

PENERAPAN NILAI-NILAI ISLAM DALAM BANK BERBASIS SYARIAH DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS NASABAH

Adzan Noor Bakri, Umi Masruroh

Abstract:

Penelitian ini dilatar belakangi dengan banyaknya lembaga keuangan syariah yang bermunculan dan semakin banyaknya bank syariah yang melayani jasa keuangan sekaligus memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin beragam. Dengan banyaknya perbankan syariah saat ini, tak lepas dari tuduhan yang menyatakan bahwa perbankan syariah adalah bank konvensional yang hanya dibubuhi label syariah. Namun, dewasa ini bank syariah selalu berupaya menerapkan nilai-nilai Islam yang didasarkan pada prinsip syariah. Melihat upaya bank syariah, apakah nantinya nilai-nilai Islam mempengaruhi keloyalitan nasabah, karena loyalitas nasabah adalah sumber keuntungan suatu perusahaan khususnya perbankan syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampelnya diambil secara *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran angket. Angket digunakan untuk memperoleh data tentang nilai-nilai Islam yaitu keadilan, kesederajatan dan kejujuran. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi berganda, dan uji hipotesis dengan bantuan program spss 15. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara nilai-nilai Islam seperti keadilan, kesederajatan dan kejujuran terhadap loyalitas nasabah baik secara parsial maupun bersama-sama. Artinya meskipun Bank berbasis Syariah penerapan nilai-nilai Islam bukanlah merupakan faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah menabung di bank syariah namun ada beberapa faktor lain yang lebih mempengaruhi loyalitas nasabah yang tidak diteliti oleh peneliti. Implikasi penelitian ini adalah Bank Syariah harus mampu menonjolkan nilai-nilai Islam dalam segala bentuk aktivitasnya, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan nasabahnya. Kepercayaan merupakan salah satu faktor penting untuk menjaga hubungan jangka panjang antara bank syariah dengan nasabahnya

Kata Kunci: : Nilai-nilai Islam, Keadilan, Kesederajatan, Kejujuran dan Loyalitas Nasabah. Manajemen Pemasaran Bank Syariah

1. PENDAHULUAN

Penerapan nilai-nilai Islam pada bank syariah secara baik dan benar kurang maksimal dalam mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah dan tingkat loyalitas nasabah bank syariah. Hal itu disebabkan karena banyaknya lembaga keuangan syariah yang bermunculan dan semakin banyaknya bank syariah yang melayani jasa keuangan sekaligus memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin beragam. Banyaknya perbankan syariah saat ini, tak lepas dari tuduhan yang menyatakan bahwa perbankan syariah adalah bank konvensional yang hanya dibubuhi label syariah. Namun, dewasa ini bank syariah selalu berupaya menerapkan nilai-nilai Islam yang didasarkan pada prinsip syariah. Melihat upaya bank syariah, apakah nantinya nilai-nilai Islam mempengaruhi kelayakan nasabah, karena loyalitas nasabah adalah sumber keuntungan suatu perusahaan khususnya perbankan syariah¹.

Aktivitas ekonomi tidak boleh dilepaskan dari keimanan kepada Allah SWT bahkan menjadi *built in control* bagi pelaku ekonomi. Dari sinilah kemudian perbankan syariah dibangun dan dirancang untuk meningkatkan derajat kehidupan manusia. Perbankan syariah diharapkan menjadi alternatif bahkan solusi yang menentukan bagi perkembangan ekonomi nasional khususnya umat Islam².

Setiap aktivitas perbankan yang dijalankan oleh bank syariah yang ada di Indonesia harus selalu berada pada jalur prinsip-prinsip syariah. Prinsip-prinsip (asas-asas) syariah adalah berdasarkan sumber-sumber hukum Islam. Sumber hukum Islam tersebut terdiri dari sumber hukum primer yaitu, Al-Qur'an dan Al-Hadits dan

sumber hukum sekunder yaitu, *ijma'* (konsensus para ulama), *qiyas*

(penalaran/reasoning secara analogis) dan *ijtihad* (penalaran hukum secara mandiri)³.

Kebutuhan masyarakat terhadap perbankan syariah menjadi salah satu tolak ukur bagi pengembangan syariah kedepannya. Masyarakat menginginkan perbankan yang ada tidak hanya berlabel syariah saja. Namun masyarakat mengharapkan penerapan nilai-nilai Islam secara utuh dalam setiap aktivitas perbankan syariah. Dalam temuan dilapangan menunjukkan bahwa tingkat penerimaan masyarakat terhadap kehadiran bank syariah sebetulnya sangat menggembirakan, misalnya saja, dari 3817 nasabah 90% (3226 nasabah) menyatakan menerima bank syariah, sisanya 10% (591) menolak sistem ini, demikian juga penolakan terhadap sistem bunga mencapai 65% karena bertentangan dengan agama⁴. Berbagai penelitian telah dilakukan berkaitan dengan minat masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah.

Salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Rahma Yulianti dengan judul "*Pengaruh Minat Masyarakat Aceh terhadap Keputusan Memilih Produk Bank Syariah di Kota Banda Aceh*" dari hasil penelitian menunjukkan bahwa motif religiusitas berpengaruh positif terhadap variabel pertimbangan nasabah dalam memutuskan memilih produk bank syariah. Semakin baik dalam implementasi syariah maka nasabah akan semakin mempertimbangkan memilih produk bank syariah. Sedangkan dengan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap variabel pertimbangan nasabah dalam memutuskan memilih bank syariah. Semakin baik kualitas layanan yang ditawarkan, maka nasabah cenderung untuk memilih produk bank syariah⁵. Jadi dari penelitian yang dilakukan oleh Rahma Yulianti dapat ditarik kesimpulan ada 2 faktor yang mempengaruhi masyarakat memilih bank syariah yaitu religiusitas dan kualitas layanan.

