

YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS AGAMA ISLAM

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ISLAM *FRONTLINER* TERHADAP
LOYALITAS NASABAH BANK RIAU KEPRI CABANG SYARIAH
PEKANBARU**

SKRIPSI

*Diajukan kepada Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas
Agama Islam Universitas Islam Riau (UIR) Pekanbaru untuk
Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE.)*

OLEH :

FATHIRA RAHMAWATI

NPM : 182310003

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PEKANBARU

2022



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS AGAMA ISLAM

الجامعة الإسلامية الزيتونية

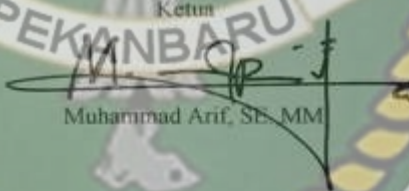
Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
 Telp. +62 761 674674 Fax: +62761 674834 Email: fak@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

BERITA ACARA UJIAN MEJA HIJAU / SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau Pekanbaru tanggal 15 Maret 2022 Nomor : 089 /Kpts/Dekan/FAI/2022, maka pada hari ini Selasa Tanggal 15 Maret 2022 telah dilaksanakan Ujian Meja Hijau/Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau :

- | | |
|---------------------------|--|
| 1. Nama | : Fathira Rahmawati |
| 2. NPM | : 182310003 |
| 3. Program Studi | : Ekonomi Syariah (S.1) |
| 4. Judul Skripsi | : Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam Frontliner Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru |
| 5. Waktu Ujian | : 09.00 – 10.00 WIB |
| 6. Lulus Yudicium / Nilai | : 86,3 (A) |
| 7. Keterangan lain | : Ujian berjalan dengan lancar dan aman |


PANITIA UJIAN

Ketua

 Muhammad Arif, SE, MM

Dosen Penguji

- | | |
|--------------------------------|-----------|
| 1. Muhammad Arif, SE, MM | : Ketua |
| 2. Dr. Zulkifli, MM, ME, Sy | : Anggota |
| 3. Marina Zulfa, SE, I, ME, Sy | : Anggota |

Dekan,
 Fakultas Agama Islam UIR,


 Dr. Zulkifli, M.M., M.E. Sy
 NIDN : 1025066901

Dokumen ini adalah Arsip Milik :
 Perpustakaan Universitas Islam Riau



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
 الجامعة الإسلامية الریوندة

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28264
 Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fak@ulr.ac.id Website: www.ulr.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN


Skripsi ini dimunaqasahkan dalam sidang ujian Sarjana (S1) Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau:

Nama : Fathira Rahmawati
 NPM : 182310003
 Hari/Tanggal : Selasa, 15 Maret 2022
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam *Frontline* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru


Skripsi ini dapat diterima oleh Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1).

PANITIA UJIAN SKRIPSI
TIM PENGUJI

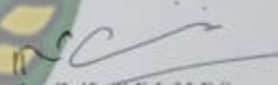
KETUA


Muhammad Arif, S.E., M.M.
 NIDN: 1028048801

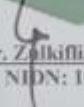
PENGUJI I


Dr. Zulkifli, MM, ME, Sy.
 NIDN: 1025066901

PENGUJI II


Marina Zulfa, S.E., I., M.E., Sy.
 NIDN: 1023048401

Diketahui Oleh
 Dekan Fakultas Agama Islam
 Universitas Islam Riau


Dr. Zulkifli, MM, ME, Sy.
 NIDN: 1025066901

Dokumen ini adalah Arsip Milik :
 Perpustakaan Universitas Islam Riau



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM


الجامعة الإسلامية البرونزية

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28264
Telp: +62761 674674 Fax: +62761 674934 Email: fak@iur.ac.id Website: www.iur.ac.id

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Fathira Ralmawati
NPM : 182310003
Pembimbing : Muhammad Arif, S.E., M.M.
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam *Frontline* Terhadap Loyalitas Nasabah
Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru

Disetujui
Pembimbing

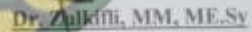

Muhammad Arif, S.E., M.M.
NIDN: 1028048801

Turut Menyetujui

Ketua Prodi
Ekonomi Syariah

Dekan
Fakultas Agama Islam


Muhammad Arif, S.E., M.M.
NIDN: 1028048801


Dr. Zulkifli, MM, ME.Sy
NIDN: 1025066901



UNIVERSITAS ISLAM RIAU FAKULTAS AGAMA ISLAM

الجامعة الإسلامية البرونزية

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28264
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674634 Email: iair@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

Skripsi ini diterima dan disetujui untuk diumumkan oleh Fakultas Agama Islam
Universitas Islam Riau, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1).

Muhammad Arif, S.E., M.Pd

Sponsor

Muhammad Arif, S.E., M.M

Ketua Program Studi



Perpustakaan Universitas Islam Riau

Dokumen ini adalah Arsip Milik :



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
الجامعة الإسلامية الرiau

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp: +62 761 874874 Fax: +62761 874834 Email: faia@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Telah dilaksanakan bimbingan skripsi terhadap:

Nama : Fathira Rahmawati

NPM : 182310003

Pembimbing : Muhammad Arif, S.E., M.M

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam *Frontliner* Terhadap Loyalitas Nasabah
Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru

Dengan rincian sebagai berikut:

No	Tanggal	Pembimbing	Berita Bimbingan	Paraf
1	17 Maret 2021	Muhammad Arif, S.E., M.M	Perbaikan BAB I	
2	24 Maret 2021	Muhammad Arif, S.E., M.M	Perbaikan BAB II	
3	07 April 2021	Muhammad Arif, S.E., M.M	Perbaikan BAB III	
4	18 Mei 2021	Muhammad Arif, S.E., M.M	ACC Proposal	
5	19 Oktober 2021	Muhammad Arif, S.E., M.M	Bimbingan Pedoman Kuesioner	
6	6 Desember 2021	Muhammad Arif, S.E., M.M	Perbaikan BAB IV	
7	10 Desember 2021	Muhammad Arif, S.E., M.M	Perbaikan BAB V	
8	13 Desember 2021	Muhammad Arif, S.E., M.M	Persetujuan ACC	

Pekanbaru, 18 Maret 2022

Diketahui Oleh
Dekan Fakultas Agama Islam

Dr. Zulkifli, MM, ME, Sy
NIDN: 1025066901

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fathira Rahmawati

NPM : 182310003

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Agama Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam *Frontliner* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar hasil karya saya sendiri dan dapat dipertanggungjawabkan apabila dikemudian hari ternyata skripsi yang saya buat adalah plagiat dari orang dan saya bersedia ijazah saya dicabut oleh Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Pekanbaru, 28 Januari 2022

Yang Membuat Pernyataan


Fathira





UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

Nomor: 0124 /A-UIR/5-FAI/2022

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama	Fathira Rahmawati
NPM	182310003
Program Studi	Ekonomi Syariah

Judul Skripsi:


Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam Frontliner Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.

Dinyatakan telah memenuhi syarat batas maksimal plagiasi 30% pada setiap sub bab naskah skripsi yang disusun dan dicek oleh petugas yang ditunjuk Dekan. Surat keterangan ini digunakan sebagai persyaratan untuk ujian Skripsi.

Demikian surat keterangan diberikan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 17 Januari 2022

ari Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik


Dr. Syahraini Tambak, S.Ag., M.A.
NIDN: 1018087501

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ISLAM *FRONTLINER* TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK RIAU KEPRI CABANG SYARIAH PEKANBARU

FATHIRA RAHMAWATI

182310003

Salah satu yang melatarbelakangi penelitian ini adalah dengan mulai banyaknya lembaga keuangan syariah yang bermunculan dan sudah mulainya beberapa bank konvensional beralih menjadi bank syariah, membuat persaingan menjadi semakin ketat. Seiring perkembangan zaman, kualitas pelayanan menjadi faktor yang paling penting dalam menarik dan mempertahankan nasabah. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini ialah apakah kualitas pelayanan islam frontliner berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Islam frontliner terhadap loyalitas nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain kausalitas. Metode penelitian yang digunakan dalam teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Untuk menganalisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana yang mana proses perhitungannya menggunakan SPSS For Windows Versi 24. Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden dan pengambilan sampel menggunakan teknik sampling insidental. Hasil penelitian ini diketahui kualitas pelayanan islam frontliner terhadap loyalitas nasabah memiliki hubungan yang kuat, hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi sebesar 0,673. Sedangkan hasil uji parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan islam frontliner terhadap loyalitas nasabah, ini diketahui dari t_{hitung} (9,000) lebih besar dari t_{tabel} (1,661) yang bermakna secara parsial dapat diketahui bahwa variabel X (kualitas pelayanan islam frontliner) berpengaruh terhadap variabel Y (loyalitas nasabah).

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan Islam, Frontliner, Loyalitas Nasabah, Bank
Syariah**

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF FRONTLINER ISLAMIC SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY AT RIAU KEPRI BANK SHARIA BRANCH

PEKANBARU

FATHIRA RAHMAWATI

182310003

This research was motivated by some sharia financial institution that started and some conventional bank had been changed to sharia bank, and made strong competition. In developing era, Islamic services as an important factor to attract and defend customer. Therefore, the research formulation in this research questioned is there frontliner Islamic services quality influenced on customer loyalty at Riau Kepri bank sharia bank Pekanbaru. The purpose in this research examined to know the influence of frontliner Islamic services quality influenced on customer loyalty at Riau Kepri Bank Sharia Bank Pekanbaru. This research used quantitative research with causal design. Research method in data collection technique used observation, interview, questionnaire, and documentation. In data analysis used simple linear regression analysis and the process that counted by using SPSS For Windows Version 24. Research sampling was 100 respondents and sampling technique used incidental sampling. Partial test result (t-test) showed that there was any significant influence between frontliner Islamic services quality on customer loyalty, that was known that $t_{counted} (9.000) > t_{table} (1.661)$. correlation coefficient result was known by 0.673 with percentage 67.3% and it meant that correlation coefficient between variable X and variable Y had strong relationship and determination coefficient result gave contribution in 45.2% meanwhile 54.8% influenced by others factors that did not include in this research.

Keywords: Islamic Service Quality, Frontliner, Customer Loyalty, Sharia Bank

الملخص

تأثير جودة الخدمة الإسلامية للخط الأمامي على ولاء العملاء في بنك رياو كبري فرع الشريعة

باكنبارو

فاطمة رحماواتي

182310003

أحد الأسباب بخلفية هذا البحث هو عدد البنوك الإسلامية التقليدية أصبحت البنوك الإسلامية التي ظهرت إلى جعل المنافسة أكثر حدة. مع مرور الوقت، أصبحت جودة الخدمات الإسلامية هي العامل الأكثر أهمية في جذب العملاء والاحتفاظ بهم. تتمثل صياغة المشكلة في هذا البحث ما إذا كان لجودة الخدمات الإسلامية لخط الأمامي تؤثر على ولاء العملاء في بنك رياو كبري فرع الشريعة باكنبارو. كان الغرض من هذا البحث هو تحديد تأثير جودة الخدمة الإسلامية للخط الأمامي على ولاء العملاء في بنك رياو كبري فرع الشريعة باكنبارو. هذا النوع من البحث هو بحث كمي مع تصميم السببية. طرق البحث المستخدمة في تقنيات جمع البيانات هي الملاحظة والمقابلات والاستبيانات والتوثيق. لتحليل البيانات باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط حيث تستخدم عملية الحساب برنامج الإحصاء للعلوم الاجتماعية للنوافذ بالإصدار 24. كانت عينة هذا البحث 100 مستجيب واستخدم أسلوب أخذ العينات العرضي. تظهر نتائج الاختبار الجزئي (ت-الاختبار) أن هناك تأثيراً كبيراً بين جودة الخدمات الإسلامية للخط الأمامي على ولاء العملاء، وهذا معروف من ت-الحساب (9,000) < ت-الجدول (1,661). من المعروف أن نتائج معامل الارتباط 0,673 بنسبة مئوية 67,3%، مما يعني أن معامل الارتباط بين المتغير X والمتغير Y له علاقة قوية وأن معامل التحديد يساهم في 45,2% بينما يتأثر على 54,8% الباقية بالعوامل الأخرى التي لم يتم تضمينها في هذا البحث.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمة الإسلامية، الخط الأمامي، ولاء العملاء، البنك الإسلامي

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr, Wb.

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia dan hidayah-Nya sehingga penulis diberikan kesempatan dan kemampuan untuk menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul : “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ISLAM *FRONTLINER* TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK RIAU KEPRI CABANG SYARIAH PEKANBARU.” Shalawat serta salam tidak lupa senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun jalan hidup umat manusia kearah yg lebih baik.

Skripsi ini diselesaikan guna untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah pada Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak .

Seperti yang kita ketahui bahwa, diantara faktor yang menjadi penunjang pembangunan ekonomi di Indonesia salah satunya ialah dalam bidang perbankan. Sistem perbankan di Indonesia terdiri dari Bank Konvensional dan Bank Syariah. Dengan mulai banyaknya lembaga keuangan syariah yang bermunculan dan sudah

mulainya beberapa bank konvensional beralih menjadi bank syariah, membuat persaingan menjadi semakin ketat. Hal tersebut membuat nasabah lebih selektif dalam memilih lembaga keuangan. Seiring dengan perkembangan zaman, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang paling penting dalam menarik dan mempertahankan nasabah. Dimana nasabah menginginkan pelayanan yang baik, berkualitas dan sesuai harapan. Hal ini menjadi faktor paling penting dan menjadi bahan pertimbangan bagi pihak bank dalam meningkatkan pelayanan yang diberikan untuk nasabah, sehingga mereka merasa puas dengan pelayanan yang telah diberi pihak Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru dan tetap loyal terhadap bank.

Dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga dalam kesempatan ini dengan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan serta bantuan moral maupun material baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini, terutama kepada yang saya hormati :

1. Prof. Dr. H. Syafrinaldi, S.H., M.C.L, selaku Rektor Universitas Islam Riau.
2. Dr. Zulkifli Rusby, MM, ME.Sy, selaku Dekan Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Riau.
3. Muhammad Arif, SE, MM, selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Riau, Universitas Islam Riau sekaligus Dosen Pembimbing yang sudah memberikan bimbingan, masukan serta arahan kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Segenap para dosen Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau, yang telah membina, mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis untuk dijadikan bekal dimasa depan.
5. Seluruh pegawai tata usaha yang dalam hal ini membantu menyelesaikan segala urusan administrasi.
6. Pihak Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Semoga dengan bantuan dan kebaikan yang telah diberikan dapat dibalas oleh Allah SWT. Dan demi kesempurnaan skripsi ini, penulis berharap kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih. Semoga skripsi ini dapat dijadikan rujukan dan bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca.

