

Anteseden Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Berbasis Kualitas Layanan Dan Religiusitas Pt Bpr Syariah Bangun Drajat Warga di Yogyakarta

Yuda Anggara Wijayanta

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ahmad Dahlan

Article Info

Article history:

Received : 23 February 2023

Publish : 02 March 2023

Keywords:

Kualitas Layanan

Religiusitas

Kepuasan Nasabah

Loyalitas Nasabah

Info Artikel

Article history:

Diterima : 23 Februari 2023

Publis : 02 Maret 2023

Abstract

Technological developments are so fast and will continue to grow, not least in the bank industry. Commercial banks will be more flexible in following technological developments with large capital as a support. However, for people's financing banks that have small capital, they still rely on conventional methods. This study aims to determine the effect of service quality and religiosity on customer satisfaction and customer loyalty. The population in this study are active financing customers at PT BPR Syariah Bangun Drajat Warga, Yogyakarta. The research results were analyzed by Anova test using R Studio software. The results of this study are 1) Service quality significantly affects customer satisfaction with a significance value of 2.2e-12, 2) Religiosity significantly influences customer satisfaction with a significance value of 5.98614, 3) Service quality significantly influences customer loyalty with a significance value 3.6539, 4) Religiosity significantly affects customer loyalty with a significance value of 3.121e-6, and 5) customer satisfaction significantly affects customer loyalty with a significance value 1.375e-10.

Abstrak

Perkembangan teknologi begitu cepat dan akan terus berkembang, tidak terkecuali di industri perbankan. Untuk bank umum akan lebih fleksibel dalam mengikuti perkembangan teknologi dengan adanya modal yang besar sebagai penopang. Namun, bagi bank pembiayaan rakyat yang memiliki modal yang kecil maka banyak yang masih mengandalkan cara konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan religiusitas terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah pembiayaan aktif di PT BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta. Hasil penelitian dianalisis dengan uji Anova menggunakan software R Studio. Hasil penelitian ini adalah 1) Kualitas layanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi 2,2e⁻¹⁶, 2) Religiusitas secara signifikan mempengaruhi kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi 5,986e⁻¹⁴, 3) Kualitas layanan secara signifikan mempengaruhi loyalitas nasabah dengan nilai signifikansi 3,653e⁻⁹, 4) Religiusitas secara signifikan mempengaruhi loyalitas nasabah dengan nilai signifikansi 3,121e⁻⁶, dan 5) kepuasan nasabah secara signifikan mempengaruhi loyalitas nasabah dengan nilai signifikansi 1,375e⁻¹⁰.

This is an open access article under the [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



Corresponding Author:

Yuda Anggara Wijayanta

Universitas Ahmad Dahlan

Email : yuda.anggara.1@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Manusia diciptakan Allah SWT sebagai makhluk sosial, artinya manusia tidak dapat hidup seorang diri melainkan membutuhkan bantuan orang lain. Sikap saling membantu adalah ciri seorang muslim. Pada masa Rasulullah SAW, tidak ada seorang muslim membiarkan muslim yang lain kesusahan. Hal ini tergambar sebagaimana kaum anshor menyambut kedatangan kaum muhajirin yang hijrah dari Makkah ke Madinah, mereka pun memberikan segala yang mereka punya untuk kaum muhajirin. Allah SWT mengajak untuk saling tolong menolong dalam kebajikan dengan beriringan ketaqwaan kepada-Nya. Sebab dalam ketaqwaan ada ridha Allah sedangkan dalam perbuatan baik ada ridha dari manusia. Sungguh kebahagiaannya telah sempurna dan kenikmatan baginya sudah melimpah. Konsep tolong menolong (ta'awun) meliputi segala bidang, seperti bidang pendidikan, bidang politik, bidang ekonomi, bidang kesehatan, dan bidang-bidang lainnya. PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bangun Drajat Warga sebagai lembaga keuangan syariah merupakan wujud nyata yang menerapkan konsep tolong menolong dalam bidang ekonomi. Secara

prinsip Allah SWT melarang orang-orang yang beriman untuk memperoleh harta secara bathil, sehingga tidak ada pihak yang dirugikan secara materiil maupun non materiil. Dan Allah SWT memberikan solusi langkah yang tepat yaitu dengan jalur perniagaan atau perdagangan yang dilakukan dengan prinsip saling ridha antara pihak-pihak yang bersangkutan. Tolong menolong inilah yang akan mendapat ridha dan barakah dari Allah SWT, tercipta kesejahteraan ekonomi yang hakiki. Inilah wujud Maha Bijaksananya Allah SWT, memberikan rambu-rambu utama sebagai petunjuk sedangkan teknis pelaksanaan secara detail diserahkan kembali kepada masing-masing individu sesuai rambu-rambu tersebut.