Usaha untuk memperoleh nasabah yang loyal tidak dapat dilakukan sekaligus, namun melalui

¹ Sari Sonya Ika Nurika *Skripsi* "Adapun Pengaruh Atribut dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syariah KCP Tulungagung". (Tulungagung : 2014).

²Muh Indra Bangsawan, eksistensi ekonomi Islam (study syariah di Indonesia). Surakarta : 2017.

³ Thariq Ashraf, Sharia-complaint Investing: Concept and Opportunities, <http://www.csri.orgnz/document/tashraf>, diakses tanggal 23 juli 2017.

⁴ Ali Hasan, "*Marketing Bank Syariah (cara jitu meningkatkan Pasar Bank Syariah)*" (Ghalia Indonesia : 2010), h. 99.

⁵ Rahma Yulianti, jurnal "Pengaruh Minat Masyarakat Aceh terhadap Keputusan Memilih Produk Bank Syariah di Kota Banda Aceh". (Universitas Serambi Mekkah : 2015)

beberapa tahapan mulai dari mencari nasabah potensial sampai memperoleh partners. Loyalitas nasabah merupakan ukuran kedekatan nasabah pada perusahaan, termasuk kemungkinan memperbaharui kontrak merek di masa yang akan datang, berapa kemungkinan nasabah mengubah dukungannya terhadap kontrak kerja sama dengan perusahaan pembiayaan, berapa kemungkinan keinginan nasabah untuk meningkatkan citra positif suatu perusahaan. Jika perusahaan tidak dapat memuaskan nasabah maka nasabah akan bereaksi dengan cara *exit* (nasabah menyatakan berhenti menjadi nasabah)⁶.

Salah satu aspek yang tidak kalah penting untuk menjaga agar nasabah tetap loyal adalah kepercayaan. Pernyataan tersebut diperkuat dengan pendapat para ahli yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan salah satu unsur penting loyalitas nasabah, kepercayaan sebagai dasar penting untuk membangun dan memelihara hubungan jangka panjang. Kepercayaan merupakan modal penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah terutama dalam menjaga hubungan jangka panjang, sehingga kepercayaan menjadi peran penting dalam keberlangsungan perusahaan untuk waktu yang akan datang⁷.

Perbankan syariah harus mampu menerapkan nilai-nilai ke-Islaman di dalam prosedur dan mekanisme kerjanya. Sehingga perbankan syariah dapat senantiasa berada dalam koridor nilai-nilai Islam guna mencapai pengembangan ke arah yang lebih baik lagi. Penerapan nilai-nilai Islam pada bank syariah secara baik dan benar tentu saja akan mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Penerapan nilai-nilai Islam perlu menjadi perhatian penting bagi setiap bank syariah. Dengan penerapan nilai-nilai Islam, akan meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menempatkan dananya ataupun menggunakan pembiayaan dari perbankan syariah. Semakin banyak masyarakat menempatkan dananya atau menggunakan pembiayaan dari bank syariah, itu menunjukkan masyarakat telah menjadi nasabah yang loyal pada bank syariah⁸.

⁶ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2005), h. 127

⁷ Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Strategi Bisnis Bank Syariah*, Jakarta Pusat, PT Gramedia Pustaka Utama, 2015, h. 110

⁸ <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=406342&val+5882&tittle=pengaruh%20kepercayaan%20dan%20>

2. TINJAUAN PUSTAKA

Beberapa penelitian dan pembahasan terdahulu yang telah ditelusuri oleh penulis, ternyata tidak ditemukan apa yang dibahas dan diteliti oleh penulis. Akan tetapi dari beberapa penelitian terdahulu penulis mene mukan hal-hal yang ada kaitannya tentang penerapan nilai nilai islam pada bank syariah dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah dengan objek penelitian yang berbeda, yaitu :

Verry Cahyono tahun 2017 dengan judul skripsi "*Penerapan nilai-nilai Islam terhadap loyalitas nasabah (studi kasus di baitul maal wa tamwil sahara kauman tulung agung*" dalam penelitian ini nilai-nilai Islam yang dimaksud adalah keadilan, kesederajatan, kepercayaan dan ketentraman. Hasil menunjukkan adanya pengaruh nilai-nilai Islam terhadap loyalitas nasabah⁹. Perbedaannya penelitian ini mempunyai empat nilai-nilai Islam yaitu keadilan, kesederajatan, kepercayaan dan ketentraman sedangkan akan yang diteliti hanya tiga. Variabel independent yaitu keadilan, kesederajatandan kejujuran.

Yuliana Normawati pada tahun 2013, judul skripsi "*faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah bank syariah mandiri*" hasil penelitian menunjukkan religiusitas, bagi hasil, produk, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan secara bersama sama terhadap loyalitas nasabah. Angka Adjusted R square sebesar 0,648 menunjukkan bahwa 64,8 persen variasi loyalitas pelanggan bisa dijelaskan oleh kelima variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 35,2 persen dijelaskan oleh variabel lain di luar kelima variabel yang digunakan dalam penelitian ini¹⁰. Perbedaan : Penelitian membahas apa saja yang menjadi faktor –faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah sedangkan penelitian yang akan dilakukan terfokus pada

[Okepuasan%20terhadap%20loyalitas%20Nasabah%20perban kan%20Syariah](#), diakses pada tanggal 13 Juli 2017

⁹ Verry Cahyono, *Skripsi "Penerapan nilai-nilai Islam terhadap loyalitas nasabah (studi kasus di baitul maal wa tamwil sahara kauman tulung agung"*. (jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung : 2017)

¹⁰ Yuliana Normawati, *Skripsi "faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah bank syariah mandiri"*. (jurusan ekonomi Islam UIN Sunan kalijaga Yogyakarta : 2013)

pengaruh nilai-nilai Islam terhadap loyalitas nasabah..