Pekanbaru, 15 Maret 2022

Fathira Rahmawati

182310003

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	10
C. Perumusan Masalah.....	11
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Kualitas Pelayanan	14
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	14
2. Perspektif Kualitas	15

3.	Kualitas Pelayanan Islam.....	17
4.	Dimensi Kualitas Pelayanan Islam	20
5.	Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Jasa.....	22
6.	Strategi Penyempurnaan Kualitas Jasa	25
B.	<i>Frontliner</i>	29
C.	Loyalitas Nasabah	31
1.	Pengertian Loyalitas Nasabah.....	31
2.	Tingkatan Loyalitas.....	35
3.	Jenis-Jenis Loyalitas	36
4.	Pengukuran Loyalitas Nasabah.....	38
D.	Penelitian Relevan.....	38
E.	Konsep Operasional	43
F.	Kerangka Berpikir.....	44
G.	Hipotesis Penelitian.....	45
BAB III METODE PENELITIAN		46
A.	Jenis Penelitian	46
B.	Tempat dan Waktu Penelitian	46
C.	Subjek dan Objek Penelitian	47

D. Populasi dan Sampel	47
E. Teknik Pengumpulan Data	51
F. Teknik Pengolahan Data	52
G. Teknik Analisis Data	53
H. Uji Hipotesis	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	58
B. Deskripsi Temuan Penelitian.....	71
C. Analisis Data	82
D. Pembahasan.....	90
BAB V PENUTUP.....	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran.....	95
DAFTAR KEPUSTAKAAN	97
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Data Jumlah Nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru ...	9
Tabel 2.1 : Konsep Operasional.....	42
Tabel 3.1 : Jenis dan Jadwal Kegiatan Penelitian	46
Tabel 3.2 : Alternatif pilihan Jawaban	52
Tabel 3.3 : Interpretasi Koefisien Korelasi	55
Tabel 4.1 : Identitas Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	70
Tabel 4.2 : Identitas Berdasarkan Usia Responden.....	71
Tabel 4.3 : Identitas Berdasarkan Pendidikan Responden	72
Tabel 4.4 : Identitas Berdasarkan Pekerjaan Responden	73
Tabel 4.5 : Identitas Berdasarkan Penghasilan Responden.....	73
Tabel 4.6 : Identitas Berdasarkan Lama Responden Menjadi Nasabah.....	74
Tabel 4.7 : Identitas Berdasarkan Instansi Lain Yang Digunakan Responden ...	75
Tabel 4.8 : Identitas Berdasarkan Produk Yang Sering Diakses Responden.....	75
Tabel 4.9 : Identitas Berdasarkan Jumlah Responden Melakukan Transaksi.....	76
Tabel 4.10 : Kualitas Pelayanan Islam <i>Frontliner</i>	78
Tabel 4.11 : Loyalitas Nasabah.....	80
Tabel 4.12 : Hasil Uji Validitas.....	82
Tabel 4.13 : Hasil Uji Reliabilitas.....	84

Tabel 4.14 : Analisis Regresi Linier Sederhana..... 86

Tabel 4.15 : Hasil Uji-t (Uji Parsial)..... 87

Tabel 4.16 : Koefisien Korelasi 88



Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Kerangka Berpikir.....43

Gambar 2 : Struktur Organisasi Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru 60



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Surat Keputusan Dekan Fakultas Agama Islam Tentang Penetapan Dosen Pembimbing Penulisan Skripsi Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau Pekanbaru
- Lampiran 3 : Surat Pra Riset
- Lampiran 4 : Surat Riset
- Lampiran 5 : Surat Balasan Pra Riset & Riset Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru
- Lampiran 6 : Tabulasi Responden
- Lampiran 7 : Hasil Output SPSS Versi 24 dari Uji Validitas
- Lampiran 8 : Hasil Output SPSS Versi 24 dari Uji Reliabilitas
- Lampiran 9 : Hasil Output SPSS Versi 24 dari Hasil Regresi Linier Sederhana
- Lampiran 10 : Surat Bukti Penerjemahan Abstrak
- Lampiran 11 : Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 12 : Hasil Cek Turnitin

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam adalah agama yang komprehensif yang merangkum seluruh kehidupan manusia termasuk kegiatan ekonomi. Sistem ekonomi islam berlandaskan kepada nilai-nilai islam yang terdapat di dalamnya empat nilai utama yaitu *rabbaniyah* (ke-tuhanan), *akhlaqiyyah* (akhlak), *insaniyyah* (kemanusiaan) dan *wasatiyyah* (keseimbangan) (Bakhri, 2011:48-49).

Salah satu yang termasuk dalam kegiatan ekonomi terdapat pada bidang industri perbankan. Industri perbankan mempunyai peranan amat penting dalam menunjang pembangunan ekonomi pada suatu negara. Perbankan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Jasa keuangan yang diberikan perbankan tidak hanya dalam penyaluran dana dari pembiayaan, namun juga dari penghimpunan dana dalam bentuk tabungan, deposito dan giro (Rahmat Akbar, Y et.al.2019:2).

Latumaerissa (2014:10) mengemukakan, perbankan mempunyai kegiatan yang mempertemukan pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang mempunyai kelebihan dana. Sebelum memilih dan menggunakan jasa usaha

perbankan, masyarakat menjadi selektif dan mempertimbangkan banyak hal, ini dapat dibuktikan apabila nasabah merasa yakin atas dana yang disimpannya serta dari faktor kenyamanan dan kepuasan yang dirasakan nasabah terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diberikan bank tersebut.

Dapat dilihat saat ini, persaingan antar usaha jasa perbankan menjadi semakin ketat dikarenakan semakin banyaknya dibuka bank yang berprinsip syariah. Ini menjadi tantangan tersendiri yang harus dihadapi pihak bank syariah agar mampu bertahan untuk menghadapi persaingan. Banyaknya bank syariah yang didirikan, mengakibatkan konsumen harus dihadapkan dengan berbagai pilihan jasa dan produk yang bank syariah tawarkan. Untuk menghadapi kondisi tersebut, bank syariah dituntut untuk memiliki daya saing. Hal ini ditunjukkan dengan upaya pelayanan kepada nasabah. Kualitas produk dan layanan yang diberikan harus berkualitas dan unggul dalam rangka menciptakan kepuasan nasabah. Tujuannya agar nasabah tetap loyal menggunakan jasa bank tersebut. Strategi yang dapat dilakukan untuk membedakannya dengan bank konvensional adalah dengan menekankan nilai-nilai islam dalam memberikan pelayanan.

Menurut M. Nur Rianto Al Arif (2010:223) dalam Permata (2016:156) , untuk mewujudkan kualitas pelayanan nasabah tentu perlu adanya kualitas pelayanan karyawan (internal). Untuk menciptakan kualitas pelayanan karyawan, pimpinan perusahaan hendaknya memberikan kompensasi yang lebih efektif kepada para karyawan. Kompensasi yang efektif memotivasi karyawan dalam meningkatkan

produktivitas dan menciptakan kualitas pelayanan yang efektif. Dengan demikian akan menimbulkan kepuasan nasabah dan loyalitas pelanggan akan terjadi.

Pada dasarnya, untuk mencapai tingkat keunggulan layanan setiap karyawan harus memiliki keterampilan khusus, diantaranya memahami produk/jasa secara mendalam, berpenampilan rapi dan menarik, bersikap ramah dan bersahabat, menunjukkan komitmen dan responsivitas dalam melayani pelanggan, tidak tinggi hati karena merasa dibutuhkan, menguasai pekerjaan yang berkaitan langsung maupun tidak langsung dengan departemennya, mampu berkomunikasi secara efektif, bisa memahami dengan baik bahasa isyarat (*gesture*) pelanggan dan mampu menangani keluhan pelanggan secara profesional (Tjiptono, 2019:155).

Selain karena faktor kualitas produk dan pelayanannya, Bank syariah mulai banyak dilirik oleh para nasabah karena memiliki kelebihan tersendiri yang membedakannya dengan bank konvensional, diantaranya bank syariah tidak memperbolehkan adanya transaksi yang di dalamnya terdapat unsur gharar, maysir dan riba. Dengan adanya prinsip tersebut membuat para nasabah menjadi tertarik, bukan hanya berasal dari kalangan nasabah yang beragama islam akan tetapi nasabah yang beragama selain islam pun tertarik untuk menggunakan jasa bank syariah.

Bank Syariah merupakan bank yang kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Islam yaitu, aturan perjanjian (akad) antara bank dengan nasabah berdasarkan

hukum Islam. Bank syariah merupakan lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem nilai Islam, khususnya yang bebas dari bunga (riba), bebas dari kegiatan spekulatif yang nonproduktif seperti perjudian (maysir), bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (gharar), berprinsip keadilan dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal (Rivai.et.al. 2007: 758-759).

Menurut UU No.21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah disebutkan bahwa bank syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa dibidang syariah.

Pada tanggal 1 dan 22 Juli 2004 dilaksanakan *Soft* dan *Grand Opening* Bank Riau Syariah. Beberapa aspek yang melatarbelakangi berdirinya Bank Riau Kepri Syariah diantaranya : adanya aspek regulasi dengan dikeluarkannya UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan, aspek marketing dimana bank syariah memiliki potensi pasar yang cukup besar di Riau dan Kepri mengingat mayoritas penduduk kedua provinsi beragama Islam, aspek syariah dimana masih banyak kalangan umat Islam yang enggan bertransaksi dan menggunakan jasa bank konvensional, aspek empiris dimana beberapa pengalaman terbukti memiliki berbagai keunggulan dalam mengatasi dampak krisis ekonomi, dan yang terakhir aspek

diferensiasi produk dimana kehadiran Bank Riau Kepri Syariah untuk memenuhi kebutuhan segmen masyarakat dan memberikan alternatif pilihan kepada masyarakat.

Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru merupakan bank yang memegang teguh prinsip-prinsip syariah. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru memiliki visi “Menjadi mitra syariah jasa layanan perbankan yang terkemuka di daerah, sehat dan kompetitif sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.”

Frontliner memiliki peran yang sangat besar dalam hal memberikan pelayanan yang sesuai dengan prinsip Islam untuk nasabah, yang bertujuan agar nasabah merasa nyaman dan puas sehingga bersedia untuk tetap loyal menggunakan jasa dan produk bank. Dalam dunia perbankan, *frontliner* dapat diartikan sebagai barisan paling depan dan berperan dalam aktivitas utama pada suatu bank dan berhubungan langsung dengan nasabah. Petugas *frontliner* terdiri dari *customer service*, *teller*, *security*. (Pratama, 2019: 22-23)

Adapun tugas masing-masing *frontliner* yakni :

1. *Customer Service* : Bertugas memberikan pelayanan yang berhubungan dengan pembukaan dan penutupan rekening, atm, pencairan deposito serta menerima keluhan yang diajukan nasabah menjadi tugas utama petugas *frontliner* pada bagian *customer service*.

2. *Teller* : Ada dua tugas yang dimiliki petugas *frontliner* pada bagian *teller*, yang pertama yakni menerima transaksi tunai dan tugas yang kedua yakni menerima transaksi non tunai.

3. *Security/Satpam* : Diantara tugas yang dimiliki petugas pada bagian ini yang pertama ialah menjaga keamanan, kemudian menyambut nasabah, dan yang terakhir yakni mengambil karcis antrian dan formulir yang digunakan untuk setoran atau pengiriman.

Agar tugas para *frontliner* dapat berjalan dengan lancar, para *frontliner* harus mempersiapkan kemampuan serta keterampilan dalam hal melayani nasabah sehingga mereka merasa nyaman dan puas. Hal yang harus dipersiapkan mulai dari penampilan (fisik) serta yang berhubungan dengan pribadi sendiri. Pada Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru, petugas *frontliner* diberikan pelatihan khusus mulai dari pelatihan dasar sampai *service excellence* baik dari cara berpakaian, berkomunikasi dan cara menjual produk. Petugas *frontliner* wajib mengikuti pelatihan minimal 3x dalam 1 tahun baik untuk materi, cara menjual produk atau update untuk ilmu-ilmu para petugas *frontliner*. Nilai-nilai budaya Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru adalah “ISCPE” yang terdiri dari:

1. *Integrity* (Integritas), mewujudkan perilaku yang jujur dan berkomitmen.

2. *Sinergy* (Sinergi), ada tiga perilaku yang mencerminkan aspek *sinergy*. Yang pertama yaitu berpikir positif, yang kedua yakni saling bekerjasama dan perilaku yang terakhir yaitu saling menghargai dan mendukung.
3. *Customer Focus* (Fokus Pada Pelanggan), mewujudkan perilaku yang peduli, proaktif dan cepat tanggap, tulus, ikhlas, berorientasi pada solusi terbaik.
4. *Professionalism* (Profesional), mewujudkan perilaku yang kompeten dan bertanggungjawab, bekerja cerdas, efisien dan efektif.
5. *Excellence* (Unggul), mewujudkan perilaku yang kreatif, inovatif dan bernilai tambah serta memberikan hasil terbaik.

Kelima nilai-nilai budaya diatas, dijabarkan sebagai perilaku utama secara nyata yang dapat menjadi landasan dan pedoman bagi insani Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru dalam berperilaku dan bertindak untuk mengambil keputusan.

Fenomena umum yang paling banyak ditemukan pada suatu bank ialah banyaknya jumlah nasabah yang datang sehingga mengharuskan mereka untuk mengantri dan menunggu untuk memperoleh pelayanan. Lamanya waktu menunggu dan ketepatan waktu petugas *frontliner* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah menjadi salah satu faktor yang digunakan nasabah untuk menilai kualitas sistem operasi bank. Pada Bank Riau Kepri Cabang

Syariah Pekanbaru, petugas *teller* harus menyelesaikan pelayanan kepada nasabah yang ingin melakukan setoran maksimal selama 1,5 menit dan menyelesaikan pelayanan kepada nasabah yang ingin melakukan penarikan maksimal selama 2 menit. Sedangkan untuk nasabah yang ingin membuka buku tabungan, *customer service* harus menyelesaikan pelayanan dalam waktu 20 menit. Dan untuk jenis pelayanan lain, petugas *customer service* tidak mempunyai batasan waktu, namun *customer service* harus memanfaatkan waktu sebaik mungkin agar nasabah lain tidak menunggu terlalu lama.

Dari hasil pengamatan peneliti di Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru, upaya pelayanan yang diberikan petugas *frontliner* yang terdiri dari *customer service*, *teller* dan *security* dari segi penampilan luar (fisik) dan sikap petugas *frontliner* dalam memberikan pelayanan, yang dimulai dengan menyambut nasabah saat memasuki bank hingga selesai memberikan pelayanan kepada nasabah pada umumnya terlihat baik dan sesuai dengan nilai-nilai budaya yang ditetapkan. Dari segi fasilitas yang diberikan pihak bank pun terlihat dan terasa nyaman, dapat dilihat dari ruang pelayanan yang bersih dan rapi serta tersedianya mushola yang dapat digunakan untuk umum. Fenomena nasabah harus menunggu untuk mendapatkan pelayanan juga terjadi di Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru. Hal ini dapat menjadi perhatian dan perlu dikaji lagi, guna memperoleh bagaimana tanggapan

nasabah dan bagaimana akibatnya terhadap kepuasan nasabah dalam menerima pelayanan dan mengarah kepada loyalitas nasabah.

Loyalitas nasabah merupakan sebuah sikap yang menjadi dorongan perilaku untuk melakukan pembelian produk/jasa dari suatu perusahaan yang menyertakan aspek perasaan didalamnya, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang dengan konsistensi yang tinggi, namun tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan yang menawarkan produk/jasa tersebut (Atmaja, 2018).

Tabel 1.1 : Data Jumlah Nasabah Aktif Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru

No	Produk Simpanan	Jumlah (Orang)		
		2018	2019	2020
1.	Tabungan iB	86.656	130.702	179.969
2.	Giro iB	442	480	528
3.	Deposito iB	879	1.444	1.090
JUMLAH		87.977	132.626	181.587

Sumber : Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru, 2022

Berdasarkan data tabel diatas dapat dilihat jumlah keseluruhan nasabah aktif yang menggunakan produk simpanan pada Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru yang meliputi Tabungan iB, Giro iB dan Deposito iB selama 3 tahun terakhir. Dapat dilihat bahwa terdapat peningkatan jumlah

nasabah yang menggunakan produk simpanan pada tahun 2020 yang berjumlah 181.587 nasabah, meningkat sebanyak 48.961 nasabah dari tahun 2019 yang hanya meningkat sejumlah 44.649 nasabah.

Berdasarkan dugaan peneliti, adanya peningkatan jumlah nasabah pada produk simpanan yang meliputi Tabungan iB, Giro iB dan Deposito iB selama 3 tahun terakhir dikarenakan adanya kualitas pelayanan yang diberikan *frontliner* kepada nasabah, sehingga menciptakan loyalitas nasabah untuk menggunakan produk simpanan di Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam *Frontliner* Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru”**

B. Batasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian dan memudahkan analisa, maka peneliti membuat batasan masalah. Batasan dalam penulisan ini membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan islam *frontliner* terhadap loyalitas nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru. Dikarenakan keterbatasan waktu dan kemampuan yang peneliti miliki, maka peneliti membatasi penelitian ini pada nasabah aktif produk simpanan Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru pada tahun 2020.

C. Perumusan Masalah

Adapun yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan Islam *frontliner* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Islam *frontliner* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Bank

Dapat memberikan tambahan informasi pihak bank sebagai dasar dalam pengambilan keputusan untuk penyusunan strategi pelayanan Islam yang baik untuk meningkatkan daya saing dan loyalitas nasabah.