Sebagai lembaga keuangan syariah, baik nasabah maupun pihak perbankan masing-masing harus menjaga amanah, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS Al Baqarah ayat 283

 وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ، وَلِيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ، وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ، وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Artinya : “Jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertaqwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya. Dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Ayat ini menekankan untuk menjaga amanah, bagi yang berhutang dan pemberi piutang harus menjaga amanah yang telah disepakati bersama dalam akad sebelumnya. Hal ini bertujuan untuk menjaga kepercayaan dan tetap berkegiatan ekonomi tanpa ada kecurangan atau kebohongan sedikit pun. Semangat untuk menjalankan syariat islam dalam bidang ekonomi, khususnya perbankan inilah yang mendorong Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk mendirikan perbankan syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 dengan dibentuknya PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI). Lembaga keuangan syariah mengalami perkembangan yang cukup baik setelah dikeluarkannya undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. Dalam menjalankan operasionalnya, lembaga keuangan syariah memegang erat prinsip syariah islam. Bank syariah merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yaitu lembaga intermediasi masyarakat yang membutuhkan dana dengan masyarakat yang kelebihan dana dan menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah islam. Menurut jenisnya, bank syariah dapat dibedakan menjadi bank umum syariah, unit usaha syariah, dan bank pembiayaan rakyat syariah. Loyalitas nasabah sangat penting bagi industri perbankan, semakin tinggi loyalitas nasabah terhadap perbankan maka kelangsungan usaha perbankan akan terjaga. Mempertahankan nasabah yang setia harus mendapatkan prioritas yang lebih besar dibandingkan untuk mendapatkan pelanggan yang baru. Kualitas layanan pada prinsipnya adalah menjaga janji (kepercayaan) pelanggan agar pihak yang dilayani merasa puas dan diungkapkan. Kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan, yaitu kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalani ikatan hubungan yang kuat dengan organisasi pemberi layanan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan organisasi pemberi layanan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, Afriana (2018).

Menurut Kotler dan Keller (2011), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara yang diharapkan pelanggan (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan didalam usaha memenuhi harapan

pelanggan. Sehingga yang menjadi indikator kepuasan pelanggan yang berfokus dari keinginan dan harapan pelanggan antara lain pelayanan memuaskan, pelayanan sesuai harapan, permasalahan terselesaikan, kesediaan merekomendasikan, dan minat penggunaan ulang.

Beberapa peneliti dalam studinya mempunyai beberapa pandangan seperti penelitian yang dilakukan oleh Palilati (2007) di Sulawesi Selatan dengan sampel sebanyak 1364 yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Menurut penelitian yang dilakukan Pangarso (2018) di Yogyakarta dengan populasi adalah seluruh anggota/nasabah pembiayaan KSPPS di Yogyakarta. Sampel diambil sebanyak 150 orang nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Pada periode akhir ini, PT BPR Syariah Bangun Drajat Warga memiliki *idle money* yang besar dari total asetnya. Hal ini sangat tidak efektif dan berpengaruh terhadap pertumbuhan aset yang begitu lamban. Berdasarkan keadaan ini dan penelitian terdahulu tersebut, penulis tertarik untuk meneliti pengaruh kualitas layanan, kepuasan nasabah, dan religiusitas terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan uraian latar belakang ini, penulis memilih judul penelitian sebagai berikut : **“Anteseden Kepuasan dan Loyalitas Nasabah berbasis Kualitas Layanan dan Religiusitas PT BPR Syariah Bangun Drajat Warga di Yogyakarta”**.