Nirma Kurriwati, Jurnal *“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen”*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Perbedaanya dalam penelitin ini membahas bagaimana kualitas produk dapat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tidak membahas tentang nilai-nilai Islam sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih focus pada nilai-nilai Islam¹¹.

Danar Rahayu dan Alvi Farwati Alwi, Jurnal *“Analisis Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekan Baru”*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah¹². Perbedaanya dalam penelitin ini membahas bagaimana kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tidak membahas tentang nilai-nilai Islam sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih focus bagaimana nilai-nilai Islam dapat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Destika Primasari tahun 2016 *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan Ib Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kcp Ungaran”*. Dalam penelitian ini juga kualitas layanan dan tabungan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah¹³. Perbedaanya, dalam penelitian ini membahas tentang kualitas pelayanan dan kualitas produk tidak membahas tentang nilai-nilai Islam namun tetap membahas loyalitas nasabah sedangkan penelitian yang akan dilakukan akan membahas lebih focus nilai-nilai Islam dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah.

¹¹ Nirma Kurriwati, Jurnal *“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen”* (Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo)

¹² Danar Rahayu dan Alvi Farwati Alwi, Jurnal *“Analisis Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Pecan Baru”*. (Jurusan Manajemen Ilmu Ekonomi Universitas Riau)

¹³ Destika Primasari, *Skripsi “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan Ib Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kcp Ungaran”*. (Jurusan Perbankan Syariah IAIN Salatiga : 2016)

3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif . alasan peneliti menggunakan metode kuantitatif untuk memperoleh pengaruh antar variabel bebas (*independent*) yang diteliti yaitu nilai-nilai Islam terdiri atas kedilan, kesederajatan dan kejujuran terhadap variabeel terikat (*dependent*) yaitu loyalitas nasabah. Metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo angkatan 2014 yang berjumlah 95 orang¹⁴. Sampling adalah suatu teknik yang dilakukan oleh penulis di dalam mengambil atau menentukan sampel penelitian¹⁵. Pada penelitian ini peniliti menggunakan teknik *purposive sample* (sampel bertujuan). *Teknik purposive sample* adalah pengambilan sample secara sengaja sesuai dengan persyaratan sample yang diperlukan¹⁶. Maksudnya peneliti menentukan sendiri sampel yang akan diambil karena ada pertimbangan tertentu. Jadi, sampel diambil tidak secara acak, tapi ditentukan sendiri oleh peneliti. Alasan mengambil *Teknik purposive sample* karena tidak semua populasi yang berjumlah 95 orang tersebut menjadi nasabah bank syariah. Jadi peneliti hanya mengambil mahasiswa perbankan syariah angkatan 2014 yang telah menjadi nasabah bank syariah sebanyak 38 mahasiswa.

Alasannya Penelitian mengambil responden mahasiswa perbankan syariah karena mahasiswa ini mempunyai pengetahuan yang kompeten tentang perbankan syariah, selain itu mereka juga memiliki pengetahuan agama yang cukup luas karena sudah hampir 4 tahun duduk di bangku kuliah. Mengapa harus angkatan 2014? Karena, tidak menutup kemungkinan mereka yang telah menyelesaikan perkuliahannya nantinya akan menjadi salah satu praktisi bank syariah. Oleh

¹⁴ Irsyam Syahputra, staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

¹⁵ Statistika, <http://statistikaikip.blogspot.co.id/>, Akses tanggal 12 Agustus 2017

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (bandung:Alfabet,2008), h.118

karena itu mahasiswa ini nantinya di harapkan menjadi praktisi bank syariah yang mampu meyakinkan nasabah bahwa bank syariah bukan hanya berlabel syariah saja tapi didalam bank syariah ada nilai-nilai Islam yang diterapkan dan mampu memenuhi kebutuhan sumber daya manusia untuk mengimbangi perkembangan bank syariah, sehingga bank syariah dapat hidup dan berkembang lebih pesat la.

Untuk mempermudah penyusunan instrument penelitian, maka perlu digunakan “matrik pengembangan instrumen” atau “kisi-kisi instrumen”, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1
Instrumen Penelitian

VARIABLE	INDIKATOR	ITEM
Keadilan (X₁)	1. Kedua belah pihak memperoleh haknya	Transaksi keuangan antara bank syariah dan nasabah menguntungkan kedua belah pihak.
		Jika salah satu pihak (bank syariah dan nasabah) melanggar isi perjanjian maka pihak lain dapat menuntut pengadilan untuk memaksa pihak yang ingkar mematuhi isi perjanjian
	4. Kerugian dan keuntungan ditanggung kedua belah pihak	Setiap masyarakat berhak mendapat pembiayaan di bank syariah setelah melalui prosedur yang berlaku.
		Perselisihan antara bank syariah dan nasabah dapat diselesaikan melalui Badan Arbitrase Syariah apabila tidak tercapai penyelesaian melalui musyawarah.

