lombok Utara) (Studi pada Masyarakat Desa Dangieng Kec. Kayangan Kab. Lombok Utara)*.

- Marlius, D. (2018). Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat dari Kualitas Pelayanan. *Jurnal Pundi*, 1(3), 237–250. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i3.60>
- Marlius, D., & Putriani, I. (2019). *Kepuasan Nasabah PT . Bank Rakyat Indonesia Unit Tapan Cabang Painan Dilihat Dari Kualitas Layanan Customer Service*. 03(02), 111–122. <https://doi.org/10.31575/jp.v3v2.151>
- Martono, N. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder)*.
- OJK. (2014). *Otoritas Jasa Keuangan Syariah*.
- Purwanza, S. W. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi* (K. Aris Munndar S (ed.)).
- Puspita, A. T., Lubis, D., & Muthohharoh, M. (2021). *Faktor – Faktor yang Memengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Syariah pada Mahasiswa Muslim di Bogor Determinants of Islamic Financial Literacy Level of Muslim Students in Bogor*. 9(1), 1–20. <https://doi.org/10.29244/jam.9.1.1-20>
- Rahmah Tulwaidah, N. M. dan M. I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi Di BANK Syariah. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1).
- Rudi Haryono. (2021). Kualitas Layanan, dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah terhadap Perbankan Syariah. *Journal Of Comprehensif Islamic Studies Volume I Nomor 1, Juni 2022*, 1(1), 1–180.
- Sahputra, J., & Harahap, R. A. (2022). Loyalitas Pelanggan, Pemahaman Loyalitas Pelanggan JEKSya *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 1–10.
- Sanjaya, B. (2017). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, December 2016.
- Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (A. Rachmatullah (ed.)). Indigo Media
- Saputra, A. (2022). Pengaruh literasi keuangan syariah,kepercayaan,dan

- religiusitas masyarakat terhadap penggunaan mobile banking syariah di kecamatan Aceh tengah. In *γ787* (Issue 8.5.2017).
- Saputra, R., Ekonomi, F., & Riau, U. I. (2020). *KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DISTRO LABEL STORE*.
- Sari, P. Y., & Usvita, M. (2013). *Pengaruh Kualitas Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Sikoci*.
- Sari, D. M., Ananda, R. F., & Rahmadhani, S. N. (2022). Pengaruh Asimetri Informasi dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015- 2019. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Keuangan Dan Bisnis (JIKABI)*, 1(1), 26–39. <https://doi.org/10.31289/jbi.v1i1.1058>
- Sasongko, S. R. (2021). *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan*. 3(1), 104–114.
- Semaun Syahriyah, Musdalifah, S. C. R. dan R. (2022). Pengaruh Karakteristik Sharia Marketing terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Indonesia ( BSI ) KCP Pinrang Syahriyah Semaun Musdalifah Sitti Cheryah Rasyid Rukiah. *Jurnal Syariah Dan Hukum*, 20(1), 19–41.
- Setiawan, A. (2022). Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, dan tingkat Literasi keuangan Syariah dalam Pengambilan Produk di Bank Syariah dengan Pengetahuan sebagai Variabel Intervening. *Management*.
- Semaun Syahriyah, Musdalifah, S. C. R. dan R. (2022). Pengaruh Karakteristik Sharia Marketing terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah Indonesia ( BSI ) KCP Pinrang Syahriyah Semaun Musdalifah Sitti Cheryah Rasyid Rukiah. *Jurnal Syariah Dan Hukum*, 20(1), 19–41.
- Subagja, A. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BJB Cabang Subang. *IJD Inernational Journal of Demos*, 1(02)(2), 150.
- Subandono, F. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi Reksadana Syariah Generasi Z (Studi Kasus Jabodetabek)*.
- Sudaryana, B., & Agusiady, R. H. . (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (A*.

D. Nabila (ed.). Deepublish Publisher.

- Suprihati, Sumadi, & Tho'in, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan CS, Budaya, Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah. *Ilmiah Ekonomi*, 7(1), 443–450.
- Susandini, A., & Miftahul Jannah. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual SPSS. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 11(1), 11–27.
- Susilo, A. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH (studi pada KSPPS Baitul Tanwil Muhamadiyah (BTM) Amanah Bina Insan Bangunrejo Lampung Tengah). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH (Studi Pada KSPPS Baitul Tanwil Muhamadiyah (BTM) Amanah Bina Insan Bangunrejo Lampung Tengah)*, 1–110.
- Ulfa, S. (2018). *pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah)*.
- Yasin, N. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Koperasi Terhadap Loyalitas Anggota Baitul Maal Wat Tamwil Dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada KSPPS BMT Karisma Magelang (Vol. 21, Issue 1)*.

## RIWAYAT HIDUP PENULIS

### A. IDENTITAS DIRI

Nama : Atika Isfirani  
 Tempat tanggal lahir : Pemalang, 21 Mei 2001  
 Alamat rumah : Jl. Arbei Desa Bojongnangka 01/08, Pemalang  
 Alamat tinggal : Jl. Arbei Desa Bojongnangka 01/08, Pemalang  
 Nomor handphone : 087731931822  
 Email : [atikaisfirani797@gmail.com](mailto:atikaisfirani797@gmail.com)

### B. IDENTITAS ORANG TUA

Nama ayah : Kusnin  
 Pekerjaan ayah : Wiraswasta  
 Nama ibu : Badriah  
 Pekerjaan ibu : Ibu Rumah Tangga

### C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SDN 1 Bojongnangka (2007-2013)
2. SMP : SMPN 3 Pemalang (2013-2016)
3. SMA /SMK : SMAN 3 Pemalang (2016-2019)

### D. PENGALAMAN ORGANISASI

1. PR. IPNU IPPNU Desa Bojongnangka, Anggota, 2022-2023
2. IMPP Ikatan Mahasiswa Pelajar Pemalang Pekalongan, Anggota, 2020-2022

Pekalongan, 03 Oktober 2023

  
 Atika isfirani