2. METODE PENELITIAN

Sebagai objek dan sasaran penelitian adalah nasabah PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga yang berlokasi di propinsi Yogyakarta. Unit analisis pada penelitian ini adalah responden individual yaitu nasabah pembiayaan PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga. Variabel penelitian dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Kepuasan Nasabah
- 2) Kualitas Layanan
- 3) Religiusitas
- 4) Loyalitas Nasabah

Kemudian pada penelitian ini, pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan survey menggunakan kuesioner kepada nasabah PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga. Untuk data sekunder diperoleh melalui literature-literatur, jurnal-jurnal penelitian terdahulu, surat kabar, maupun dokumen lain yang sekiranya diperlukan dalam menyusun penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga. Prosedur yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah pengambilan sampel dengan metode *judgement sampling* yaitu pengambilan sampel dimana peneliti telah terlebih dahulu menetapkan kriteria dari sampel yaitu responden yang sudah menjadi nasabah PT. BPR Syariah Bangun Drajat Warga yang diambil berdasarkan pertimbangan bahwa unsur penarikan sampel tersebut akan dapat membantu menjawab pertanyaan – pertanyaan penelitian yang sedang dilakukan.

Berdasarkan keadaan populasi, maka teknik sampel dengan menggunakan *nonprobability sampling, purposive*. Pengumpulan data dengan cara survei dan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 150 responden. Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa kuesioner. Pendekatan yang digunakan adalah menghitung koefisien korelasi *product moment*. Analisis *product moment* akan dapat menunjukkan bahwa suatu item pertanyaan adalah valid bila hasil *probability value (sig)* kurang dari 0,05 sebagai batas kritis penerimaan untuk penelitian ini.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Analisa penelitian ini menggunakan model analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh dari dua atau lebih variabel independen (kualitas layanan, religiusitas, kepuasan) terhadap loyalitas (loyalitas) nasabah PT BPRS BDW.

1) Validitas dan Realibilitas

Suatu kuesioner penelitian dapat dikatakan valid apabila setiap item pertanyaan pada kuesioner mampu mengukur apa yang ingin diukur dengan akurat. Uji validitas dilakukan

dengan mencari nilai r hitung dan membandingkan dengan r tabel berdasarkan degree of freedom (df). Berikut adalah hasil perhitungan untuk setiap item pertanyaan dari penelitian yang dilakukan.

Tabel 1. Uji Validitas

Item	Raw r (r Hitung)	r tabel	Kesimpulan
Q01	0.69	0.2480	Valid
Q02	0.68	0.2480	Valid
Q03	0.71	0.2480	Valid
Q04	0.80	0.2480	Valid
Q05	0.74	0.2480	Valid
Q06	0.72	0.2480	Valid
Q07	0.77	0.2480	Valid
Q08	0.61	0.2480	Valid
Q09	0.64	0.2480	Valid
Q10	0.77	0.2480	Valid
Q11	0.81	0.2480	Valid
Q12	0.65	0.2480	Valid
Q13	0.75	0.2480	Valid
Q14	0.65	0.2480	Valid
Q15	0.54	0.2480	Valid
Q16	0.36	0.2480	Valid
Q17	0.69	0.2480	Valid
Q18	0.56	0.2480	Valid
Q19	0.85	0.2480	Valid
Q20	0.78	0.2480	Valid
Q21	0.75	0.2480	Valid
Q22	0.80	0.2480	Valid
Q23	0.84	0.2480	Valid
Q24	0.82	0.2480	Valid
Q25	0.66	0.2480	Valid
Q26	0.70	0.2480	Valid
Q27	0.70	0.2480	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap item pertanyaan telah memenuhi uji validitas dan dikatakan valid. Setelah terpenuhi uji validitas data, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas ini bertujuan untuk melihat konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Pada penelitian ini pengujian reliabilitas dilakukan dengan mencari nilai *Alpha Cronbach* atau *Raw Alpha*. Hasil perhitungan nilai *Alpha Cronbach* disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Item	Raw Alpha (Alpha Cronbach)	Pembanding	Kesimpulan
Q01	0.90	0.60	Realibel
Q02	0.90	0.60	Realibel
Q03	0.90	0.60	Realibel
Q04	0.90	0.60	Realibel
Q05	0.90	0.60	Realibel
Q06	0.90	0.60	Realibel
Q07	0.90	0.60	Realibel
Q08	0.90	0.60	Realibel
Q09	0.90	0.60	Realibel
Q10	0.90	0.60	Realibel
Q11	0.90	0.60	Realibel
Q12	0.90	0.60	Realibel
Q13	0.90	0.60	Realibel
Q14	0.90	0.60	Realibel
Q15	0.90	0.60	Realibel
Q16	0.90	0.60	Realibel
Q17	0.90	0.60	Realibel
Q18	0.90	0.60	Realibel
Q19	0.90	0.60	Realibel
Q20	0.90	0.60	Realibel
Q21	0.90	0.60	Realibel
Q22	0.90	0.60	Realibel
Q23	0.90	0.60	Realibel
Q24	0.90	0.60	Realibel
Q25	0.90	0.60	Realibel

Item	Raw Alpha (Alpha Cronbach)	Pembanding	Kesimpulan
Q26	0.90	0.60	Realibel
Q27	0.90	0.60	Realibel

Setiap item dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,6. Berdasarkan hasil perhitungan didalam tabel 4.13, semua item pertanyaan memiliki nilai lebih dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa data memenuhi uji reliabilitas dan dikatakan reliabel.