2. Bagi Peneliti

Menambah wawasan peneliti dalam menganalisis kualitas pelayanan Islam *frontliner*.

3. Bagi Akademis

Menambah wawasan keilmuan bagi pembaca tentang kualitas pelayanan Islam *frontliner*, dan sekiranya bisa menjadi bahan perbandingan serta ikut berkontribusi terhadap penelitian dan kajian selanjutnya.

F. Sistematika Penulisan

Secara garis besar, sistematika penulisan skripsi ini dibagi dalam lima bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang Latar Belakang Masalah; Rumusan Masalah; Tujuan Penelitian; Kegunaan Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini terdiri dari Pengertian Kualitas Pelayanan; Perspektif Kualitas; Kualitas Pelayanan Islam; Dimensi Kualitas Pelayanan Islam; Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Jasa; Strategi Penyempurnaan Kualitas Jasa, *Frontliner*, Pengertian Loyalitas Nasabah; Tingkatan Loyalitas Nasabah; Jenis-Jenis Loyalitas; Pengukuran Loyalitas Nasabah; Penelitian Relevan; Konsep Operasional; Kerangka Berpikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang Jenis Penelitian; Tempat dan Waktu Penelitian; Subjek dan Objek Penelitian; Populasi dan

Sampel; Teknik Pengumpulan Data; Teknik Pengolahan Data dan Teknik Analisis Data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang Sejarah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru, Visi Misi Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru, Struktur Organisasi Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru, Produk-Produk Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru, Deskripsi Temuan Penelitian, Analisis Data Penelitian dan Pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang Kesimpulan Dan Saran dalam Penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2001) dalam Atmaja (2018:50), Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang menemui atau melebihi harapan.

ISO 9000 mendefinisikan kualitas sebagai perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhannya” (Lupiyadi, 2006: 212)

Kualitas pelayanan merupakan konsepsi yang abstrak dan sukar dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak berwujud, bervariasi, tidak tahan lama, serta produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan. Walau demikian, bukan berarti kualitas pelayanan tidak dapat diukur. (Permata, 2016:156)

Kualitas dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen terhadap layanan yang ia terima. Jika jasa yang diterima konsumen melampaui harapan, maka dapat dipersepsikan bahwa kualitas jasa yang

diberikan perusahaan baik dan memuaskan. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari apa yang diharapkan konsumen, maka kualitas jasa yang diberikan perusahaan dipersepsikan buruk.

2. Perspektif Kualitas

Menurut Garvin, perspektif kualitas bisa di klasifikasikan dalam lima kelompok. Kelima macam perspektif inilah yang bisa menjelaskan mengapa kualitas diinterpretasikan secara berbeda-beda oleh masing-masing individu dalam konteks yang berlainan (dalam Tjiptono, 2019: 149-150).

a. *Transcendental approach*

Dalam pendekatan ini, kualitas dipandang sebagai *innate excellence* dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui namun sukar didefinisikan, dirumuskan atau dioperasionalisasikan. Perspektif ini menegaskan bahwa orang hanya bisa belajar memahami kualitas melalui pengalaman yang didapatkan dari eksposur berulang kali.

b. *Product-based approach*

Pada jenis pendekatan ini kualitas dapat diartikan sebagai karakteristik atau atribut yang bisa diperhitungkan serta dapat diukur. Perbedaan jumlah unsur atau atribut dalam produk menjadi cerimanan dalam kualitas.

c. *User-based approach*

Jenis pendekatan ini bermakna dimana produk yang paling banyak dipilih dan memuaskan seseorang menjadi produk yang memiliki kualitas paling tinggi. Hal ini berlandaskan kepada pemikiran yang menjelaskan bahwa kualitas itu tergantung pada orang yang menilainya.

d. *Manufacturing-based approach*

Pendekatan ini bersifat *supply-based* serta lebih fokus pada praktik-praktik perekayasaan dan pemanufakturan. Kualitas dapat diartikan sebagai kesesuaian atau kecocokan menggunakan persyaratan. Kualitas bukan ditentukan oleh konsumen yang membeli atau menggunakan produk/jasa, akan tetapi ditentukan oleh standar-standar yang telah dibuat oleh perusahaan.

e. *Value-based approach*

Pendekatan ini memandang kualitas dari aspek nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan *trade-off* antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai *affordable excellence*. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai.

3. Kualitas Pelayanan Islam

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat raba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan (Ratminto dan Atik, 2005 : 2)

Menurut Othman dan Owen (2001) dalam Putra (2014: 624) konsep kualitas pelayanan dalam perspektif Islam adalah bentuk evaluasi kognitif dari konsumen atas penyajian jasa oleh organisasi jasa yang menyandarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral dan sesuai kepatuhan yang telah dijelaskan oleh syariat islam.

Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah mendasarkan pada nilai-nilai ketakwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanannya dalam rangka menjalankan misi syariat islam. Tentunya hal tersebut dilakukan tidaklah hanya berorientasi pada komitmen materi semata, namun sebagai bagian dari nilai ibadah. Dalam pandangan Islam yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yaitu standarisasi syariah. (Permata, 2016: 156)

Konsep islam menganjurkan kita untuk senantiasa berlaku lemah lembut terhadap sesama dan selalu memberikan pelayanan yang berkualitas dalam menjalankan usaha baik berupa barang dan jasa. (Zulkifli, 2018: 3).

Senantiasa bersikap lemah lembut kepada sesama telah dijelaskan dalam Al-Qur'an (QS. Ali-Imran:159) :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ (159)

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaralah mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.

Rasulullah saw memiliki kepribadian yang lemah lembut. Allah swt memerintahkan Nabi Muhammad SAW untuk memaafkan dan mohon ampun atas kesalahan orang lain. Begitu pula dengan kita, hendaklah kita belajar memaafkan kesalahan orang lain dan mendoakan hal-hal yang baik terhadap orang lain. Dan Allah memerintahkan kita untuk bermusyawarah dalam menyelesaikan masalah serta Allah juga memerintahkan agar kita bertawakkal kepadanya.

Ada 6 karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan (Rafidah, 2014) :

- a) *Jujur*, yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak ingkar janji serta tidak berkhianat.

Hal ini sesuai dengan Al-Qur'an surat Asy-Syu'ara : 181-183.

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (181) وَزِنُوا بِالْقِسْطِ

سِ الْمُسْتَقِيمِ (182)

Artinya : " Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia padahal-haknya dan janganlah kamu merajalela dimuka bumi dengan membuat kerusakan. "

- b) Bertanggung jawab dan terpercaya (*Amanah*), yaitu dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.
- c) Tidak menipu (*Al-Kadzib*), yaitu dalam menjalankan bisnis sikap yang paling mulia adalah tidak pernah menipu, sebagaimana praktek bisnis dan dagang yang telah diterapkan Rasulullah saw.
- d) Menepati janji dan tidak curang, yakni tidak mengingkari janji yang telah dibuat dengan pembeli maupun sesama pebisnis.
- e) Melayani dengan rendah hati (*khidmah*), merupakan sikap murah senyum, ramah tamah, sopan santun, dan penuh tanggung jawab.

- f) Tidak melupakan akhirat , yaitu ketika menjalankan bisnisnya tidak boleh semata-mata hanya untuk mencari keuntungan dunia dan melupakan keuntungan akhirat. Seperti ketika telah datang waktu sholat, maka mereka yang menjalankan bisnis wajib langsung melaksanakan sholat.

4. Dimensi Kualitas Pelayanan Islam

Bank islam memiliki beberapa model dimensi kualitas pelayanan, salah satunya adalah model Othman dan Owen (2001) dalam Rafidah (2014: 123). Dimensi yang dibawa oleh Othman dan Owen dalam pengukuran service qualitynya terdiri dari *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Emphaty, Responsiveness* (CARTER).

- a. *Compliance* yaitu kepatuhan yang bermakna bahwa perusahaan mampu untuk patuh terhadap hukum Islam serta harus berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip perbankan dan ekonomi Islam.
- b. *Assurance* yaitu pegawai harus memiliki kemampuan, pengetahuan serta kesantunan dalam menyampaikan kebenaran serta kerahasiaan yang terdiri dari komunikasi verbal dan tertulis antara pegawai bank dengan nasabah.
- c. *Reliability* (kehandalan) yaitu senantiasa memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, konsisten serta akurat.

- d. *Tangible* (kenyataan) yaitu perwujudan fasilitas baik secara fisik peralatan personel maupun materi komunikasi.
- e. *Emphaty* (empati) yaitu pelayanan yang disediakan oleh pihak bank untuk konsumen dalam bentuk perhatian secara individu.
- f. *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu memberikan pelayanan yang diminta serta membantu para konsumen dengan tulus.

Semua kegiatan ekonomi dilakukan dengan tujuan untuk patuh terhadap semua ketentuan Allah SWT, hal tersebut termasuk salah satu bentuk perwujudan penghambaan kepada Allah. Beberapa adab dan etika bekerja yang dijelaskan dalam Islam yaitu (Reni dan Siri Asmawati, 2016: 7)

- a. *Ihsan*, yaitu melakukan perbuatan yang ma'ruf dan menahan diri dari dosa. Menggunakan seluruh hartanya, kehormatannya serta ilmu dan raganya untuk kebaikan kepada hamba Allah.
- b. *Itqan*, secara bahasa bermakna mengerjakan sesuatu dengan sempurna. Akan tetapi, untuk beberapa hal itqan juga bermakna sebagai melampaui target.
- c. *Taysir*, seorang muslim hendaknya memperhatikan unsur mempermudah orang lain untuk mencari rezeki pada saat memberikan pelayanan.
- d. *Samahah*, istilah samahah memiliki makna secara bahasa yang berarti longgar, toleransi, membuat orang lain senang.

- e. *Ash-Shiddiq* (kejujuran), yakni tingkah laku yang jujur yang sesuai dengan Al-Qur'an dan As-Sunnah dan termasuk dalam akhlak terpuji.

5. Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Jasa

Ada beberapa faktor potensial yang bisa menyebabkan buruknya kualitas suatu jasa diantaranya (Tjiptono, 2019:218):

- a. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan

Salah satu karakteristik unik jasa adalah *inseparability*. Artinya jasa di produksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Hal ini kerap kali membutuhkan kehadiran dan partisipasi pelanggan dalam proses penyampaian jasa. Konsekuensinya, berbagai macam persoalan sehubungan dengan interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan jasa bisa saja terjadi. Beberapa kelemahan yang mungkin ada pada karyawan jasa dan mungkin berdampak negatif terhadap persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa.

- b. Intesitas tenaga kerja yang tinggi

Masalah tingginya variabilitas jasa yang dihasilkan dapat timbul apabila karyawan terlibat secara intens pada saat penyampaian jasa. Ada tiga unsur yang dapat mempengaruhinya, yang pertama yaitu upah rendah (umumnya karyawan yang melayani atau berinteraksi langsung dengan pelanggan memiliki

tingkat pendidikan dan upah yang paling rendah dalam sebuah perusahaan), unsur yang kedua yaitu pelatihan yang kurang memadai atau bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan organisasi dan unsur yang ketiga ialah tingkat perputaran karyawan terlalu tinggi dan lain-lain.

c. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai

Agar pelayanan dapat diberikan secara efektif, para petugas *frontliner* memerlukan dukungan dari fungsi-fungsi utama manajemen (operasi, pemasaran, keuangan, SDM) dan dukungan dari unsur pemberdayaan (*empowerment*) yang berkaitan dengan petugas *frontliner* dan manajer. Karena *frontliner* menjadi faktor terpenting dalam penyampaian jasa. Yang dapat diperoleh dalam bentuk peralatan kerja, pelatihan keterampilan serta informasi prosedur kerja.

d. Gap komunikasi (kesenjangan komunikasi)

Komunikasi menjadi unsur yang mendasar untuk menjalin kontak dan relasi dengan pelanggan, hal ini tidak dapat dihindari lagi. Apabila gap komunikasi terjadi, akan muncul penilaian atau perspektif negatif terhadap kualitas jasa.

e. Melayani semua pelanggan dengan cara yang sama

Pelanggan dapat diartikan sebagai individu yang memiliki preferensi, perasaan serta emosi yang unik dan berbeda-beda. Untuk interaksi dengan penyedia jasa, tidak semua pelanggan bersedia menerima jasa yang seragam. Hal ini memunculkan tantangan bagi penyedia jasa dalam hal kemampuan memahami kebutuhan spesifik pelanggan individual dan memahami perasaan pelanggan terhadap penyedia jasa dan layanan yang mereka terima.

f. Perluasan atau pengembangan jasa secara berlebihan

Agar peluang pertumbuhan bisnis terus bertambah serta layanan yang buruk tidak terjadi, hal yang perlu dilakukan ialah memperkenalkan jasa baru dan menyempurnakan jasa lama. Masalah seputar standar kualitas jasa akan muncul apabila terlalu banyak jasa baru atau tambahan jasa yang sudah ada dan hasilnya belum tentu optimal.

g. Visi bisnis jangka pendek

Kualitas jasa yang telah dibentuk untuk jangka panjang dapat rusak apabila memiliki visi jangka pendek seperti adanya orientasi untuk pencapaian target penjualan dan laba tahunan, biaya dihemat secara besar-besaran, peningkatan produktivitas tahunan. Misalnya untuk menekan biaya bank mengambil kebijakan dengan menutup kantor cabangnya yang pada akhirnya akan muncul perasaan tidak

puas yang dialami oleh pelanggan serta anggapan negatif terhadap kualitas jasa bank yang bersangkutan.

6. Strategi Penyempurnaan Kualitas Jasa

Meningkatkan kualitas jasa tidaklah semudah membalikkan telapak tangan. Agar kualitas jasa dapat berpengaruh secara signifikan terhadap budaya organisasi secara menyeluruh, ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan terlebih dahulu. Diantara beberapa faktor yang harus diperhatikan antara lain mengidentifikasi determinan utama kualitas jasa, mengelola ekspektasi pelanggan (evidence) kualitas jasa, mendidik konsumen tentang jasa, menumbuhkembangkan budaya kualitas, menciptakan *automating quality*, menindaklanjuti jasa, dan mengembangkan sistem informasi kualitas jasa (Tjiptono, 2019:220).

a. Mengidentifikasi determinan utama kualitas jasa

Menyampaikan jasa dengan kualitas terbaik untuk para pelanggan sasaran merupakan kewajiban dari setiap penyedia jasa. Untuk mewujudkan hal tersebut, diperlukannya proses mengidentifikasi determinan atau faktor penentu utama kualitas jasa melalui perspektif pelanggan. Hal utama yang harus dilakukan ialah melakukan riset mendalam untuk memahami determinan terpenting yang digunakan pelanggan sebagai kriteria utama dalam mengevaluasi jasa spesifik. Langkah berikutnya adalah

memperkirakan penilaian yang diberikan pelanggan sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan determinan-determinan tersebut. Dengan cara ini dapat diketahui posisi relatif perusahaan dimata pelanggan dibandingkan para pesaing, sehingga perusahaan bisa memfokuskan upaya peningkatan kualitasnya pada determinan-determinan spesifik yang membutuhkan perbaikan.

b. Mengelola ekspektasi pelanggan

Dapat dilihat banyak perusahaan yang berusaha melebihi-lebihkan komunikasinya dalam menyampaikan informasi kepada para pelanggan yang bermaksud untuk menarik sebanyak mungkin pelanggan. Cara ini dapat menjadi bumerang tersendiri, dimana pelanggan akan memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap perusahaan apabila perusahaan banyak memberikan janji.

c. Mengelola bukti kualitas jasa

Agar respons pelanggan saat jasa disampaikan maupun sesudahnya semakin kuat, diperlukan adanya manajemen bukti kualitas. Sebagai bukti kualitas, jasa dapat menciptakan kinerja serta tidak dapat dirasakan seperti barang fisik, sehingga pelanggan lebih memperhatikan dan mempersepsikan fakta-fakta *tangibles* yang berhubungan dengan jasa.