		Sistem bagi hasil yang dijalankan perbankan syariah telah sesuai dengan prinsip keadilan.
Kesederajatan (X₂)	<ol style="list-style-type: none"> Semua sama didadapan Allah Tidak ada batasan 	Akad dalam transaksi keuangan antara bank syariah dan nasabah telah dibuat berdasarkan prinsip persamaan kedudukan di depan hukum
		Bank syariah telah memberikan pelayanan yang sama kepada setiap nasabahnya.
		Setiap nasabah berhak memperoleh informasi pembiayaan di bank syariah secara lengkap
		Bank syariah tidak membeda-bedakan masyarakat yang berhak mendapatkan pembiayaan
Kejujuran (X₃)	<ol style="list-style-type: none"> Mempunyai kemauan dan itikad baik 	Bank syariah tidak membatasi masyarakat yang mengajukan permohonan pembiayaan sepanjang memenuhi persyaratan dan ketentuan yang berbeda
		Nasabah bank syariah yang mempunyai kemauan yang kuat dan mempunyai itikad baik untuk membayar utangnya dan tidak menunda-nunda pembayaran utang

	<p>2. Transparan</p>	<p>Bank syariah telah berlaku secara benar dan jujur dalam setiap transaksi keuangan dengan nasabah</p> <p>Nasabah yang memperoleh pembiayaan dri bank syariah telah melakukan pembiayaan sesuai dengan akad</p> <p>Setiap petugas bank syariah tidak menerima uang terimakasih dari nasabah yang pembiyaanny telah disetujui</p> <p>Nasabah yang telah memperoleh pembiayaan dari bank syariah telah melakukan pembayaran angsuran dan kewajiban bagi hasil dengan tepat waktu dan jujur</p>			<p>nasabah yang loyal pada setiap transaksi keuangannya</p> <p>Nasabah yang loyal selalu membicarakan kelebihan bank syariah dari pada kekurangan bank syariah kepada masyarakat.</p> <p>Nasabah yang loyal selalu menggunakan kembali jasa perbankan.</p>
<p>Loyalitas nasabah (Y)</p>	<p>1. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing</p> <p>2. Menyebarkan informasi positif kepada pihak lain</p> <p>3. Kesiediaan untuk menggunakan jasa secara berulang</p>	<p>Nasabah yang puas terhadap pelayanan bank syariah akan memberikan rekomendasi untuk menggunakan jasa bank syariah yang sama.</p> <p>Nasabah yang loyal selalu menggunakan setiap produk perbankan syariah sesuai dengan kebutuhannya.</p> <p>Bank syariah yang mampu memberikan pelayanan maksimal akan menjadi pilihan pertama bagi</p>	<p>Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi. Secara umum, analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variable dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui.</p> <p>4. HASIL DAN PEMBAHASAN</p> <p>Analisis deskriptif digunakan untuk melihat perkembangan variabel yang digunakan dalam penelitian, adapun variabel independent dalam penelitian ini adalah Keadilan, kesederajatan dan kejujuran Sedangkan variabel dependentya adalah Loyalitas Nasabah</p> <p>a. Keadilan</p> <p>Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 1 dari kuisioner yang di isi responden dan di analisis, di ketahui bahwa 18 nasabah (47%) menyatakan sangat setuju, 18 nasabah (47%) menyatakan setuju dan 2 nasabah (6%) menyatakan tidak setuju. Tidak ada nasabah yang menyatakan ragu-ragu dan sangat tidak setuju pada pernyataan pertama.</p> <p>Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 2 dari kuisioner yang di isi responden dan di analisis, di ketahui bahwa 7 nasabah (18%) menyatakan sangat setuju, 30 nasabah (79%) menyatakan setuju, dan 1 nasabah (3%) menyatakan tidak setuju. Tidak ada nasabah yang menyatakan ragu-ragu dan sangat tidak setuju pada pernyataan kedua.</p>		

Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 3 dari kuisisioner yang di isi responden dan di analisis, di ketahui bahwa 7 nasabah (18%) menyatakan sangat setuju, 28 nasabah (74%) menyatakan setuju, dan 3 nasabah (8%) menyatakan tidak setuju. Tidak ada nasabah yang menyatakan ragu-ragu dan sangat tidak setuju pada pernyataan ketiga.

Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 4 dari kuisisioner yang di isi responden dan di analisis, di ketahui bahwa 8 nasabah (21%) menyatakan sangat setuju, 29 nasabah (76%) menyatakan setuju, dan 1 nasabah (5%) menyatakan tidak setuju. Tidak ada nasabah yang menyatakan ragu-ragu dan sangat tidak setuju pada pernyataan keempat.

Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 5 dari kuisisioner yang di isi responden dan di analisis, di ketahui bahwa 9 nasabah (24%) menyatakan sangat setuju, 27 nasabah (71%) menyatakan setuju, dan 2 nasabah (6%) menyatakan tidak setuju. Tidak ada nasabah yang menyatakan ragu-ragu dan sangat tidak setuju pada pernyataan kelima.

b. Kesederajatan

Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 1 dari kuisisioner yang di isi responden dan di analisis, di ketahui bahwa 18 nasabah (47%) menyatakan sangat setuju, 18 nasabah (47%) menyatakan setuju dan 2 nasabah (6%) menyatakan tidak setuju. Tidak ada nasabah yang menyatakan ragu-ragu dan sangat tidak setuju pada pernyataan pertama.

Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 2 dari kuisisioner yang di isi responden dan di analisis, di ketahui bahwa 7 nasabah (18%) menyatakan sangat setuju, 30 nasabah (79%) menyatakan setuju, dan 1 nasabah (3%) menyatakan tidak setuju. Tidak ada nasabah yang menyatakan ragu-ragu dan sangat tidak setuju pada pernyataan kedua.

Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 3 dari kuisisioner yang di isi responden dan di analisis, di ketahui bahwa 7 nasabah (18%) menyatakan sangat setuju, 28 nasabah (74%) menyatakan setuju, dan 3 nasabah (8%) menyatakan tidak setuju. Tidak ada nasabah yang menyatakan ragu-ragu dan sangat tidak setuju pada pernyataan ketiga.

Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 4 dari kuisisioner yang di isi responden dan di analisis, di ketahui bahwa 8 nasabah (21%) menyatakan sangat setuju, 29 nasabah (76%) menyatakan setuju, dan 1 nasabah (5%) menyatakan tidak setuju. Tidak ada nasabah yang menyatakan ragu-ragu dan sangat tidak setuju pada pernyataan keempat.

Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 5 dari kuisisioner yang di isi responden dan di analisis, di ketahui bahwa 9 nasabah (24%) menyatakan sangat setuju, 27 nasabah (71%) menyatakan setuju, dan 2 nasabah (6%) menyatakan tidak setuju. Tidak ada nasabah yang menyatakan ragu-ragu dan sangat tidak setuju pada pernyataan kelima

c. Kejujuran

Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 1 dari kuisisioner yang di isi responden dan di analisis, di ketahui bahwa 7 nasabah (18%) menyatakan sangat setuju, 29 nasabah (76%) menyatakan setuju, dan 2 nasabah (6%) menyatakan tidak setuju. Tidak ada nasabah yang menyatakan ragu-ragu dan sangat tidak setuju pada pernyataan pertama.

Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 2 dari kuisisioner yang di isi responden dan di analisis, di ketahui bahwa 8 nasabah (21%) menyatakan sangat setuju, 29 nasabah (76%) menyatakan setuju, dan 1 nasabah (3%) menyatakan tidak setuju. Tidak ada nasabah yang menyatakan ragu-ragu dan sangat tidak setuju pada pernyataan kedua.

Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 3 dari kuisisioner yang di isi responden dan di analisis, di ketahui bahwa 9 nasabah (24%) menyatakan sangat setuju, 28 nasabah (80%) menyatakan setuju, dan 1 nasabah (3%) menyatakan tidak setuju. Tidak ada nasabah yang menyatakan ragu-ragu dan sangat tidak setuju pada pernyataan ketiga.

Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 4 dari kuisisioner yang di isi responden dan di analisis, di ketahui bahwa 8 nasabah (21%) menyatakan sangat setuju, 29 nasabah (76%) menyatakan setuju, dan nasabah (3%) menyatakan tidak setuju. Tidak ada nasabah yang menyatakan ragu-ragu dan sangat tidak setuju pada pernyataan keempat.

Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 5 dari kuisisioner yang di isi responden dan di analisis, di ketahui bahwa 8 nasabah (21%) menyatakan sangat setuju, 27 nasabah (71%) menyatakan setuju, dan 3 nasabah (8%) menyatakan tidak setuju. Tidak ada nasabah yang menyatakan ragu-ragu dan sangat tidak setuju pada pernyataan kelima.

d. Loyalitas

Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 1 dari kuisisioner yang di isi responden dan di analisis, di ketahui bahwa 8 nasabah (21%) menyatakan sangat setuju, 27 nasabah (71%) menyatakan setuju, dan 3 nasabah (8%) menyatakan tidak setuju. Tidak ada nasabah yang menyatakan ragu-ragu dan sangat tidak setuju pada pernyataan pertama.

Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 2 dari kuisisioner yang di isi responden dan di analisis, di ketahui bhwa 3 nasabah (8%) menyatakan sangat setuju, 30 nasabah (79%) menyatakan setuju, dan 5 nasabah (13%) menyatakan tidak setuju. Tidak ada nasabah yang menyatakan ragu-ragu dan sangat tidak setuju pada pernyataan kedua.

Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 3 dari kuisisioner yang di isi responden dan di analisis, di ketahui bahwa 12 nasabah (31%) menyatakan sangat setuju, 25 nasabah (66%) menyatakan setuju, dan 1 nasabah (3%) menyatakan tidak setuju. Tidak ada nasabah yang menyatakan ragu-ragu dan sangat tidak setuju pada pernyataan ketiga.

Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 4 dari kuisisioner yang di isi responden dan di analisis, di ketahui abhwa 20 nasabah (53%) menyatakan sangat setuju, 17 nasabah (45%) menyatakan setuju, dan 1 nasabah (3%) menyatakan tidak setuju. Tidak ada nasabah yang menyatakan ragu-ragu dan sangat tidak setuju pada pernyataan keempat.

Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 5 dari kuisisioner yang di isi responden dan di analisis, di ketahui bahwa 15 nasabah (40%) menyatakan sangat setuju dan 23 nasabah (60%) menyatakan setuju. Tidak ada nasabah yang menyatakan ragu-ragu, sangat tidak setuju dan tidak setuju pada pernyataan kelima.

Setelah peneliti melakukan penelitian pada nasabah bank syariah (mahasiswa perbankan

syariah angkatan 2014) dan melakukan penyebaran angket yang diisi oleh nasabah. Kemudian peneliti mengolah data hasil dari jawaban responden atas angket yang peneliti sebarakan, yang pengolahan data tersebut dibantu oleh aplikasi SPSS 15.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Terdapat pengaruh Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam (Keadilan, kesederajatan dan Kejujuran) Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah”. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh ialah bahwa nilai-nilai Islam keadilan, kesederajatan dan kejujuran tidak berpengaruh terhadap kenaikan loyalitas nasabah, berikut penjelasan hasil penelitian yang diperoleh peneliti :

Al-‘adalah (keadilan) merupakan asas atau nilai-nilai yang mengatur bahwa dalam suatu perjanjian/akad menuntut setiap pihak harus melakukan yang benar dalam pengungkapan kehendak, keadaan dan memenuhi semua kewajibannya. Perjanjian harus senantiasa mendatangkan keuntungan yang adil dan seimbang serta tidak boleh mendatangkan kerugian bagi salah satu pihak. Dalam sisi ekonomi, keadilan dapat juga dipahami sebagai konsep persaudaraan dan perlakuan yang sama bagi setiap individu dalam masyarakat dan di hadapan hukum harus diimbangi dengan keadilan ekonomi. Dari hasil pengujian terhadap variabel Keadilan diperoleh koefisien regresi sebesar 0.923 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.363. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 berarti tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara variabel Keadilan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah.