2) Pengujian Kualitas Data (Asumsi Klasik)

Pengujian data perlu dilakukan untuk memastikan bahwa hasil analisis yang akan didapatkan nanti dapat menggambarkan kondisi yang diharapkan dari sebuah penelitian. Dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan menggunakan software R.

a) Normalitas

Ada beberapa metode untuk menguji normalitas suatu data, diantaranya adalah uji histogram, uji normal P plot, uji Chi Square, Uji Kolmogorov Smirnov, uji Shapiro Wilk, uji Skewness dan Kurtosis, dan lain sebagainya. Pada penelitian ini digunakan uji skewness dan kurtosis, berikut hasil perhitungannya.

Tabel 3. Uji Skewness dan Kurtosis

Variabel	Skewness	Kurtosis	Min	Max
Q01	-0,23	-0,70	3	5
Q02	-0,32	-0,61	3	5
Q03	-0,01	-0,21	3	5
Q04	-0,26	-0,61	3	5
Q05	-0,18	-0,51	3	5
Q06	-0,05	-0,30	3	5
Q07	0,24	-0,03	3	5
Q08	-0,51	-0,63	3	5
Q09	0,10	-2,06	4	5
Q10	-0,17	-0,63	3	5
Q11	-0,01	-0,21	3	5
Q12	-0,01	-0,21	3	5
Q13	0,14	-0,29	3	5
Q14	-1,23	2,58	2	5
Q15	-0,31	-0,63	3	5
Q16	-0,65	1,32	1	5
Q17	-0,12	-0,65	3	5
Q18	-0,70	0,45	2	5
Q19	-0,14	-0,45	3	5

Variabel	Skewness	Kurtosis	Min	Max
Q20	0,54	-0,69	3	5
Q21	0,27	-1,09	3	5
Q22	-0,02	-0,36	3	5
Q23	-0,07	-0,27	3	5
Q24	-0,01	-0,05	3	5
Q25	-0,14	-0,66	3	5
Q26	-0,11	-0,59	2	5
Q27	-0,08	-0,39	3	5

Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai dari Skewness dan Kurtosis antara -2 sampai dengan 2. Berdasarkan tabel diatas, dari 27 item pertanyaan ada dua item yang nilai Kurtosisnya diluar batas standar nomal yaitu Q09 (-2,06) dan Q14 (2,58). Namun dalam model regresi hal ini dapat diabaikan sebagaimana yang dikemukakan oleh Ajija dkk (2011), jika jumlah observasi lebih dari 30 maka tidak perlu dilakukan uji normalitas dan dapat diabaikan. Hal serupa diungkapkan oleh Azwar (2001) dan Asmadi (2001) bahwa jika sampel tidak normal maka dampak kesalahan generalisasinya adalah kecil.

b) Multikolinearitas

Ada dua model dalam pengujian multikolinearitas yaitu :

1. Faktor Kualitas Layanan dan Religiusitas terhadap Kepuasan Nasabah
Diperoleh nilai VIF (variance inflation factor) sebesar 1.777069, kurang dari 10, artinya variabel independen dalam model ini tidak terjadi Multikolinearitas.
2. Faktor Kualitas Layanan dan Religiusitas terhadap Loyalitas Nasabah
Diperoleh nilai VIF (variance inflation factor) sebesar 2.277022, kurang dari 10, artinya variabel independen dalam model ini tidak terjadi Multikolinearitas.

c) Heteroskedastisitas

Model yang baik adalah ketika tidak terjadi heteroskedastisitas atau varian tidak berbeda. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan *White's test*. Diperoleh nilai P-value sebesar 0.559 yang lebih besar dari 0.05, yang artinya tidak terjadi perbedaan varian (heteroskedastisitas).

d) Linearitas

Pada software R, ada 3 cara untuk dapat menguji linearitas suatu data yaitu *White test*, *Terasvirta test*, dan *Reset test*. Data penelitian ini akan diuji dengan menggunakan *White test*, berikut hasilnya: Diperoleh nilai P-value sebesar 0.1341 yang lebih besar dari 0.05, yang artinya model ini memenuhi linearitas.