d. Mendidik konsumen tentang jasa

Agar pelanggan dapat memahami sebuah jasa, perusahaan harus memberikan bantuan sebagai upaya positif sehingga proses penyampaian dan pengkonsumsian jasa secara efektif dan efisien dapat terwujud. Pelanggan yang lebih terdidik akan dapat mengambil keputusan pembelian secara lebih baik.

e. Menumbuhkembangkan budaya kualitas

Budaya kualitas dapat diartikan sebagai sistem nilai organisasi yang dapat menciptakan lingkungan yang kondusif dalam rangka proses penciptaan serta penyempurnaan kualitas secara berkelanjutan yang terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur, dan harapan yang berhubungan dengan peningkatan kualitas. Komitmen dari seluruh anggota organisasi baik dari yang tertinggi hingga terendah sangat diperlukan agar budaya kualitas dapat berkembang di dalam organisasi.

f. Menciptakan *automating quality*

Kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki organisasi dapat mengakibatkan masalah variabilitas kualitas jasa, yang bisa diatasi dengan otomatisasi. Penyedia jasa harus mengkaji terlebih dahulu unsur-unsur yang memerlukan sentuhan manusia (*high touch*) dan elemen-elemen yang membutuhkan otomatisasi (*high*

tech) sebelum memilih untuk melakukan otomatisasi. Agar penyampaian jasa secara efektif dan efisien berhasil, diperlukan adanya keseimbangan antara *high touch* dan *high tech*.

g. Menindaklanjuti jasa

Manfaat adanya penindaklanjutan jasa yaitu untuk menangani atau memperbaiki unsur-unsur jasa yang kurang memuaskan serta tetap memperkuat unsur-unsur yang sudah baik. Untuk mewujudkan hal ini, perusahaan harus memiliki inisiatif untuk berkomunikasi dengan sebagian atau semua pelanggan guna mengetahui tingkat kepuasan dan persepsi mereka terhadap kualitas jasa yang mereka terima. Perusahaan dapat pula mengupayakan kemudahan dan kenyamanan bagi para pelanggan dalam berkomunikasi dengan pihak manajemen maupun karyawan kontak, sehingga mereka bisa menyampaikan kebutuhan spesifik, keluhan dan saran konstruktif.

h. Mengembangkan sistem informasi kualitas jasa

Sistem informasi kualitas jasa merupakan sistem yang mengintegrasikan berbagai macam ancangan riset secara sistematis dalam rangka mengumpulkan dan menyebarluaskan informasi kualitas jasa guna mendukung pengambilan keputusan. Pengembangan sistem informasi kualitas jasa bukan hanya

terkhusus untuk perusahaan besar. Hal yang sudah pasti dilakukan perusahaan yaitu mendengarkan opini pelanggan. Agar opini pelanggan dapat dimengerti, diperlukan kajian tentang ekspektasi dan pendapat baik dari pelanggan maupun non pelanggan. Melalui riset semacam ini akan didapatkan informasi tentang kekuatan dan kelemahan jasa perusahaan berdasarkan sudut pandang pelanggan.

B. Frontliner

Seperti diungkapkan oleh Pratama (2015:142) dalam Reni dan Siri Asmawati (2016: 11) *Frontliner* secara harfiah ialah “garis depan”, yakni jika pelanggan datang ke perusahaan, orang yang pertama kali berinteraksi dengan pelanggan ialah *frontliner*. Para *frontliner* memiliki peraturan yang telah ditetapkan dalam standar kerja yang meliputi menguasai informasi mengenai produk dan transaksi, kecepatan dalam melakukan transaksi, kerapian petugas *frontliner*, bersikap sopan dan ramah.

Dalam dunia perbankan, *frontliner* dapat diartikan sebagai barisan paling depan dalam hal melayani nasabah yang memiliki fungsi paling utama dalam aktivitas pada suatu bank. Yang termasuk dalam kategori petugas *frontliner* yaitu *customer service*, *teller* dan *security* (Pratama, 2019:22-23).

a. *Customer Service*

Merupakan petugas yang setiap kegiatan diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. (Kasmir, 2017: 249-250)

Fungsi CS adalah sebagai *resepsionis, deskman, salesman, customer relatin officer dan komunikator*. Sebagai *resepsionis* artinya seorang CS berfungsi sebagai penerima tamu yang datang diperusahaan. Sebagai *deskman*, artinya seorang CS berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah (Litriani dan Lemiyana, 2016: 41).

b. *Teller*

Menurut Latumaerissa (2014 : 265), *teller* merupakan salah satu petugas bank yang pekerjaan sehari-harinya banyak berhadapan dengan nasabah dan masyarakat umum, serta dalam melaksanakan tugasnya seorang teller bertanggung jawab terhadap sejumlah uang.

Teller memiliki tanggung jawab dalam lalu lintas uang tunai dan *teller* merupakan kuasa kas terbatas sehingga dapat langsung melakukan transaksi dikarenakan jumlah uang terbatas. (Reni dan Siri Asmawati, 2016: 12).

c. *Security*

Agar terciptanya keamanan dan ketertiban lingkungan kerja, perusahaan membentuk sekelompok petugas untuk menjaga keamanan fisik (*physical security*). Dalam hal pelayanan di lingkungan bank, *security* biasanya membantu nasabah dalam menunjukkan contoh penulisan formulir yang benar, memberikan informasi tentang produk dan pelayanan bank (Wiwik, 2017: 34).

C. Loyalitas Nasabah

1. Pengertian Loyalitas Nasabah

Secara harfiah loyal berarti setia atau dapat diartikan sebagai kesetiaan. Kesetiaan ini timbul tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu (Atmaja, 2018: 52).

Menurut Griffin (2005) dalam Trisusanti (2017: 8) mengungkapkan "*loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*" loyalitas dapat diartikan sebagai wujud suatu perilaku yang mengacu pada unit-unit pengambilan keputusan yang bertujuan agar pembelian barang atau jasa dari perusahaan dilakukan secara berulang.

Pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang selalu setia atau konsisten terhadap produk tersebut dan ini merupakan sesuatu yang patut untuk terus

dijaga atau diberikan kepuasan untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan ekspektasinya. (Ramadhanty, Vera.et.al.2019: 72-73)

Kotler dan Keller (2009) mendefinisikan loyalitas sebagai komitmen yang dipegang secara intens meskipun dipengaruhi oleh situasi dan usaha pemasaran yang dapat mengakibatkan pelanggan beralih. Yang bertujuan guna membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan (Trisusanti, 2017: 8)

Dari definisi diatas terlihat bahwa loyalitas lebih ditujukan kepada suatu perilaku yang ditunjukkan pada pembelian rutin. Griffin (2005) mengungkapkan apabila perusahaan memiliki pelanggan yang loyal, maka kelebihan yang akan di dapatkan oleh perusahaan yaitu (Trisusanti, 2017: 9) :

- a) Biaya pemasaran yang hemat, karena menarik konsumen yang baru lebih murah.
- b) Berkurangnya biaya transaksi yang terdiri dari biaya negosiasi, kontrak dan pemrosesan pemasaran.
- c) Sedikitnya konsumen yang meninggalkan perusahaan, dapat mengurangi biaya *turn over*.
- d) Perusahaan akan menawarkan produk lain kepada konsumen yang loyal menyebabkan semakin besarnya pangsa pasar sehingga penjualan silang akan meningkat.

- e) *Word of the mounth* yang lebih positif dengan asumsi bahwa pelanggan yang loyal juga berarti mereka merasa puas.
- f) Mengurangi biaya kegagalan, yaitu biaya yang dikeluarkan agar memperoleh konsumen baru tidak menghasilkan apa-apa.

Menurut Griffin (2000:441) dalam Sari (2012:89) agar dapat mempertahankan pelanggannya tidak berbalik kepada pesaing ada beberapa cara yang dapat dilakukan perusahaan antara lain :

1. Meriset pelanggan terus menerus. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen.
2. Membuat hambatan agar pelanggan tidak pindah. Untuk mencegah pelanggan beralih kepada pesaing, perusahaan dapat menggunakan tiga jenis hambatan yakni :
 - a. Hambatan fisik, yakni agar karyawan memperoleh nilai tambahan, maka perusahaan dapat menyediakan pelayanan fisik.
 - b. Hambatan ekonomis, yakni karyawan yang telah memberikan keuntungan ekonomis bagi perusahaan diberi bonus, contohnya dengan memberikan potongan harga.
 - c. Hambatan psikologis, yaitu dengan memberikan insentif kepada karyawan yang memberikan pemikiran kepada konsumen untuk selalu bergantung pada produk perusahaan.

3. Melatih dan memotivasi staff untuk loyal. Agar mereka bersedia untuk berhubungan dengan konsumen, mereka harus dilibatkan dalam proses tersebut. Hal ini diwujudkan dengan memberikan pelatihan, dukungan dan imbalan.

4. Pemasaran untuk loyalitas. Ada tiga cara pemasaran agar perusahaan dan produk memiliki nilai lebih dimata konsumen, yaitu:

- a. *Relationship Marketing*, yakni pemasaran yang memiliki tujuan agar terciptanya hubungan yang baik dengan konsumen.
- b. *Frekuensi Marketing*, yaitu pemasaran yang memiliki tujuan untuk menciptakan komunikasi dengan pelanggan. Perusahaan secara sistematis akan membuat pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan produk yang dipakai pelanggan.
- c. *Membership Marketing*, ialah pemasaran yang bertujuan agar pelanggan terdorong untuk menggunakan produk secara berulang serta meningkatkan loyalitas pelanggan, yang diwujudkan dengan mengelompokkan pelanggan kedalam keanggotaan atau klub.



2. Tingkatan Loyalitas

Konsep loyalitas yang ditawarkan Oliver (1999) dalam Liung dan Tantri Yanuar Rahmat Syah (2017:33) ada 4 tingkatan loyalitas konsumen yaitu :

a. Loyalitas Kognitif

Pada tahap ini pengetahuan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap suatu merek dan manfaatnya, yang kemudian konsumen akan membeli berdasarkan pada kepercayaan akan superioritas. Informasi mengenai produk atau jasa yang disediakan untuk konsumen, menjadi dasar kesetiaan pada tahap ini.

b. Loyalitas Afektif

Pengecekan kembali dari harapannya yang dilakukan konsumen terhadap suatu merek selama tahap *cognitively loyalty* berlangsung merupakan *sikap favorable* yang dimiliki konsumen. Dalam tahap ini hubungan antara konsumen dengan pihak yang menyediakan produk atau jasa sudah terbentuk, dengan menggunakan dasar kesetiaan yang dapat dilihat pada sikap dan komitmen terhadap produk atau jasa.

c. Loyalitas Konatif

Dengan adanya motivasi yang dimiliki konsumen menyebabkan konsumen mempunyai keinginan untuk melakukan pembelian berulang sangat kuat dan juga keterlibatan yang tinggi.

d. Loyalitas Tindakan

Guna mengatasi kesulitan dalam tindakan kesetiaan, diperlukan peningkatan yang mengaitkan antara tindakan dan keinginan yang baik.

3. Jenis-Jenis Loyalitas

Jenis-jenis loyalitas menurut Griffin (2005) dalam Atmaja (2018: 53) terdiri dari 4 jenis. Ada dua faktor yang mempengaruhi tipe loyalitas. Faktor yang pertama yaitu ikatan emosional atau perasaan, sedangkan faktor yang kedua yakni pola pengulangan dalam mengkonsumsi produk dan jasa.

a. *No Loyalty (Tanpa Loyalitas)*

Jenis loyalitas ini terbentuk karena adanya ikatan emosional yang terlibat dan level pengulangan yang rendah. Pelanggan mempunyai keterbatasan kondisi serta alasan yang wajib terpenuhi guna memenuhi kebutuhannya dengan tidak melibatkan perasaan serta pengulangan konsumsi ditempat yang sama.

b. *Inertia Loyalty (Loyalitas yang Lemah)*

Pelanggan mengkonsumsi karena kebiasaan. Adanya faktor situasional dan tindakan untuk mengkonsumsi yang mengakibatkan mudahnya untuk berpaling pada produk atau jasa yang positif serta membangun hubungan dengan pelanggan, dapat memungkinkan terbentuknya pelanggan yang loyal.

c. *Latent Loyalty (Loyalitas Tersembunyi)*

Jenis loyalitas ini disebabkan oleh level ikatan emosional yang berpartisipasi sangat tinggi serta rendahnya level pengulangan konsumsi. Faktor situasi nasionalis merujuk pada konsumsi berulang dari pada pengaruh terhadap sikap. Untuk membuat pelanggan menjadi loyal, perusahaan hendaknya memperhatikan faktor situasional yang dapat berpengaruh pada “*latent loyalty*” yang dapat diwujudkan dengan cara membuat strategi.

d. *Premium Loyalty (Loyalitas Premium)*

Pada tingkatan ini konsumen merasa senang bila menemukan dan menggunakan produk atau jasa serta secara sukarela merekomendasikannya dan menyebarkan informasi mengenai produk jasa tersebut kepada orang lain.

4. Pengukuran Loyalitas Nasabah

Nasabah yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan. Menurut Griffin (2005) dalam Trisusanti (2017: 9), pelanggan yang loyal adalah mereka yang sangat puas dengan produk atau jasa sehingga memiliki antusiasme untuk memperkenalkannya pada siapa pun yang mereka kenal. Karakteristik pelanggan yang loyal :

- a. Pembelian berulang
- b. Penolakan terhadap produk lain
- c. Merekomendasikan produk
- d. Tidak terpengaruh oleh produk lain

D. Penelitian Relevan

Langkah ini ditempuh agar peneliti terfokus dan tidak mengulang penelitian yang sudah ada.

1. Penulis menemukan penelitian Desy Rahmayanti tahun 2017 yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Kalsel Syariah Kedai Martapura*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh antara kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah Bank Kalsel Syariah Kedai Martapura menunjukkan bahwa besarnya peran atau kontribusi variabel bebas (X) mempengaruhi

variabel terikat (Y) sebesar 43,10% sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Dengan melihat hasil penelitian diatas, persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah variabel yang dipengaruhi sama.

Sedangkan perbedaan dengan penelitian saat ini adalah :

- a. Objek penelitian pada Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru dan objek penelitian diatas pada Bank Kalsel Syariah Kedai Martapura.
 - b. Lokasi penelitian berada di Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru sedangkan penelitian diatas berada di Bank Kalsel Syariah Kedai Martapura.
 - c. Variabel yang mempengaruhi dalam penelitian peneliti yaitu kualitas pelayanan Islam *frontliner* sedangkan pada penelitian diatas variabel yang mempengaruhi yaitu kualitas pelayanan *frontliner*.
2. Penelitian Wiwik pada tahun 2017 yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner (Customer Service, Teller Dan Security) Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Di Perbankan (Studi Kasus Pada PT.Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Iskandar Muda Medan Dan Pada PT.Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang*

Katamso Medan.” Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan *frontliner* dengan kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri. Dimana nilai t hitung > nilai t tabel, X_1 sebesar (1,903 > 1,6777), variabel X_2 (2,062 > 1,6777, X_3 (3,452 > 1,6777), variabel X_4 (4,573 > 1,6777) dan X_5 (4,887 > 1,6777) dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. X_1 sebesar (2,709 > 1,6777, variabel X_2 (1,257 > 1,6777), variabel X_3 (2,216 > 1,6777), variabel X_4 (1,939 > 1,6777) dan variabel X_5 (1,338 > 1,6777) dengan taraf signifikan < dari 0,05 (0,009 < 0,05). Yang berarti secara parsial signifikan kualitas pelayanan *frontliner* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah untuk bertransaksi di PT. Bank Syariah Mandiri.

Dengan melihat hasil penelitian diatas, persamaan penelitian yang peneliti lakukan ialah dari segi variabel yang mempengaruhi yaitu kualitas pelayanan *frontliner*, namun ada perbedaan dari faktor mengukur kualitasnya.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada beberapa hal :

- a. Lokasi dan tempat penelitian yang peneliti lakukan adalah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru sedangkan lokasi serta tempat penelitian peneliti sebelumnya ialah PT. Bank Syariah

Mandiri Kantor Cabang Pembantu Iskandar Muda Medan dan PT.

Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Cabang Katamsa Medan.