Al-musawah (persamaan atau kesetaraan) merupakan asas atau nilai-nilai yang mengatur bahwa para pihak mempunyai kedudukan yang sama (bargaining position), sehingga dalam menentukan term and condition dari suatu akad/perjanjian setiap pihak mempunyai kesetaraan atau kedudukan yang seimbang. Dari hasil pengujian terhadap variabel Kebebasan diperoleh koefisien regresi sebesar -0.454 tingkat signifikansi sebesar 0.653. Nilai signifikan tersebut lebih besar dari 0,05 berarti tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kesederajatan terhadap Loyalitas Nasabah.

Ash-shidq (kebenaran dan kejujuran) merupakan asas atau nilai-nilai yang mengatur bahwa dalam perjanjian atau akad setiap pihak harus berlaku jujur dan benar. Di dalam Islam, setiap orang dilarang melakukan kebohongan dan penipuan, karena dengan adanya kebohongan atau penipuan sangat berpengaruh dalam keabsahan perjanjian atau akad. Perjanjian yang di dalamnya mengandung unsur kebohongan atau penipuan, memberikan hak kepada pihak lain untuk menghentikan proses pelaksanaan perjanjian tersebut. Hasil pengujian Variabel kesederajatan menunjukkan hasil regresi sebesar 1.527 dengan tingkat signifikan sebesar 0.602. Nilai tingkat signifikan tersebut lebih besar dari 0.05, yang berarti tidak terdapat pengaruh secara signifikan terhadap variabel Loyalitas Nasabah Bank Syariah.

Menurut Griffin dalam buku Ratih Hurriyati *“loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit”*. Berdasarkan definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih¹⁷.

Penelitian yang dilakukan oleh Yuliana Normawati pada tahun 2013 mengemukakan bahwa Berdasarkan hasil uji F dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen (religiusitas, bagi hasil, produk, kualitas pelayanan) secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. namun berdasarkan uji t dijelaskan bahwa religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa faktor utama nasabah yang memiliki loyalitas tinggi adalah karena ketaatan mereka terhadap prinsip syariah. Penilaian atas baik buruknya kebenaran penerapan nilai-nilai Islam dalam operasional perbankan syariah akan memiliki pengaruh besar terhadap loyalitas¹⁸.

Beberapa hasil penelitian di atas konsisten dengan Hasil penelitian yang dilakukan oleh Intan Fitri pada tahun 2014 dengan judul skripsi

“Pengaruh penerapan Nilai Syariah dan Bauran Pemasaran jasa terhadap Loyalitas Nasabah pada Bumiputera Syariah Cabang Yogyakarta”¹⁹. Dalam penelitian ini mengemukakan bahwa penerapan nilai syariah terhadap loyalitas nasabah Bumi putera Syariah jadi semakin tinggi. Hal ini dikarenakan masyarakat atau nasabah percaya bahwa Bumiputera Syariah telah menerapkan nilai syariah yang diyakini terhindar dari riba, gharar, ataupun maisir . dalam penelitian ini produk, promosi dan buti fisik tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah namun harga , lokasi, sumber daya dan proses berpengaruh terhadap loyalitas nasabah .

Oliver dalam buku Ratih Hurriyati mengungkapkan definisi loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk /jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku²⁰. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti menemukan bahwa mahasiswa Perbankan syariah yang menabung di bank Syariah bukan karena adanya nilai-nilai Islam dalam Bank Syariah tersebut tapi karena adanya variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Adapun variabel-variabel lain yang mempengaruhi loyalitas nasabah telah diteliti oleh penelitian terdahulu diantaranya:

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sonya Ika Nurita Sari dengan judul penelitian *“Pengaruh Atribut Produk dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Loyalitas Nasabah BNI Tulungagung”* dengan hasil Variabel penerapan nilai Islam tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Penerapan nilai Islam tidak berpengaruh signifikan karena motif nasabah bertransaksi di BNI Syariah KCP Tulungagung ketika melakukan pembelian produk-produk di BNI Syariah KCP Tulungagung dengan lebih memperhitungkan profit/ keuntungan dibanding nilai-nilai Islam yang menjadi dasar operasional BNI Syariah KCP Tulungagung. Sedangkan

¹⁷ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2005), h. 129.

¹⁸ Yuliana Normawati “faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah bank syariah mandiri”. (jurusan ekonomi Islam UIN Sunan kalijaga Yogyakarta : 2013)

¹⁹ Intan Fitri, “Pengaruh Penerapan Nilai Syariah dan Bauran Pemasaran jasa terhadap Loyalitas Nasabah pada Bumiputera Syariah Cabang Yogyakarta”, (Yogyakarta :2014)

²⁰ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2005), h. 129.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor atribut produk terhadap loyalitas nasabah. Atribut produk pada BNI Syariah KCP Tulungagung memiliki kenyamanan, kemudahan di setiap transaksi dan kualitas produk sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan nasabah. BNI Syariah KCP Tulungagung selalu meningkatkan kualitas suatu produknya untuk meningkatkan kepuasan para nasabah dan menjadikan nasabah melakukan pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus²¹.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sonya Ika Nurita Sari peneliti dapat mengetahui bahwa penerapan nilai Islam tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu atribut produk. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sonya Ika Nurita Sari, Nirma Kurriwati juga dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan dan selanjutnya kepuasan tersebut berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Ini artinya Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkannya dapat bersaing untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Tjipto, Suptapto (1997 : 2) mengemukakan bahwa tingkat kepuasan nasabah sangat bergantung pada mutu suatu produk²².