3) Analisis ANOVA

Anova merupakan analisis statistik yang menguji perbedaan rata-rata antar group. Pada kesempatan ini akan diuji apakah setiap faktor independen akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah atau tidak.

a) Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Dengan menggunakan fungsi ANOVA diperoleh hasil sebagai berikut:
Berdasar output uji Anova diperoleh nilai P value sebesar $2,2e^{-16}$ dan nilai F hitung sebesar 164,99.

b) Religiusitas terhadap Kepuasan Nasabah

Dengan menggunakan fungsi ANOVA diperoleh hasil sebagai berikut:

Berdasar output uji Anova diperoleh nilai P value sebesar $5,986e^{-14}$ dan nilai F hitung sebesar 93,792.

c) Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah

Dengan menggunakan fungsi ANOVA diperoleh hasil sebagai berikut:

Berdasar output uji Anova diperoleh nilai P value sebesar $3,653e^{-9}$ dan nilai F hitung sebesar 47,401.

d) Religiusitas terhadap Loyalitas Nasabah

Dengan menggunakan fungsi ANOVA diperoleh hasil sebagai berikut:

Berdasar output uji Anova diperoleh nilai P value sebesar $3,121e^{-6}$ dan nilai F hitung sebesar 26,367.

e) Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

Dengan menggunakan fungsi ANOVA diperoleh hasil sebagai berikut:

Berdasar output uji Anova diperoleh nilai P value sebesar $1,375e^{-10}$ dan nilai F hitung sebesar 59,482.

4) Analisis Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis Anova menggunakan software R studio diperoleh hasil yang tersaji dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. Hasil hipotesis

Pengaruh variabel Independen terhadap variabel dependen	F hitung	P value (Sig.)	Kesimpulan
Kualitas Layanan → Kepuasan Nasabah	164,99	$2,2e^{-16}$	Signifikan
Religiusitas → Kepuasan Nasabah	93,792	$5,986e^{-14}$	Signifikan
Kualitas Layanan → Loyalitas Nasabah	47,401	$3,653e^{-9}$	Signifikan
Religiusitas → Loyalitas Nasabah	26,367	$3,121e^{-6}$	Signifikan
Kepuasan Nasabah → Loyalitas Nasabah	59,482	$1,375e^{-10}$	Signifikan

3.2.Pembahasan

a. Pengujian pengaruh dari variabel Kualitas Layanan terhadap variabel Kepuasan Nasabah

Hasil pengujian Anova dengan menggunakan software R Studio dari variabel Kualitas Layanan sebagai variabel independen terhadap variabel Kepuasan Nasabah sebagai variabel dependen, diperoleh nilai F hitung sebesar 164,99 dan nilai P value sebesar $2,2e^{-16}$. Dengan melihat nilai dari batas angka kritis pengujian α sebesar 0,05, dan nilai P value, maka diperoleh kesimpulan bahwa H_0 ditolak. Ini berarti variabel Kualitas Layanan secara positif dan signifikan memberikan pengaruh terhadap variabel Kepuasan Nasabah.

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis tersebut diatas maka dapat diinterpretasikan bahwa Kualitas Layanan yang diberikan oleh PT BPRS Bangun Drajat Warga di Yogyakarta berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah yang telah menggunakan layanan pembiayaan. Semakin ditingkatkan Kualitas Layanannya dari karyawan maupun fasilitas perbankan maka akan berdampak semakin meningkatnya kepuasan dari nasabah pembiayaan di PT BPRS Bangun Drajat Warga.

b. Pengujian pengaruh dari variabel Religiusitas terhadap variabel Kepuasan Nasabah

Hasil pengujian Anova dengan menggunakan software R Studio dari variabel Religiusitas sebagai variabel independen terhadap variabel Kepuasan Nasabah sebagai variabel dependen, diperoleh nilai F hitung sebesar 93,792 dan nilai P value sebesar $5,986e^{-14}$. Dengan melihat nilai dari batas angka kritis pengujian α sebesar 0,05, dan nilai

P value, maka diperoleh kesimpulan bahwa H_0 ditolak. Ini berarti variabel Religiusitas secara positif dan signifikan memberikan pengaruh terhadap variabel Kepuasan Nasabah.