- b. Variabel yang dipengaruhi pada penelitian yang peneliti lakukan adalah loyalitas nasabah sedangkan pada penelitian diatas variabel yang dipengaruhi adalah kepuasan nasabah.
 - c. Faktor-faktor yang diambil dalam mengukur kualitas pelayanan *frontliner*, dimana pada penelitian ini peneliti mengkaji kualitas pelayanan Islam dengan mengukur faktor *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Emphaty, Responsiveness* sedangkan pada penelitian sebelumnya mengkaji kualitas pelayanan *frontliner* dengan mengukur faktor *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty*.
3. Penelitian oleh Alfatia pada tahun 2020 yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di PT.Pegadaian (PERSERO) Syariah Cabang Ahmad Yani Pekanbaru*”. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Ahmad Yani Pekanbaru. Hasil koefisien korelasi juga menyatakan adanya hubungan yang cukup kuat antara variabel X dengan variabel Y. Dan hasil pengujian terakhir ialah koefisien determinasi, dapat dilihat bahwa nilai R Square sebesar 0,311 yang artinya bahwa kontribusi

pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah 31,1% sedangkan sisanya 68,9% dipengaruhi oleh variabel lain, dimana hasilnya menunjukkan bahwa terdapat kontribusi yang kecil antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT.Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Ahmad Yani Pekanbaru.

Dengan melihat hasil penelitian diatas, persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah variabel yang mempengaruhinya yaitu kualitas pelayanan islam.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan terletak dalam beberapa hal :

- a. Lokasi dan tempat penelitian yang peneliti lakukan adalah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru sedangkan lokasi serta tempat penelitian peneliti sebelumnya ialah PT.Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Ahmad Yani Pekanbaru.
- b. Variabel yang dipengaruhi pada penelitian yang peneliti lakukan adalah loyalitas nasabah sedangkan pada penelitian diatas variabel yang dipengaruhi adalah kepuasan nasabah.

E. Konsep Operasional

Berdasarkan penjelasan diatas maka dirancang konsep operasional sebagaimana pada tabel berikut :

Tabel 2.1 : Konsep Operasional

Konsep	Variabel	Indikator
Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam Frontliner Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru	<u>Variabel Bebas</u> Kualitas Pelayanan Islam Frontliner (X)	1. Jujur 2. Bertanggung jawab dan terpercaya (Amanah) 3. Tidak menipu (Al-Kadzib) 4. Menepati janji dan tidak curang 5. Melayani dengan rendah hati (khidmah) 6. Tidak melupakan akhirat (Rafidah: 2014)

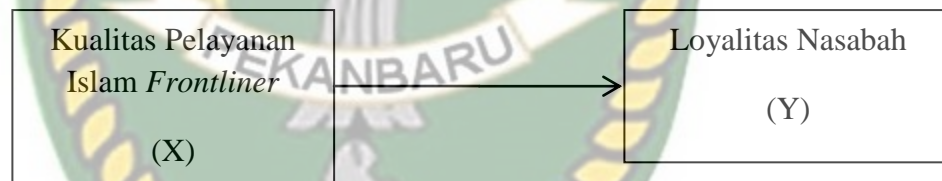
	<u>Variabel</u> <u>Terikat</u> Loyalitas Nasabah (Y)	1. Pembelian Berulang 2. Penolakan Terhadap Produk Lain 3. Merekomendasikan Produk 4. Tidak terpengaruh oleh produk lain (Griffin : 2005)
--	--	---

Sumber : Data Olahan 2022

F. Kerangka Berpikir

Dari uraian diatas, selanjutnya disajikan kerangka berpikir penelitian sebagai berikut:

Gambar 1. Kerangka Berpikir



Sumber : Data Olahan 2022

Berdasarkan gambar kerangka berpikir diatas, maka penulis dapat menjelaskan bahwa yang menjadi konsep adalah Kualitas Pelayanan Islam *Frontliner* Di Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru. Adapun yang termasuk variabel dalam kajian ini ialah Loyalitas Nasabah untuk mendapatkan hasil penelitian.

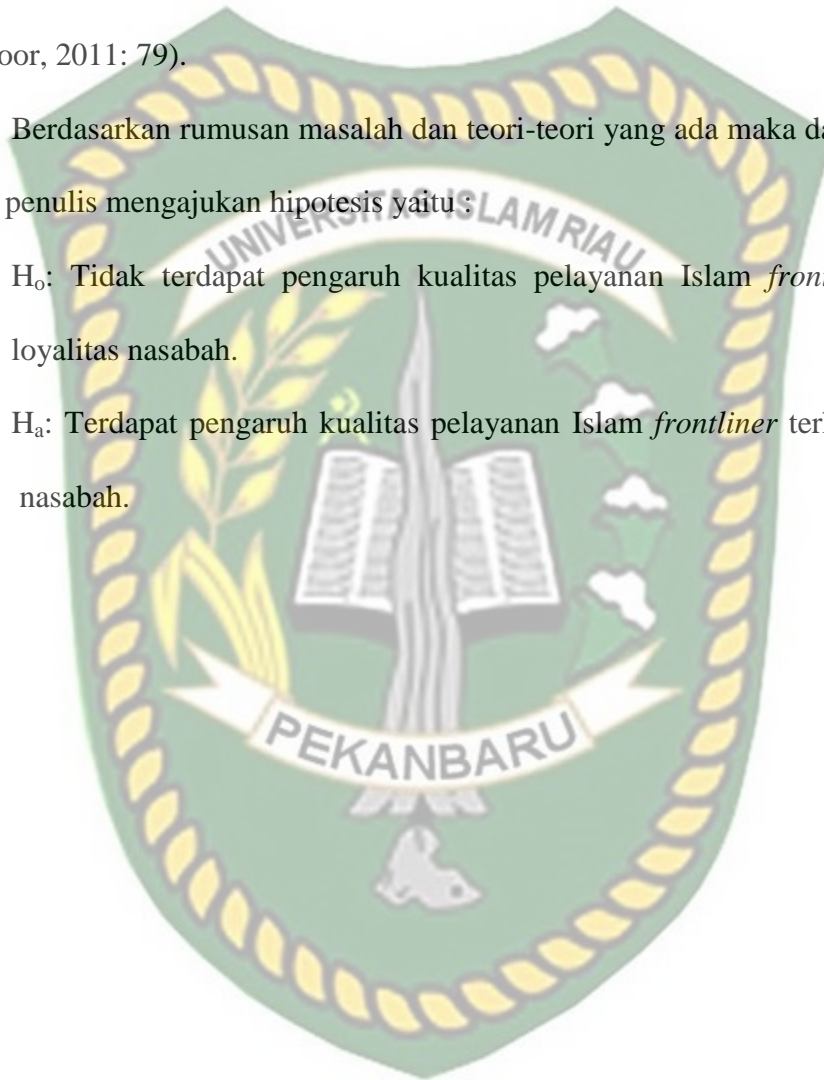
G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari dua kata yaitu hypo (belum tentu benar) dan tesis (kesimpulan). Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian (Noor, 2011: 79).

Berdasarkan rumusan masalah dan teori-teori yang ada maka dalam penelitian ini penulis mengajukan hipotesis yaitu :

H₀: Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan Islam *frontliner* terhadap loyalitas nasabah.

H_a: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan Islam *frontliner* terhadap loyalitas nasabah.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif yaitu, jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi /pengukuran (Sujarweni, 2014:38).

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas adalah jenis penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab akibat antar variabel. Pada jenis penelitian ini, umumnya hubungan sebab akibat sudah dapat diprediksi oleh peneliti, sehingga peneliti dapat menyatakan klasifikasi variabel penyebab, variabel antara, dan variabel terikat (Sanusi,2019:14).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru yang berada di Jl. Jendral. Sudirman No.628, Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2021 sampai bulan Januari 2022, yaitu selama 4 bulan.

Tabel 3.1 : Jenis dan Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Persiapan Penelitian	Bulan															
		Oktober				November				Desember				Januari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan Proposal																
2	Pengumpulan Data																
3	Pengolahan dan Analisis Data																
4	Penulisan Skripsi																

Sumber: Data Olahan 2022

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah nasabah aktif produk simpanan Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru pada tahun 2020. Sedangkan objek penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan Islam *frontliner* terhadap loyalitas nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.

D. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sujarweni,2014:65).

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah aktif produk simpanan pada Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru pada tahun

2020 yang berjumlah 181.587 orang dan bagian *frontliner*. (Sumber: Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru)

b. Sampel

Berdasarkan jumlah populasi tersebut, maka peneliti melakukan pengambilan sampel. Menurut Sugiono (2008) dalam Patariato (2015: 31) mengemukakan sampel sebagai bagian jumlah dan karakteristik yang ada pada suatu populasi, pengambilan sampel dilakukan dengan mempertimbangan faktor keterbatasan yang tidak memungkinkan seluruh populasi untuk diteliti.

Penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin, yang mana jumlahnya harus representative sehingga hasil penelitian bisa digeneralisasikan serta tidak membutuhkan tabel jumlah sampel dalam perhitungannya, bisa menggunakan rumus dan perhitungan sederhana. Adapun untuk menentukan sampel menggunakan Rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel

ditolerir; $e = 0,1$

ketentuan pada rumus Slovin yaitu :

Nilai $e = 0,1$ (10%) digunakan ketika populasi berjumlah besar

Berdasarkan rumus diatas, jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 181.587 nasabah dengan tingkat kesalahan 10%, maka ukuran sampel:

$$n = \frac{181.587}{1 + (181.587 \times 10\%^2)}$$

$$n = \frac{181.587}{1 + (181.587 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{181.587}{1 + (181.587 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{181.587}{1 + 1.815,87}$$

$$n = \frac{181.587}{1.816,87}$$

$$n = 99,9449602888 \text{ orang}$$

$$n = 100 \text{ orang}$$

Dapat disimpulkan bahwa sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 nasabah sebagai responden. Berikut disajikan alokasi proporsional sampel

produk simpanan Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru (Sanusi, 2011:93):

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

Keterangan:

n_i = Jumlah sampel untuk setiap strata

N_i = Jumlah populasi untuk setiap strata

N = Jumlah Populasi

n = Jumlah Sampel

$$\begin{aligned} \text{Tabungan iB} &= \frac{179.969}{181.587} \times 100 \\ &= 99,10 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Giro iB} &= \frac{528}{181.587} \times 100 \\ &= 0,29 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Deposito iB} &= \frac{1.090}{181.587} \times 100 \\ &= 0,60 \end{aligned}$$



Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *Sampling Insidental*, yaitu proses pengambilan sampel secara simultan, yakni siapa saja yang secara simultan/kebetulan berjumpa dengan peneliti dapat dijadikan sampel, jika dilihat orang tersebut cocok untuk dijadikan sebagai sumber data (Sujarweni,2014:72).

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Kuesioner (angket) adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Untuk memperoleh data, angket disebarakan kepada responden (Narbuko, et.all,2010:76).
- b. Observasi adalah suatu proses melihat, mengamati dan mencermati serta “merekam” perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Observasi adalah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis (Herdiansyah, 2013: 131-132).
- c. Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang memberikan keterangan pada peneliti. (Mardalis, 2014:64)

- d. Dokumentasi adalah nama lain dari analisis tulisan atau analisis terhadap isi visual dari suatu dokumen. Gottschalk menyatakan bahwa dokumentasi dalam pengertiannya yang lebih luas berupa setiap proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apapun, baik itu yang bersifat tulisan, lisan, gambar atau arkeologis (Gunawan, 2014:175-176).

F. Teknik Pengolahan Data

Berikut tahap pengolahan data yang dilakukan adalah sebagai berikut (Mardalis, 2014:77-79):

- a. Memeriksa (*editing*), adalah memeriksa kembali semua data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner atau angket, untuk mengecek apakah setiap kuesioner telah diisi sesuai dengan petunjuk sebelumnya.
- b. Pengkodean (*coding*), adalah memberi tanda code terhadap pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan, hal ini bertujuan untuk mempermudah waktu mengadakan tabulasi dan analisa.
- c. Tabulasi data (*tabulating*), adalah membuat tabel jika semua masalah editing dan coding telah selesai.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian, teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah (Sujarweni, 2014:103).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Untuk mendukung hasil penelitian, data yang didapatkan akan dianalisis memakai analisis regresi linier sederhana dimana teknik perhitungannya menggunakan *SPSS For Windows 24*. Dalam penelitian ini kuesioner menggunakan skala Likert, data kuesioner yang sudah berhasil didapatkan harus diuji terlebih dahulu.

Tabel 3.2 : Alternatif Pilihan Jawaban

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Riduwan dan Sunarto, 2014: 21

1. Uji Instrumen

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah (Sujarweni,201:76). Uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu :

a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah skala dimana kesimpulan yang dibuat dengan berdasarkan skor menurut angka menjadi sesuai, bermakna, dan berguna. Validitas merupakan pendapat mengenai kesesuaian pengukuran untuk kesimpulan atau keputusan khusus yang berasal dari skor yang ada (Effendy, 2010: 112).

Dalam rangka uji validitas kuesioner kriteria pengujian, apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan taraf signifikan 5% (0,05), maka alat ukur dinyatakan valid dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pernyataan tersebut tidak valid (Sugiyono, 2004).

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah instrumen yang digunakan sebagai panduan dalam membuat kuesioner. Menurut Siregar (2015:55) ia mengemukakan bahwa reliabilitas bertujuan guna mengidentifikasi sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten,

jika reliabilitas diukur dua kali atau lebih dengan gejala yang sama serta menggunakan alat pengukuran yang sama juga.

Teknik *Cronbach Alpha* digunakan dalam uji reliabilitas yang mana instrument baru bisa dikatakan handal atau reliabel jika memiliki koefisien kehandalan sebesar $>0,6$. (Siregar, 2015:57)

H. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Regresi Linier Sederhana

Terdapat dua variabel pada regresi linier sederhana, yang pertama yaitu variabel yang disebut dengan variabel terikat dengan simbol Y dan yang kedua yaitu variabel yang disebut dengan variabel bebas dengan simbol X. Persamaan regresi dinyatakan dengan persamaan, yaitu:

$$\check{Y} = a + bX$$

dimana:

\check{Y} = loyalitas nasabah

a = konstanta

b = koefisien regresi

X = kualitas pelayanan islam *frontliner*

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji dilakukan untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) Langkah-langkahnya adalah (Sanusi,2014:138) :

- a. Merumuskan hipotesis
- b. Menghitung nilai t
- c. Membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel}
- d. Mengambil keputusan

3. Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan dan kontribusi variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent). Untuk memberi nilai koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3 : Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0, 00 - 0, 199	Sangat Rendah
0, 20 - 0, 399	Rendah
0, 40 - 0, 599	Cukup Kuat
0, 60 - 0, 799	Kuat
0, 80 - 1, 000	Sangat Kuat

Sumber : Riduwan Sunarto, 2014: 81

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinan (R^2) digunakan untuk menjelaskan proporsi variasi dependent (terikat) yang dijelaskan oleh variabel independent (bebas) secara bersama-sama (Sanusi,2014:136).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Bank Riau Kepri Syariah

Berdirinya Bank Riau Kepri Syariah ditandai dengan adanya pembentukan Tim Pengembangan Unit Usaha Syariah Bank Riau berdasarkan Surat Keputusan Direksi PT. Bank Riau No. 39/KEPDIR/2003. Bank Riau Syariah melakukan beberapa langkah akselerasi sejak dibentuknya tim Unit Usaha Syariah (UUS) yang bekerja sama dengan konsultan perbankan syariah. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk merekrut Sumber Daya Insani baik Internal maupun Eksternal, *marketing research*, training, simulasi serta penyusunan Standar Operasional & Prosedur.