Penelitian yang dilakukan oleh Destika Primasari pada tahun 2016 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah KCP Ungaran. Menurut Lovelock dalam Tjiptono kualitas pelayanan merupakan tingkat kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen. Kualitas layanan yang berikan oleh bank dalam memenuhi harapan nasabah dalam bentuk tampilan fisik yang dimiliki bank, keandalan, kepedulian, dan perhatian, daya

tanggap dan jaminan nasabah akan dapat memengaruhi kepuasan nasabah.

Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan bank, maka nasabah semakin merasa puas terhadap layanan tersebut. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan nasabah. Menurut Kotler (dalam lupiyoadi, 20116 :192), kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dan yang diharapkan. Kualitas produk merupakan suatu keadaan dimana sebuah nasabah merasa cocok dengan suatu produk atau sesuai dengan keinginan yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhannya. Suatu produk dapat memuaskan nasabah bila dinilai dapat memenuhi atau melebihi keinginan dan harapan nasabah²³.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Destika Primasari menunjukkan ada dua faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah yaitu kualitas layanan dan kualitas produk. Semakin bagus pelayanan yang diberikan dan produk yang ditawarkan perusahaan jasa maka semakin loyal nasabah terhadap perusahaan tersebut.

Hasil penelitian diatas konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitri Madona pada tahun 2017. Dalam penelitian tersebut membahas teori Lewis dan Boomsyang dikutip oleh Fandy Tjiptono mengemukakan bahwa kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Hasil penelitian ini yaitu ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah²⁴.

Hasil wawancara dengan zabila Difa mahasiswa perbankan syariah kelas C yang telah menjadi nasabah selama 2 tahun menyatakan bahwa :

“Nilai-nilai Islam sudah diterapkan di bank syariah, karena semua nasabahnya di perlakukan sama. Contohnya adanya antrian, nasabah yang kaya dan nasabah yang miskin tetap harus antri.

²¹ Sari, Sonya Ika Nurika Skripsi “Adapun Pengaruh Atribut dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syariah KCP Tulungagung”. (Tulungagung : 2014).

²² Nirma Kurriwati “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen” (Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo)

²³ Destika Primasari “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan Ib Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kcp Ungaran”. (Jurusan Perbankan Syariah IAIN Salatiga : 2016)

²⁴ Fitri madona “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada pt bank syariah mandiri palembang”. (jurusan perbankan syariah UIN ratah palembang : 2017)

Ini membuktikan bahwa tidak adanya perbedaan antara nasabah. Tapi salah satu faktor yang membuatnya masih menabung di Bank syariah karena pelayanan yang dianggapnya sangat bagus”²⁵.

Hasil wawancara dengan Zabila Difa, peneliti menemukan bahwa nilai-nilai Islam sudah diterapkan didalam Bank syariah. Namun nilai-nilai Islam bukan salah satu faktor yang membuatnya menabung di Bank Syariah melainkan dari segi pelayanannya.

Hasil wawancara dengan Lilik Sukartini Mahasiswa Perbankan Syariah kelas B yang telah menggunakan bank syariah selama 3 tahun menyatakan bahwa:

“Bank syariah sudah menerapkan nilai-nilai Islam, seperti tidak adanya sistem bunga yang diterapkan bank syariah melainkan sistem bagi hasil itu artinya semua keuntungan dan kerugian di tanggung bersama. Faktor yang membuatnya masih menggunakan Bank Syariah karena sistem bagi hasil dan produk yang dimiliki bank syariah”²⁶.

Wawancara dengan Lilik Sukartini menemukan bahwa didalam bank syariah sudah diterapkan nilai-nilai Islam dengan menggunakan sistem bagi hasil yang berarti tidak ada pihak manapun yang diberatkan. Semua keuntungan dan kerugian ditanggung secara bersama. Salah satu faktor yang membuatnya masih menggunakan Bank Syariah adalah karena sistem bagi hasil dan produknya.

Hasil wawancara dengan Rahmayani Rauf Mahasiswa Perbankan Syariah kelas C yang telah menggunakan bank syariah selama 2 tahun menyatakan bahwa :

“Pelayanan yang diberikan Bank Syariah kepada nasabahnya sangat baik. Karyawan nasabah Bank Syariah sangat sopan dan ramah dalam segi pelayanannya dan karena itu saya masih menggunakan jasa Bank syariah”²⁷.

Hasil wawancara dengan Rahmayani Rauf menemukan bahwa pelayanan yang dilakukan

karyawan Bank Syariah terhadap nasabahnya sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank syariah. Hal ini membuat hubungan jangka panjang antara nasabah dengan pihak Bank Syariah.