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis tersebut diatas maka dapat diinterpretasikan bahwa Religiusitas yang ditunjukkan oleh karyawan PT BPRS Bangun Drajat Warga di Yogyakarta berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah yang telah menggunakan layanan pembiayaan. Semakin ditingkatkan Religiusitas karyawan maka akan berdampak semakin meningkatnya kepuasan dari nasabah pembiayaan di PT BPRS Bangun Drajat Warga.

c. Pengujian pengaruh dari variabel Kualitas Layanan terhadap variabel Loyalitas Nasabah

Hasil pengujian Anova dengan menggunakan software R Studio dari variabel Kualitas Layanan sebagai variabel independen terhadap variabel Loyalitas Nasabah sebagai variabel dependen, diperoleh nilai F hitung sebesar 47,401 dan nilai P value sebesar $3,653e^{-9}$. Dengan melihat nilai dari batas angka kritis pengujian α sebesar 0,05, dan nilai P value, maka diperoleh kesimpulan bahwa H_0 ditolak. Ini berarti variabel Kualitas Layanan secara positif dan signifikan memberikan pengaruh terhadap variabel Loyalitas Nasabah.

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis tersebut diatas maka dapat diinterpretasikan bahwa Kualitas Layanan yang diberikan oleh PT BPRS Bangun Drajat Warga di Yogyakarta berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah yang telah menggunakan layanan pembiayaan. Semakin ditingkatkan Kualitas Layanannya dari karyawan maupun fasilitas perbankan maka akan berdampak semakin meningkatnya loyalitas dari nasabah pembiayaan di PT BPRS Bangun Drajat Warga.

d. Pengujian pengaruh dari variabel Religiusitas terhadap variabel Loyalitas Nasabah

Hasil pengujian Anova dengan menggunakan software R Studio dari variabel Religiusitas sebagai variabel independen terhadap variabel Loyalitas Nasabah sebagai variabel dependen, diperoleh nilai F hitung sebesar 26,367 dan nilai P value sebesar $3,121e^{-6}$. Dengan melihat nilai dari batas angka kritis pengujian α sebesar 0,05, dan nilai P value, maka diperoleh kesimpulan bahwa H_0 ditolak. Ini berarti variabel Religiusitas secara positif dan signifikan memberikan pengaruh terhadap variabel Loyalitas Nasabah. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pangarso (2018) dimana variabel Religiusitas tidak mempengaruhi variabel Loyalitas nasabah.

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis tersebut diatas maka dapat diinterpretasikan bahwa Religiusitas yang ditunjukkan oleh karyawan PT BPRS Bangun Drajat Warga di Yogyakarta berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah yang telah menggunakan layanan pembiayaan. Semakin ditingkatkan Religiusitas karyawan maka akan berdampak semakin meningkatnya loyalitas dari nasabah pembiayaan di PT BPRS Bangun Drajat Warga.

e. Pengujian pengaruh dari variabel Kepuasan Nasabah terhadap variabel Loyalitas Nasabah

Hasil pengujian Anova dengan menggunakan software R Studio dari variabel Kepuasan Nasabah sebagai variabel independen terhadap variabel Loyalitas Nasabah sebagai variabel dependen, diperoleh nilai F hitung sebesar 59,482 dan nilai P value sebesar $1,375e^{-10}$. Dengan melihat nilai dari batas angka kritis pengujian α sebesar 0,05, dan nilai P value, maka diperoleh kesimpulan bahwa H_0 ditolak. Ini berarti variabel Kepuasan Nasabah secara positif dan signifikan memberikan pengaruh terhadap variabel Loyalitas Nasabah.