Sebelum mengajukan izin prinsip untuk pendirian, Bank Riau Syariah melakukan berbagai cara agar langkah untuk pendirian berjalan dengan lancar, diantaranya rehabilitasi gedung yang diperuntukkan sebagai Kantor Cabang Syariah dan UUS, persiapan aplikasi IT syariah dan lain-lain. Pada tanggal 29 Januari 2004, dilakukan pengajuan izin prinsip untuk pendirian Bank Riau Syariah ke Bank Indonesia dan pada tanggal 27 Februari 2004 izin itu diperoleh dari Bank Indonesia melalui surat BI No.6/7/DpbS/Pbr KBI Pekanbaru. Kemudian tanggal 21 Mei 2004, pengurusan izin operasional dikirim ke Bank Indonesia dan pada bulan Juni 2004 izin operasional diterima yang memungkinkan Bank Riau Syariah bisa mulai beroperasi.

Soft & Grand Opening Bank Riau Syariah dilakukan pada tanggal 1 Juli 2004. Kemudian diresmikan oleh Gubernur Riau H.M Rusli Zainal pada tanggal 22 Juli 2004 yang pada saat itu dihadiri juga oleh Deputy Gubernur Bank Indonesia Maulana Ibrahim beserta ketua DPRD Provinsi Riau dr.Chaidir MM. Mulai beroperasinya Bank Riau Syariah menjadi suatu pencapaian, hal ini karena Bank Daerah Syariah pertama diluar pulau Jawa ialah Bank Riau Syariah.

Ada 5 aspek yang melatarbelakangi didirikannya Bank Riau Syariah yakni aspek yang pertama ialah aspek regulasi, yang ditandai dengan diterbitkannya UU No. 10 Tahun 1998 mengenai perubahan UU No. 7 Tahun 1992 yang menjelaskan bahwa bank umum konvensional diberikan peluang untuk berpartisipasi menyelesaikan transaksi syariah. Kemudian, aspek yang kedua yaitu aspek marketing, hal ini didasari dari mayoritas penduduk di Riau dan Kepri yang beragama islam serta bank syariah mempunyai potensi pasar yang cukup besar. Yang ketiga ada aspek syariah, dimana masih banyak diantara umat islam yang tidak mau menggunakan jasa bank konvensional. Aspek yang keempat adalah aspek empiris, perbankan syariah mempunyai banyak kelebihan untuk mengatasi permasalahan yang di akibat dari krisis ekonomi, hal ini di dasari dari beberapa pengalaman yang sudah dibuktikan . Dan yang terakhir, adanya aspek diferensiasi produk. Adanya Bank Riau Kepri Syariah membuat masyarakat memiliki alternatif pilihan, baik yang telah menjadi nasabah ataupun yang belum dalam rangka memenuhi kebutuhan.

Berdasarkan Undang-Undang No.13 Tahun 1962 mengenai Bank Pembangunan Daerah, status Bank Pembangunan Daerah Riau telah berubah menjadi Bank milik Pemerintah Daerah Riau yang dimulai sejak tanggal 1 April 1966. Pada Tahun 1975 status pendirian Bank Pembangunan Daerah Riau diselesaikan dengan Peraturan Daerah Tingkat I Riau Nomor 10 Tahun 1975. Pada Tahun 1986 status pendirian Bank Pembangunan Daerah Riau disesuaikan dengan Peraturan Daerah Tingkat I Riau Nomor 18 Tahun 1986. Pada Tahun 1992 status pendirian Bank Pembangunan Daerah Riau disesuaikan dengan Peraturan Daerah no. 14 Tahun 1992 tentang Bank Pembangunan Daerah Riau berdasarkan Undang- Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Bank Pembangunan Daerah Riau berubah status dari Perusahaan Daerah (PD) menjadi Perseroan Terbatas (PT) yang telah disetujui pada tanggal 26 Juni 2002 berdasarkan hasil keputusan RUPS. Perubahan status dari PD menjadi PT disahkan oleh Menteri Kehakiman dan HAM berdasarkan Surat Keputusan Nomor : C- 09851.HT.01.01.TH.2003 pada tanggal 5 Mei 2003. Pada tanggal 13 Juni 2003 badan hukum telah berubah dari PD menjadi PT dan sudah disahkan dalam RUPS. Tanggal 22 Juli 2003 perubahan badan hukum dari PD menjadi PT mendapat persetujuan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia Nomor 5/30/KEP.DGS/2003. PT Bank Pembangunan Daerah Riau berubah nama menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Riau Kepri atau yang disingkat dengan PT Bank Riau Kepri yang dilakukan pada tanggal 26 April 2010. Tanggal 22 Juli 2010 persetujuan dari Bank Indonesia melalui Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.

12/59/KEP.GBI/2010 tentang perubahan nama dari BPD Riau menjadi BPD Riau Kepri. Menara Dang Merdu Bank Riau Kepri diresmikan sebagai Kantor Pusat dan Cabang Utama Bank Riau Kepri pada tanggal 27 Januari 2016.

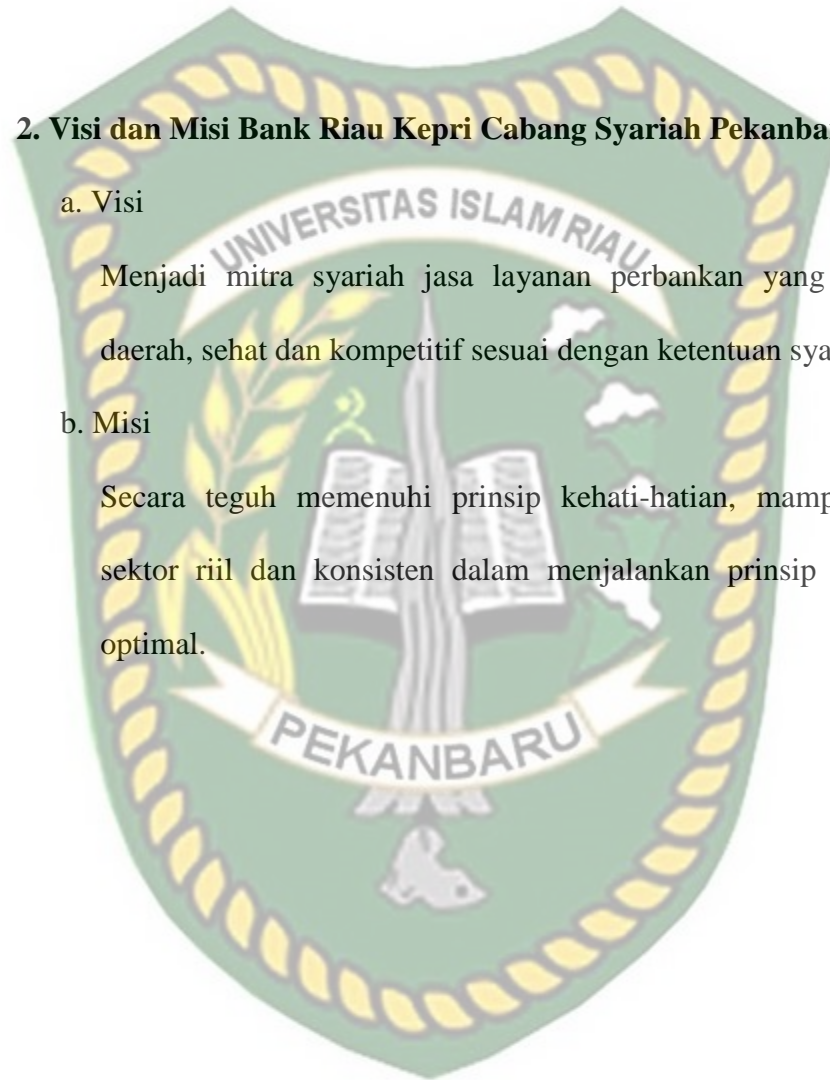
2. Visi dan Misi Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru

a. Visi

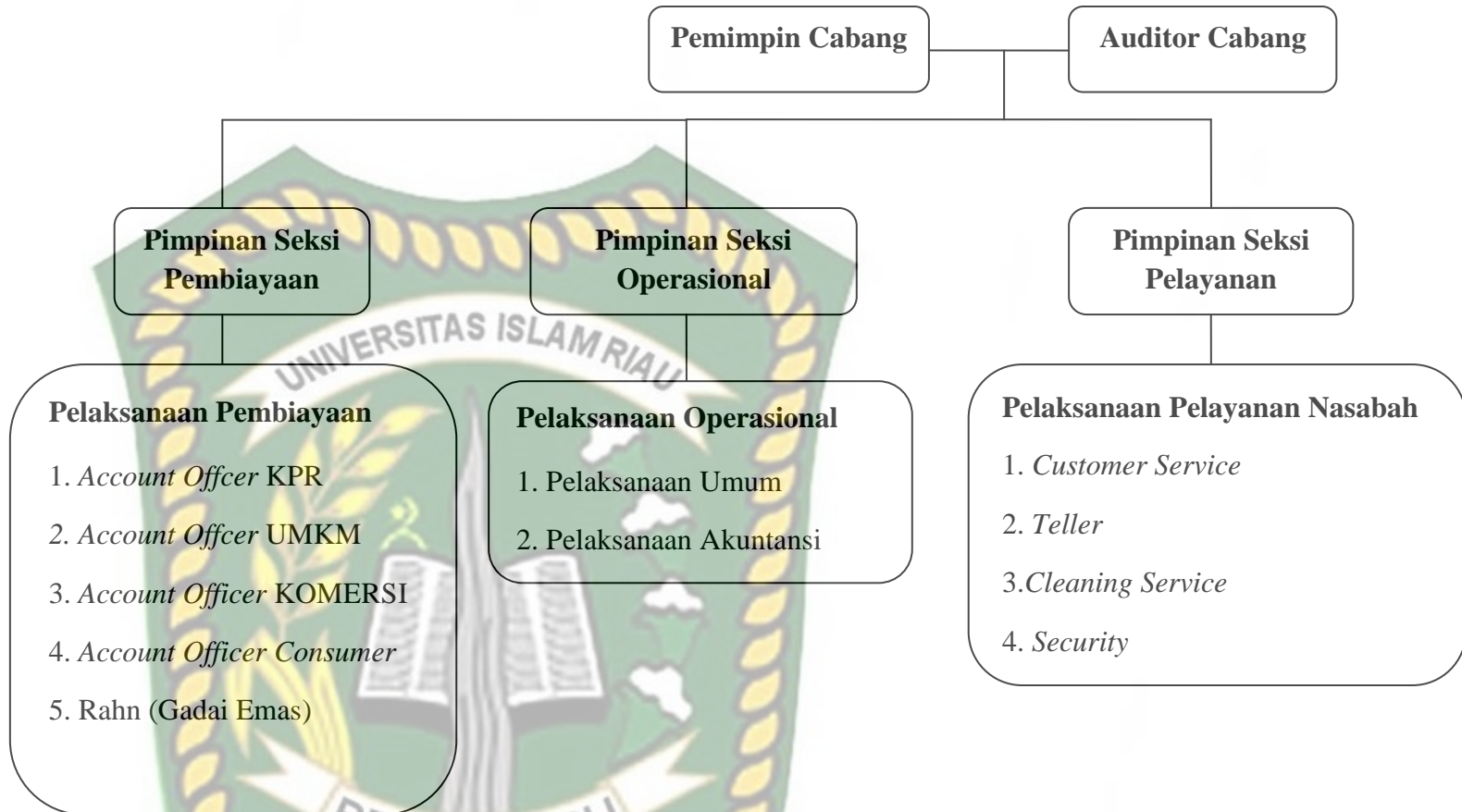
Menjadi mitra syariah jasa layanan perbankan yang terkemuka di daerah, sehat dan kompetitif sesuai dengan ketentuan syariah.

b. Misi

Secara teguh memenuhi prinsip kehati-hatian, mampu mendukung sektor riil dan konsisten dalam menjalankan prinsip syariah secara optimal.



3. Struktur Organisasi PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru



Gambar 2. Struktur Organisasi PT. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru

Berikut penjelasan mengenai tugas masing-masing bagian yaitu :

1. Pemimpin Cabang

Tugas pemimpin cabang yakni mengelola serta bertanggung jawab atas kelangsungan cabang bank tersebut terhadap divisi.

2. Pimpinan Seksi Operasional

Mengawasi operasional Bank serta produk-produknya agar sesuai dengan prinsip syariah merupakan tugas yang harus dijalankan oleh Dewan Pengawas Syariah. Dewan Pengawas Syari'ah mempunyai 3 fungsi yakni :

- a. Mengawasi jalannya operasional Bank sehari-hari agar sesuai dengan ketentuan syari'ah.
- b. Membuat pernyataan secara berkala (setahun sekali) bahwa Bank Riau Kepri Syariah telah berjalan sesuai ketentuan Syariah.
- c. Meneliti dan membuat rekomendasi produk baru dari Bank Riau Kepri Syari'ah.

3. Pimpinan Seksi Pelayanan Nasabah

Bagian ini mempunyai 2 tugas yaitu :

- a. Deposito atau tabungan Mudharabah, pelaksanaan deposito yakni orang yang bertugas menangani masalah-masalah deposito terutama terhadap pelayanan nasabah.
- b. Pelaksanaan giro atau tabungan Wadi'ah yakni orang yang bertugas dalam mengurus masalah-masalah yang berhubungan dengan giro.

4. Pimpinan Seksi Pembiayaan

Pimpinan seksi pembiayaan mempunyai tugas, yakni :

- a. Analisa kredit pembiayaan yakni orang-orang yang bertugas menganalisa dan memberikan laporan aspek yuridis mengenai permohonan kredit nasabah.
- b. Pelaksanaan penyaluran kredit atau pembiayaan macet, yakni orang-orang yang bertugas menyusun laporan-laporan yang berhubungan dengan kredit macet.

5. Pelaksanaan Pembiayaan

Bagian pelaksanaan pembiayaan terdiri dari 5 bagian, bagian pertama ialah *Account Officer* KPR, yang kedua yakni *Account Officer* UMKM, kemudian yang ketiga yaitu *Account Officer* KOMERSIL, yang keempat

yakni *Account Officer Consumer*, dan yang terakhir yaitu Rahn (Gadai Emas), yang dalam pelaksanaannya memiliki tugas untuk mengurus semua masalah yang berkaitan dengan administrasi kredit pembiayaan seperti KUR, KPR, Komersil, Konsumer dan Pembiayaan lainnya.

6. Pelaksanaan Operasional

Karyawan pada bagian ini memiliki tugas untuk menyiapkan laporan-laporan yang berkaitan dengan keuangan dan operasional lainnya dengan tidak berhubungan langsung dengan nasabah. Pelaksanaan operasional terdiri atas 2 bagian yakni, yang pertama bagian pelaksana umum dan yang kedua ialah bagian pelaksana akuntansi.

7. Pelaksanaan Pelayanan Nasabah

Customer Service, Teller, Cleaning Service, Security termasuk dalam bagian pelaksanaan pelayanan yang memiliki tanggung jawab terhadap masalah yang berkaitan dengan nasabah dan memberikan pelayanan kepada nasabah yang datang.

4. Produk-Produk Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru

a. Produk Simpanan

- Tabungan iB Sinar

Yakni pendanaan/investasi yang menggunakan prinsip mudharabah muthlaqah. Pada prinsip ini, keuntungan yang diperoleh

berasal dari dana simpanan yang digunakan dengan produktif dengan wujud pembiayaan kepada perusahaan, masyarakat, dan perorangan dengan profesional. Keuntungan yang didapatkan akan diberikan kepada nasabah dan bank sesuai porsi (nisbah) masing-masing yang telah disetujui bersama di muka.

- Tabungan iB Sinar Wadiah

Produk ini menggunakan prinsip Wadiah Yad Dhamanah atau dapat juga disebut Tabungan iB Sinar Wadiah. Pada jenis tabungan ini tidak terdapat imbalan yang diisyaratkan jika tabungan ingin diambil sewaktu-waktu terkecuali apabila bonus yang jumlahnya sesuai dengan kebijakan Bank dan tidak diperjanjikan dalam akad.

- Tabungan iB Dhuha Wadiah

Produk tabungan yang dirancang khusus untuk membantu nasabah merencanakan ibadah haji reguler, Haji plus dan umrah. Kini tabungan iB Dhuha hadir dalam 2 skim syariah :

1. Tabungan Haji yang memakai akad wadiah (titipan) ditujukan untuk nasabah yang memiliki keinginan untuk melaksanakan ibadah Haji reguler dengan total setoran sesuai dengan kemampuan serta tidak menentukan kapan waktu keberangkatan.
2. Tabungan Haji yang memakai akad mudharabah, dimana nasabah memperoleh bagi hasil. Produk ini ditujukan untuk nasabah yang

ingin melaksanakan ibadah Haji plus dan umrah dengan total angsuran (tetap) dan waktu keberangkatan ditentukan sendiri oleh nasabah.