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang telah dijelaskan dan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai Islam bukanlah salah satu faktor nasabah bank syariah menabung di bank syariah namun ada beberapa faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti namun telah diteliti oleh peneliti sebelumnya, diantaranya yakni : atribut produk, kualitas produk, kualitas layanan. Tapi yang paling berpengaruh terhadap loyalitas nasabah adalah kualitas pelayanan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan data dari analisis dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh oleh peneliti mengenai loyalitas nasabah Bank Syariah (mahasiswa perbankan syariah angkatan 2014), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Dari hasil pengujian terhadap variabel Keadilan (X_1) diperoleh koefisien regresi sebesar 0.923 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.363. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 berarti tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara variabel Keadilan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah.
- b. Dari hasil pengujian terhadap variabel kesederajatan (X_2) diperoleh koefisien regresi sebesar -0.454 tingkat signifikansi sebesar 0.653. Nilai signifikan tersebut lebih besar dari 0,05 berarti tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kesederajatan terhadap Loyalitas Nasabah.
- c. Hasil pengujian terhadap Variabel kejujuran (X_3) menunjukkan hasil regresi sebesar 1.527 dengan tingkat signifikan sebesar 0.602. Nilai tingkat signifikan tersebut lebih besar dari 0.05, yang berarti tidak terdapat pengaruh secara signifikan terhadap variabel Loyalitas Nasabah Bank Syariah.

²⁵ Wawancara dengan Zabila Difa Mahasiswa Perbankan Syariah kelas C angkatan 2014 IAIN Palopo, dilakukan pada tanggal 10 Maret 2018

²⁶ Wawancara dengan Lilik Sukartini, Mahasiswa Perbankan Syariah kelas C angkatan 2014 IAIN Palopo, dilakukan pada tanggal 10 Maret 2018

²⁷ Wawancara dengan Rahmayani Rauf, Mahasiswa Perbankan Syariah kelas C angkatan 2014 IAIN Palopo, dilakukan pada tanggal 11 Maret 2018

Untuk menjawab masalah yang telah dikemukakan di awal, maka peneliti membuat hasil penelitian dengan rincian sebagai berikut :

- a. Penerapan nilai-nilai islam di bank syariah sudah diterapkan, dapat dilihat dari pemberian kebebasan terhadap nasabah untuk memilih sebuah akad yang digunakan dalam bertransaksi, dan kejujuran atas informasi yang diberikan oleh bank syariah terhadap nasabah. Di dalam kerjasamanya, bank syariah juga memberikan keuntungan dengan cara bagi hasil. Untuk itu, penerapan nilai-nilai islam yang ada di bank syariah sudah diterapkan oleh bank syariah.
- b. Tidak adanya pengaruh penerapan nilai-nilai islam terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Hal tersebut dapat dilihat dari variabel yang digunakan yaitu keadilan, kesederajatan dan kejujuran yang dilihat dengan cara pengujian secara simultan.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Departemen agama RI. al-Quran dan Terjemahnya (Bandung: CV Penerbit Diponegoro. 2009)
- Fatmasari Sukesti, Nurhayati, "Peningkatan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Melalui Peningkatan Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah dengan Variabel Religiutas Sebagai Variabel Moderating". (Semarang : 2016).
www.journal.walisongo.ac.id/index.php/economica/article/view/1158.
- Fitri, Intan. NIM 10390091, "Pengaruh Penerapan Nilai Syariah dan Bauran Pemasaran jasa terhadap Loyalitas Nasabah pada Bumiputera Syariah Cabang Yogyakarta". 2014, di Yogyakarta.
- Griffin Jill Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. (Jakarta: Erlangga 2005)
- Hasan, Ali. Marketing Bank Syariah (cara jitu meningkatkan Pasar Bank Syariah, (Ghalia Indonesia : 2010)
- [Http://download.portalgaruda.org/article.php?article=406342&val+5882&tittle=pengaruh%20kepercayaan%20dan%20kepuasan%20terhadap%20loyalitas%20Nasabah%20perbankan%20Syariah](http://download.portalgaruda.org/article.php?article=406342&val+5882&tittle=pengaruh%20kepercayaan%20dan%20kepuasan%20terhadap%20loyalitas%20Nasabah%20perbankan%20Syariah), diakses pada tanggal 13
- <http://hadasiti.blogspot.co.id/2012/11/teori-keadilan-menurut-para-ahli.html?m=1>
- Hurriyati Ratih. Bauran Pemasaran dan loyalitas Konsumen, (Bandung: Alfabeta 2005)
- Ihfam, Sholihin, Ahmad, Buku Pintar Ekonomi Syariah. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama : 2010)
- Ikatan Bankir Indonesia (IBI). Strategi Bisnis Bank Syariah, (Jakarta Pusat, PT Gramedia Pustaka Utama : 2015)
- Internet
- Junaid ahmad tavid "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah". tahun 2012.
- KBBI, kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Adil.
- Kurriwati, Nirma "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen" (Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo)
- Munadzirah Fitria. Pengaruh Komunikasi, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan. Jurusan perbankan syariah tahun 2016.
- Primasari, Destika "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan Ib Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kcp Ungaran". (Jurusan Perbankan Syariah IAIN Salatiga : 2016)
- Rahayu, Danar dan Farwati Alwi, Alvi Jurnal "Analisis Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Pecan Baru". (Jurusan Manajemen Ilmu Ekonomi Universitas Riau)

Ruslan, Muh. dan Fasiha, pengantar Islamic Ecomics, Mengenal Konsep dan Praktek Ekonomi Islam. (Makassar : Lumbung Informasi Pendidikan (LIPa) : 2013)

Salma, Ema “ Nilai-nilai Islam pada Bank berbasis Syariah Studi Kasus BNI Syariah Makassar”. (Jurusan Manajemen dakwah : UIN Makassar : 2016)

Sari Sonya Ika Nurika “Adapun Pengaruh Atribut dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Loyalitas Nasabh BNI Syariah KCP Tulungagung”.
(Tulungagung:2014).<https://www.google.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://repo.iain-tulungagung.ac.id/165/>

Suharsimi Arikunto. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. (Jakarta: Rineka Cipta : 2011)

Syafi'i Muhammad Antonio. Bank Syariah dari Teori ke Praktik. Jakarta: Gema Insani 2001