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis tersebut diatas maka dapat diinterpretasikan bahwa Kepuasan Nasabah berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah yang telah menggunakan layanan pembiayaan di PT BPRS Bangun Drajat Warga. Semakin tinggi Kepuasan Nasabah yang menggunakan fasilitas pembiayaan maka akan berdampak semakin loyalnya nasabah pembiayaan di PT BPRS Bangun Drajat Warga.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data penelitian tentang Antecedent Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Berbasis Kualitas Layanan dan Religiusitas PT BPR Syariah Bangun Drajat Warga di Yogyakarta diperoleh kesimpulan antara lain:

1. Kualitas Layanan secara positif dan signifikan memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah. Apabila tingkat Kualitas Layanan mengalami peningkatan secara signifikan maka tingkat Kepuasan Nasabah juga akan meningkat secara signifikan.
2. Religiusitas secara positif dan signifikan memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah. Apabila tingkat Religiusitas mengalami peningkatan secara signifikan maka tingkat Kepuasan Nasabah juga akan meningkat secara signifikan.
3. Kualitas Layanan secara positif dan signifikan memberikan pengaruh terhadap variabel Loyalitas Nasabah. Apabila tingkat Kualitas Layanan mengalami peningkatan secara signifikan maka tingkat Loyalitas Nasabah juga akan meningkat secara signifikan.
4. Religiusitas secara positif dan signifikan memberikan pengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. Apabila tingkat Religiusitas mengalami peningkatan secara signifikan maka tingkat Loyalitas Nasabah juga akan meningkat secara signifikan.
5. Kepuasan Nasabah secara positif dan signifikan memberikan pengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. Apabila tingkat Kepuasan Nasabah mengalami peningkatan secara signifikan maka tingkat Loyalitas Nasabah juga akan meningkat secara signifikan.
6. Kepuasan Nasabah memiliki peranan sebagai mediator dan pencerminan dari Kualitas Layanan dan Religiusitas terhadap tingkat Loyalitas Nasabah. Sehingga Kepuasan Nasabah dapat menjadi tolak ukur dari Kualitas Layanan dan Religiusitas terhadap tingkat Loyalitas Nasabah di PT BPR Syariah Bangun Drajat Warga.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Afriana, Vioni Dwi, 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat Tangerang Selatan*. Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Alsa, Asmadi. 2001. *Kontroversi Uji Asumsi dalam Statistik Parametrik*. Buletin Psikologi, Tahun IX, No. 1.
- Azwar, Saifuddin. 2001. *Asumsi-asumsi dalam Inferensi Statistika*. Buletin Psikologi, Tahun IX No 1
- Chusnah, Nidaul. 2016. *Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Magelang*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Ferdinand, A. (2000). *"Structural Equation Modelling dalam penelitian manajemen."* Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gio, Prana Ugiana dan Effendie, Adhitya Ronnie. 2017. *Belajar Bahasa Pemrograman R*. USU Press.
- Iskamto, Dedi dan Yulihardi. 2017. *Analisis Peranan Religiusitas Terhadap Kepercayaan kepada Perbankan Syariah*. Jurnal Kajian Ekonomi Islam, vol. 2.
- Junusi, Rahman El. 2009. *Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah*. The 9th Annual Conference on Islamic Studies (ACIS). Surakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Malhotra, N. K. (1998). *Marketing Research*, New Jersey: Prentice-Hall Int. Inc.
- Marlien, R.A. dkk. 2017. *Model Antecedent Loyalitas Pelanggan Berbasis Kualitas Layanan*. Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu dan call for Paper Unisbank ke 3.
- Novinawati. 2015. *Perkembangan Perbankan di Indonesia*. Juris, vol 14.

- Pangarso, Prastyono Putro, 2018. *Analisis Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KPPS) di Yogyakarta*. Program Studi Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia.
- Sadiyah, Sara Ima. 2018. *Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Layanan, Pendapatan dan Persepsi Terhadap Minat Nasabah pada Pembiayaan Murabahah*. Program Studi Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri. Salatiga.
- Sekaran, U. (1992). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, Second ed. John Willey and Sons inc. Singapore.
- Sungkawa, Enyang dkk. 2014. *Pengaruh Komitmen Agama dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah dan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening pada Nasabah Tabungan Bank Syariah Mandiri KCP Painan*. Artikel : Program Pasca Sarjana Universitas Bung Hatta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wijaya, Anneke dan Subagio, Hartono. 2014. *Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Repeat Purchase dengan Customer Satisfaction sebagai Mediating Variable di De Mandailing Café UC Boulevard Surabaya*. Jurnal Strategi Pemasaran Vol 2 No 1.
- Yulianti, Rika, dkk. 2016. *Pengaruh Nilai-nilai Agama, Kualitas Layanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah di Banjarmasin*. Jurnal Wawasan Manajemen, vol. 4, nomor 2.
- _____. 2019. *Statistik Perbankan Indonesia*. Otoritas Jasa Keuangan, Republik Indonesia, Departemen Perizinan dan Informasi Perbankan. Jakarta