- Deposito iB

Simpanan dana berjangka dengan menggunakan akad mudharabah muthlaqah, yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan Bank.

Minimal setoran awal: Rp. 1.000.000,- (satu juta rupiah)

Jangka waktu : 1, 3, 6 dan 12 bulan

- Giro iB Wadiah

Giro Wadiah hadir dengan akad wadiah, nasabah bisa melakukan penarikan, penyetoran, transfer dana dan pembayaran tunai sewaktu-waktu dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah bayaran lainnya dan pemindah bukuan. Dengan adanya produk ini dapat mempermudah masyarakat untuk melakukan penyetoran dan transaksi keuangan dengan cepat.

b. Produk Pembiayaan

Pembiayaan iB multijasa umrah dan wisata religi Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah yakni jenis pembiayaan yang disediakan oleh pihak Bank untuk nasabah agar dapat memperoleh/membeli Paket

Ibadah Umrah yang telah disediakan oleh biro perjalanan/travel umrah serta memperhitungkan uang muka pembiayaan. Jangka waktu pembiayaan iB multijasa umrah paling sedikit 1 tahun dan paling lama selama 3 tahun.

- Pembiayaan Komersial iB Atas Dasar Kontrak

Yang dimaksud dengan pembiayaan komersial iB atas dasar kontrak ialah produk yang pembiayaannya diberikan kepada rekanan yang bertujuan agar terpenuhinya kebutuhan pembiayaan untuk proyek yang di dapat. Batas waktu untuk jenis pembiayaan ini ialah selama masa proyek atau jangka waktu ditambah dengan masa tenggang paling lama selama 60 hari.

Apabila proyek tidak dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan serta pembiayaannya pun belum lunas, maka batas waktu proyek dan pembiayaan dapat diperpanjang jika masih tersedianya sumber pelunasan dari tagihan termin proyek. Ditetapkannya perpanjangan jangka waktu ialah selama jangka waktu addendum kontrak pekerjaan dan apabila diperlukan boleh ditambah masa tenggang selama 30 hari untuk mengantisipasi kebutuhan waktu penyelesaian proyek.

- Pembiayaan iB Aneka Guna

Produk ini ditujukan untuk pegawai dan pensiunan yang memiliki penghasilan tetap, pengusaha dan pekerja profesi untuk pembelian kebutuhan seperti peralatan elektronik, perabot/peralatan rumah tangga, biaya pendidikan, pernikahan, pengobatan, serta kebutuhan lainnya sesuai dengan prinsip syariah.

PNS, anggota TNI/Kepolisian, pegawai BUMN/BUMD, CPNS, Honor daerah dan pensiun memiliki jangka waktu selama 120 bulan. Untuk pegawai perusahaan swasta, pegawai yayasan, dan wiraswasta memiliki jangka waktu 96 bulan. Batas waktu pembiayaan mempertimbangkan sisa masa kerja/masa bakti dengan batas usia maksimum 65 tahun atau sampai usia maksimum jaminan asuransi jiwanya.

- Pembiayaan Pemilikan Rumah iB (PPR iB)

Jenis pembiayaan yang diperuntukkan bagi seseorang baik yang memiliki penghasilan tetap atau penghasilan tidak tetap dengan tujuan untuk membeli tanah atau bangunan rumah tapak/rumah tinggal, rumah susun, rumah toko dan rumah kantor yang biasa disebut sebagai PPR iB. iB PPR memiliki batas waktu yang bermacam-macam hingga mencapai selama 15 tahun.

- Pembiayaan Usaha Mikro Dan Kecil iB

Produk pembiayaan ini biasa juga disebut dengan pembiayaan UMK iB yakni pengusaha mikro dan kecil yang bergerak pada sektor ekonomi akan diberikan pembiayaan dengan tujuan agar terpenuhinya kebutuhan investasi dan modal kerja baik itu atas dasar kontrak atau non kontrak, selama usahanya tidak bertentangan dengan ketentuan syariah. Jangka waktu untuk produk pembiayaan UMK iB atas dasar kontrak ialah selama waktu proyek atau jangka waktu kontrak ditambah masa tenggang maksimal 60 hari.

- Pembiayaan Kendaraan Bermotor iB

Pembiayaan yang diberikan dalam rangka agar terpenuhinya kebutuhan nasabah yang bersifat konsumif untuk kepemilikan kendaraan bermotor roda 2 dan atau roda 3 yang menggunakan sistem PKB iB yakni pembayaran cicilan baik secara kolektif maupun non kolektif.

- Pembiayaan Kepemilikan Emas iB (Umum dan Pegawai Bank Riau Kepri)

Pembiayaan kepemilikan emas (PKE) iB Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah (Pembiayaan) adalah produk pembiayaan dalam bentuk kepemilikan emas (padu/lantakan/batangan/gold bar) yang menggunakan akad murabahah dan memperhitungkan uang muka

pembiayaan. Pembiayaan kepemilikan emas iB (PKE) memiliki jangka waktu minimal 2 tahun dan paling lama 5 tahun.

- Rahn Emas Ib

Rahn Emas (Gadai Emas iB) yakni nasabah mendapatkan fasilitas pinjaman dengan jaminan dalam bentuk emas perhiasan atau emas batangan yang telah disediakan oleh Bank Riau Kepri Syariah dan telah sesuai dengan prinsip syariah.

Untuk memperoleh pinjaman uang tanpa perlu kehilangan emas/perhiasan, ada 3 akad yang digunakan dalam transaksi ini dan jangka waktu 1 periode yakni selama 4 bulan serta bisa diperpanjang paling lama 2 kali periode. Akad yang digunakan antara lain yaitu akad Qardh, Rahn dan Ijarah.

B. Deskripsi Temuan Penelitian

1. Identitas Responden

Berdasarkan apa yang ada pada kuesioner dapat diidentifikasi karakteristik yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, penghasilan, lama menjadi nasabah, instansi perbankan lain yang digunakan, produk yang diakses dan banyaknya melakukan transaksi. Jumlah nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Responden tersebut dikelompokkan dengan beberapa kategori dalam tabel sebagai berikut :

a. Identitas berdasarkan jenis kelamin responden

Tabel 4.1 : Jenis Kelamin Responden Nasabah Produk Simpanan Pada Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru

NO	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-Laki	31	31%
2.	Perempuan	69	69%
Total		100	100%

Sumber: Data Olahan 2022

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang menjadi sampel terdapat 31 orang dengan persentase 31% berjenis kelamin laki-laki dan 69 orang dengan persentase 69% berjenis kelamin perempuan.

b. Identitas berdasarkan usia responden

Tabel 4.2 : Usia Responden Nasabah Produk Simpanan Pada Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru

NO	Usia Responden	Frekuensi	Persentase
1.	<17 Tahun	3	3%
2.	17-25 Tahun	57	57%
3.	26-35 Tahun	26	26%
4.	36-45 Tahun	8	8%
5.	>45 Tahun	6	6%
Total		100	100%

Sumber: Data Olahan 2022

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa usia 17-25 tahun merupakan jumlah terbanyak dalam kategori identitas usia responden yaitu berjumlah

57 responden dengan persentase 57%. Sedangkan usia >45 tahun menempati jumlah paling rendah dengan jumlah responden 6 orang dengan persentase 6%.

c. Identitas berdasarkan pendidikan responden

Tabel 4.3 : Pendidikan Responden Nasabah Produk Simpanan Pada Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru

NO	Pendidikan Responden	Frekuensi	Persentase
1.	SD/MI	1	1%
2.	SMP/MTS	2	2%
3.	SMA/SMK/MA	55	55%
4.	S1	36	36%
5.	S2	5	5%
7.	S3	1	1%
Total		100	100%

Sumber : Data Olahan 2022

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa, kategori pendidikan terakhir responden SMA/SMK/MA merupakan pendidikan yang paling mendominasi, yaitu berjumlah 55 orang dengan persentase 55%. Sedangkan pendidikan tingkat SD/MI dan S3 merupakan tingkat pendidikan yang paling sedikit pada kategori ini dengan jumlah masing-masing 1 orang responden dan persentase 1%.

d. Identitas berdasarkan pekerjaan responden

Tabel 4.4 : Pekerjaan Responden Nasabah Produk Simpanan Pada Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru

NO	Pekerjaan Responden	Frekuensi	Persentase
1.	Pelajar/Mahasiswa	31	31%
2.	PNS	8	8%
3.	TNI/Polri	0	0
4.	Wiraswasta	20	20%
5.	Lain-Lain	41	41%
Total		100	100%

Sumber : Data Olahan 2022

Pada tabel diatas, pekerjaan yang paling banyak dilakukan responden ialah pekerjaan kategori Lain-lain yang berjumlah 41 orang dengan persentase 41%. Sedangkan responden yang menempati posisi paling kecil adalah PNS yang berjumlah 8 orang dengan persentase 8%.

e. Identitas berdasarkan penghasilan responden

Tabel 4.5 : Penghasilan Responden Nasabah Produk Simpanan Pada Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru

NO	Penghasilan Responden	Frekuensi	Persentase
1.	<Rp. 500.000	21	21%
2.	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	26	26%

3.	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	31	31%
4.	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	17	17%
5.	>Rp. 5.000.000	5	5%
Total		100	100%

Sumber : Data Olahan 2022

Tabel penghasilan ini menjelaskan bahwa nasabah produk simpanan Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru sebanyak 31 orang berpenghasilan Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000 dengan persentase 31%. Sedangkan responden yang berpendapatan diatas Rp. 5.000.000 hanya berjumlah 5 orang dengan persentase 5%.

f. Identitas berdasarkan lama responden menjadi nasabah

Tabel 4.6 : Lama Responden Menjadi Nasabah Produk Simpanan Pada Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru

NO	Lama Menjadi Nasabah	Frekuensi	Persentase
1.	< 1 Tahun	33	33%
2.	1 - 2 Tahun	39	39%
3.	3 - 4 Tahun	16	16%
4.	5 - 6 Tahun	3	3%
5.	> 6 Tahun	9	9%
Total		100	100%

Sumber : Data Olahan 2022

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa responden yang telah menjadi nasabah selama 1-2 tahun lebih banyak menjadi nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru yakni sebanyak 39 orang dengan persentase 39%.

g. Identitas berdasarkan instansi perbankan lain yang digunakan responden

Tabel 4.7 : Instansi Perbankan Lain Yang Digunakan Responden Selain Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru

NO	Instansi Perbankan	Frekuensi	Persentase
1.	BCA	6	6%
2.	BRI	41	41%
3.	BNI	30	30%
4.	Mandiri	12	12%
5.	Lainnya	11	11%
Total		100	100%

Sumber : Data Olahan 2022

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nasabah produk simpanan Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru lebih banyak menggunakan produk instansi perbankan lain yaitu BRI berjumlah 41 orang dengan persentase 41%.

h. Identitas berdasarkan produk yang sering di akses responden

Tabel 4.8 : Produk yang sering diakses responden

NO	Produk Yang Diakses	Frekuensi	Persentase
1.	Produk Penyimpanan Dana	78	78%
2.	Produk Pembiayaan	22	22%
Total		100	100%

Sumber : Data Olahan 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jenis produk yang paling banyak diakses oleh responden yaitu produk penyimpanan dana yang berjumlah 78 orang dengan persentase 78%. Sedangkan produk yang paling sedikit diakses oleh responden adalah produk pembiayaan yang berjumlah 22 orang dengan persentase 22%.

i. Identitas berdasarkan jumlah responden melakukan transaksi dalam 1 bulan

Tabel 4.9 : Jumlah Responden Melakukan Transaksi Produk Simpanan Pada Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru Dalam Waktu 1 Bulan

NO	Jumlah Transaksi	Frekuensi	Persentase
1.	1 Kali	24	24%
2.	2 Kali	39	39%
3.	3 Kali	19	19%
4.	4 Kali	8	8%

5.	5 Kali	10	10%
Total		100	100%

Sumber : Data Olahan 2022

Tabel diatas menjelaskan bahwa nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru lebih banyak melakukan transaksi sebanyak 2 kali dalam waktu satu bulan yang berjumlah 39 orang dengan persentase 39%.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam *Frontliner* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.

Dari hasil penelitian mengenai Kualitas Pelayanan Islam *Frontliner* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru, dimana terdiri dari indikator kualitas pelayanan islam dan loyalitas. Adapun opini nasabah tentang pengaruh pelayanan islam *frontliner* terhadap loyalitas nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru adalah sebagai berikut :

a. Kualitas Pelayanan Islam *Frontliner*

Kualitas pelayanan islam *frontliner* memiliki 6 indikator yaitu : jujur, bertanggung jawab dan terpercaya (amanah), tidak menipu (al-kadzib), menepati janji dan tidak curang, melayani dengan rendah hati (khidmah), tidak melupakan akhirat.

Tabel 4.10 : Kualitas Pelayanan Islam *Frontliner*

No	Pernyataan	Skala Pengukuran					Jumlah
		Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	
1.	Pernyataan 1	48	45	5	2	0	100
2.	Pernyataan 2	45	47	5	3	0	100
3.	Pernyataan 3	48	45	6	1	0	100
4.	Pernyataan 4	48	45	7	0	0	100
5.	Pernyataan 5	44	45	11	0	0	100
6.	Pernyataan 6	50	41	8	1	0	100
7.	Pernyataan 7	43	50	6	1	0	100
8.	Pernyataan 8	41	52	5	2	0	100
9.	Pernyataan 9	39	49	11	0	1	100
10.	Pernyataan 10	40	41	18	0	1	100
11.	Pernyataan 11	42	49	9	0	0	100
12.	Pernyataan 12	54	35	10	1	0	100
13.	Pernyataan 13	54	38	7	1	0	100
14.	Pernyataan 14	49	43	7	1	0	100
15.	Pernyataan 15	39	48	12	1	0	100
16.	Pernyataan 16	44	35	18	3	0	100
Jumlah		728	708	145	17	2	1.600

Nilai skor	5	4	3	2	1	
Total skor	3.640	2.832	435	34	2	
Grand Total Skor						6.943
Rata-Rata Skor						433,9
Penelitian						
Persentase	45,5%	44,2%	9,06%	1,06%	0,125%	

Sumber : Data Olahan Angket No. 1 s/d 16, 2022

Dari tabel diatas dapat jelaskan dengan pernyataan berikut :

1. Berdasarkan hasil rekapitulasi diatas menunjukkan bahwa tanggapan responden tentang kualitas pelayanan islam *frontliner* (X) nilai tertinggi mengatakan sangat setuju dengan persentase 45,5%. Sedangkan nilai terendah responden mengatakan sangat tidak setuju dengan persentase 0,125%.
2. Berdasarkan hasil rekapitulasi tabel diatas, menunjukkan bahwa butir pernyataan 12,13,14,15 yang termasuk dalam indikator (Melayani dengan rendah hati) merupakan indikator yang paling banyak dipilih oleh responden, maka dapat disimpulkan bahwa indikator tersebut merupakan indikator yang paling penting dan paling mempengaruhi pada variabel kualitas pelayanan islam *frontliner* (X).

b. Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah memiliki 4 indikator yaitu : pembelian berulang, penolakan terhadap produk lain, merekomendasikan produk, tidak terpengaruh oleh produk lain.

Tabel 4.11 : Loyalitas Nasabah

No	Pernyataan	Skala Pengukuran					Jumlah
		Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	
1.	Pernyataan 17	37	45	17	1	0	100
2.	Pernyataan 18	32	46	20	2	0	100
3.	Pernyataan 19	30	56	13	1	0	100
4.	Pernyataan 20	27	38	27	8	0	100
5.	Pernyataan 21	24	39	28	7	2	100
6.	Pernyataan 22	28	47	23	2	0	100
7.	Pernyataan 23	39	46	15	0	0	100
Jumlah		217	317	143	21	2	700
Nilai Skor		5	4	3	2	1	
Total Skor		1.085	1.268	429	42	2	
Grand Total Skor							2.826
Rata-Rata Skor Penelitian							403,7
Persentase		31%	45,28%	20,42%	3%	0,28%	

Sumber: Data Olahan Angket 17 s/d 23, 2022

Dari tabel diatas dapat dijelaskan dengan pernyataan berikut :

1. Berdasarkan hasil rekapitulasi diatas menunjukkan bahwa butir tanggapan responden tentang loyalitas nasabah (Y) nilai tertinggi mengatakan setuju dengan persentase 45,28%. Sedangkan nilai terendah responden mengatakan sangat tidak setuju dengan persentase 0,28%.
2. Berdasarkan hasil rekapitulasi tabel diatas menunjukkan bahwa butir pernyataan 22 dan 23 yang termasuk dalam indikator (Merekomendasikan produk) merupakan indikator yang paling banyak dipilih oleh responden, maka dapat disimpulkan bahwa indikator tersebut merupakan indikator yang paling penting dan paling mempengaruhi pada variabel loyalitas nasabah (Y).

C. Analisis Data

1. Uji Validitas

Rumus *Corrected Item* digunakan untuk menguji validitas dengan taraf signifikan sebesar 5% ($\alpha=0,05$) yang bermakna bahwa suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.

Dapat disimpulkan bahwa indikator pada penelitian ini semua valid. Berikut adalah hasil uji validitas untuk setiap item variabel pengaruh kualitas pelayanan islam *frontliner* terhadap loyalitas nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.

Hasil uji validitas dari setiap item pernyataan responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.12 : Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Corrected Item - Total Corelation (r_{hitung})	R tabel $\alpha = 0,05$	Keterangan Valid
X	Item 1	0,799	0,196	Valid
	Item 2	0,760	0,196	Valid
	Item 3	0,763	0,196	Valid
	Item 4	0,824	0,196	Valid
	Item 5	0,759	0,196	Valid
	Item 6	0,807	0,196	Valid
	Item 7	0,765	0,196	Valid
	Item 8	0,836	0,196	Valid
	Item 9	0,809	0,196	Valid
	Item 10	0,789	0,196	Valid
	Item 11	0,791	0,196	Valid
	Item 12	0,710	0,196	Valid
	Item 13	0,736	0,196	Valid
	Item 14	0,697	0,196	Valid
	Item 15	0,787	0,196	Valid

	Item 16	0,715	0,196	Valid
Y	Item 17	0,683	0,196	Valid
	Item 18	0,700	0,196	Valid
	Item 19	0,816	0,196	Valid
	Item 20	0,595	0,196	Valid
	Item 21	0,638	0,196	Valid
	Item 22	0,639	0,196	Valid
	Item 23	0,707	0,196	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 24, 2022

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa indikator variabel bisa dikatakan valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item-item pernyataan dikatakan valid.

Berdasarkan hasil pengamatan pada r_{tabel} diperoleh nilai dari $(N) = 100$ sebesar 0,196 yang merujuk pada hasil uji validitas semua instrumen variabel X yang terdiri dari item 1 sampai item 16 memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sedangkan untuk variabel yang terdiri dari item 17 sampai item 23 juga memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memiliki atasan nilai 0,6. Apabila nilai reliabilitas kurang dari 0,6, maka nilainya kurang baik. Nilai reliabilitas dalam uji ini adalah kolom *Reliability Statistic (Cronbach's Alpha)*.

Hasil uji reliabilitas dari setiap item pernyataan responden dapat dilihat dibawah ini :

Tabel 4.13 : Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item Pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan Hasil
X	Item 1	0,959	Reliabel
	Item 2	0,959	Reliabel
	Item 3	0,959	Reliabel
	Item 4	0,959	Reliabel
	Item 5	0,959	Reliabel
	Item 6	0,959	Reliabel
	Item 7	0,959	Reliabel
	Item 8	0,959	Reliabel
	Item 9	0,959	Reliabel
	Item 10	0,959	Reliabel
	Item 11	0,959	Reliabel
	Item 12	0,960	Reliabel

	Item 13	0,960	Reliabel
	Item 14	0,960	Reliabel
	Item 15	0,959	Reliabel
	Item 16	0,960	Reliabel
Y	Item 17	0,960	Reliabel
	Item 18	0,960	Reliabel
	Item 19	0,959	Reliabel
	Item 20	0,962	Reliabel
	Item 21	0,962	Reliabel
	Item 22	0,961	Reliabel
	Item 23	0,960	Reliabel

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 24, 2022

Menurut tabel uji reliabilitas diatas yang menggunakan *Cronbach's Alpha*, dapat ditarik kesimpulan bahwa 23 item pernyataan mengenai pengaruh kualitas pelayanan islam *frontliner* terhadap loyalitas nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru dinyatakan reliabel.

3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Perhitungan analisis regresi linier sederhana menggunakan *SPSS Windows Versi 24*, maka diperoleh nilai terhadap variabel bebas dan variabel terikat pada tabel berikut :

Tabel 4.14 : Analisis Regresi Linier Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	4.888	2.613	
	Kualitas Pelayanan Islam Frontliner	0.335	0.037	0.673

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 24, 2022

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa rumus persamaan regresi linier sederhana yaitu :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 4.888 + 0,335X$$

Angka-angka yang ada pada persamaan regresi linier sederhana diatas memiliki arti :

- 1) Nilai $a = 4.888$ menunjukkan bahwa apabila nilai variabel $X = 0$, maka nilai variabel $Y = 4.888$.
- 2) Nilai $b = 0,335$, menunjukkan bahwa apabila nilai variabel kualitas pelayanan islam *frontliner* (X) meningkat maka variabel loyalitas nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,335 satuan dengan asumsi variabel X tetap atau konsisten.

4. Uji-t (Uji Parsial)

Untuk melihat variabel bebas dan terikat diperlukannya Uji-t dengan bantuan *SPSS For Windows Versi 24*, sehingga dapat diketahui hasil uji-t pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.15 : Hasil Perhitungan Uji-t (Uji Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.888	2.613		1.871	.064
Kualitas Pelayanan Islam Frontliner	.335	.037	.673	9.000	.000

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 24, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan islam *frontliner* (x) berjumlah 9,000 dan nilai t_{tabel} berjumlah 1,661 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05% dan derajat kebebasan sebesar 98 ($dk=n-2$, maka $dk=100-2 =98$). Maka dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $9,000 > 1,661$, maka H_a diterima dan H_o ditolak, sehingga dapat dikatakan terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan islam *frontliner* terhadap loyalitas nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.

5. Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan dan kontribusi variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent) melalui bantuan *SPSS For Windows Versi 24*, dan hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.16 : Koefisien Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.673 ^a	.452	.447	3.321

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 24, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai R menunjukkan korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen diketahui nilai R sebesar 0,673. Berdasarkan tabel interval koefisien dengan tingkat hubungan, maka koefisien korelasi berada pada interval 0,60 – 0,799, yang berarti interpretasi koefisien korelasinya adalah kuat.

6. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk melihat kontribusi variabel X terhadap variabel Y. Koefisien determinan (R^2) digunakan untuk menjelaskan proporsi variasi dependent (terikat) yang dijelaskan oleh variabel independent (bebas) secara bersama-sama.

Dapat dilihat bahwa nilai R *square* sebesar 0,452, artinya bahwa variabel X (kualitas pelayanan islam *frontliner*) memiliki kontribusi

terhadap variabel Y (loyalitas nasabah) sebesar 45,2%. Sedangkan sisanya 54,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

D. Pembahasan

Penelitian ini mengenai pengaruh kualitas pelayanan islam *frontliner* terhadap loyalitas nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru yang memiliki dua variabel, variabel yang pertama yakni variabel bebas (kualitas pelayanan islam *frontliner*) dan variabel yang kedua yakni variabel terikat (loyalitas nasabah).

Kualitas dapat diartikan sebagai suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses serta lingkungan yang menemui atau melebihi harapan. Kualitas dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen terhadap layanan yang ia terima. Jika jasa yang diterima konsumen melampaui harapan, maka dapat dipersepsikan bahwa kualitas jasa yang diberikan perusahaan baik dan memuaskan. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari apa yang diharapkan konsumen, maka kualitas jasa yang diberikan perusahaan dipersepsikan buruk.

Menurut Othman dan Owen (2001) dalam Putra (2014: 624) konsep kualitas pelayanan dalam perspektif Islam adalah bentuk evaluasi kognitif dari konsumen atas penyajian jasa oleh organisasi jasa yang menyandarkan setiap

aktivitasnya kepada nilai-nilai moral dan sesuai kepatuhan yang telah dijelaskan oleh syariat islam. Sedangkan loyalitas Menurut Griffin (2005) dalam Trisusanti (2017: 8) mengemukakan bahwa “ *loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*” yang bermakna bahwa loyalitas ialah perwujudan suatu perilaku untuk melakukan pembelian barang atau jasa secara berulang dari suatu perusahaan yang mengacu pada unsur-unsur pengambilan keputusan. Pelanggan yang loyal adalah mereka yang sangat puas dengan produk atau jasa sehingga memiliki antusiasme untuk memperkenalkannya pada siapa pun yang mereka kenal.

Pada penelitian ini variabel kualitas pelayanan islam *frontliner* (X) memiliki 6 indikator yaitu, jujur, bertanggung jawab dan terpercaya (amanah), tidak menipu (al-kadzib), menepati janji dan tidak curang, melayani dengan rendah hati (khidmah) dan tidak melupakan akhirat memiliki pengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah (Y).

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis kuantitatif yang digunakan untuk menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana yang berfungsi untuk mengukur pengaruh variabel X terhadap variabel Y dimana proses perhitungan datanya menggunakan program *SPSS For Windows Versi 24*.

Dari hasil analisis data tersebut, peneliti melakukan uji signifikan atau uji parsial antara kualitas pelayanan islam *frontliner* terhadap loyalitas nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru. Dari hasil pengujian tersebut, maka disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan islam *frontliner* terhadap loyalitas nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru. Hal ini dapat diketahui dari nilai t_{hitung} (9,000) lebih besar daripada nilai t_{tabel} (1,661), yang artinya secara parsial variabel kualitas pelayanan islam *frontliner* (X) berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah (Y).

Kemudian peneliti melakukan uji koefisien korelasi, yang mana koefisien korelasi berfungsi untuk mengetahui hubungan diantara variabel kualitas pelayanan islam *frontliner* (X) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y). Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi, dapat disimpulkan bahwa besarnya koefisien korelasi kualitas pelayanan islam *frontliner* terhadap loyalitas nasabah sebesar $R = 0,673$, yang artinya koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y memiliki hubungan yang kuat.

Analisis terakhir yang peneliti lakukan ialah menggunakan analisis koefisien determinasi, koefisien determinasi menjelaskan proporsi antara kualitas pelayanan islam *frontliner* terhadap loyalitas nasabah. Dari hasil analisis dapat diketahui besaran nilai R^2 sebesar 0,452 atau 45,2% dan sisanya 54,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam

penelitian ini. Jadi pengaruh kualitas pelayanan islam *frontliner* terhadap loyalitas nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru memiliki hubungan yang kuat.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Alfatia (2020) yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di PT. Pegadaian (PERSERO) Syariah Cabang Ahmad Yani Pekanbaru*”, yang menunjukkan hasil adanya pengaruh yang signifikan dan adanya hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan nasabah. Serta selaras juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Desy Rahmayanti (2017) yang mengangkat judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Kalsel Syariah Kedai Martapura*”, yang menunjukkan bahwa loyalitas nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan saja, melainkan ada faktor variabel lain diluar penelitian yang mempengaruhi loyalitasnasabah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pembahasan yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya yang membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan islam *frontliner* terhadap loyalitas nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru dengan jumlah populasi 181.587 nasabah dan mengambil sampel sejumlah 100 responden.

Maka peneliti akan menguraikan beberapa kesimpulan dibawah ini :

1. Dari hasil uji validitas dapat disimpulkan bahwa indikator variabel dapat dikatakan valid, karena jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item-item pernyataan dinyatakan valid. Berdasarkan hasil pengamatan pada r_{tabel} diperoleh nilai dari $(N) = 100$ sebesar 0,196 yang merujuk pada hasil uji validitas semua instrumen variabel X yang terdiri dari item 1 sampai item 16 memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sedangkan untuk variabel yang terdiri dari item 17 sampai item 23 juga memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.
2. Dari hasil uji-t (uji parsial) diketahui nilai $t_{hitung} (9,000) > t_{tabel} (1,661)$ sehingga dapat dikatakan adanya pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan islam *frontliner* terhadap loyalitas nasabah Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru.

3. Selanjutnya peneliti melakukan uji koefisien korelasi, dimana koefisien korelasi berfungsi untuk mengetahui hubungan diantara variabel kualitas pelayanan islam *frontliner* (X) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y). Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi, dapat disimpulkan bahwa besarnya koefisien korelasi kualitas pelayanan islam *frontliner* terhadap loyalitas nasabah sebesar $R = 0,673$, yang artinya koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y memiliki hubungan yang kuat.
4. Dan hasil pengujian terakhir yang peneliti lakukan ialah koefisien determinasi. Koefisien determinasi menunjukkan proporsi antara kualitas pelayanan islam *frontliner* terhadap loyalitas nasabah sebesar 45,2% sedangkan sisanya 54,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

Beberapa saran yang akan penulis berikan :

1. Bank Riau Kepri Cabang Syariah Pekanbaru tetap mempertahankan dan meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada nasabah, agar nasabah merasa nyaman dan puas sehingga nasabah tetap loyal menggunakan jasa perusahaan dan merekomendasikannya kepada orang lain.

2. Memberikan atau mengadakan reward kepada nasabah agar nasabah semakin termotivasi untuk tetap loyal menggunakan jasa bank sehingga tidak beralih menggunakan jasa bank lain.
3. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel-variabel yang berkaitan tentang kualitas pelayanan islam terhadap loyalitas nasabah seperti kepuasan nasabah, kualitas produk, kepercayaan nasabah dan citra perusahaan.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

Buku :

- Effendy, Khasan. (2010). *Memadukan Metode Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Indra Prahasta.
- Gunawan, Imam, (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Herdiansyah, Haris. (2013). *Wawancara, Observasi, Dan Focus Groups*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2017). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Latumaerissa, Julius R. (2014). *Manajemen Bank Umum*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Lupiyoadi, Rambat. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mardalis. (2014). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Martono, Nanang. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. (2009). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih. (2016). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Riduwan dan Sunarto. (2014). *Pengantar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rivai, Veithzal, Andria Permata Veithzal, dan Ferry N. Idroes. (2007). *Bank And Financial Institution, Management Conventional And Sharia System*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sanusi, Anwar. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, Syofian. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.

Sugiyono. (2004). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Sujarweni, Wiratna. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Tjiptono, Fandy. (2019). *Service, Quality & Customer Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

Jurnal :

Akbar, Y. R., Zain, I., & Nuraini, P. (2019). Analisis dimensi service marketing mix sebagai pengukur kepuasan nasabah bank syariah di pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 2(2), 1-15.

Atmaja, J. (2018). Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pada bank BJB. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 2(1), 49-63

Bakhri, B.S. (2011). Sistem Ekonomi Islam Dalam Perbandingan. *Al-Hikmah: Jurnal Agama dan Ilmu Pengetahuan*, 8(1), 42-49

Erdah, E. L., & Lemiyana, L.L. (2016). Pengaruh Etika *Frontliner* Terhadap Kenyamanan Nasabah di Perbankan Syariah Kota Palembang. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*. 2(2), 38-51.

Liung, H., & Liung, H. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas Di Moderasi Harga. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 8(01), 78568.

Patrianto, P. (2015). Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Sidoarjo Gedangan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi dan Entrepreneurship*. 4(2), 28-37.

Permata, L. (2016). Pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kualitas Pelayanan Klaim pada PT. Prudential Life Assurance Pru Future Team Syariah Pekanbaru. *Al-Hikmah: Jurnal Agama dan Ilmu Pengetahuan*, 13(2), 153-172.

- Putra, R. P., & Herianingrum, S. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 1(9).
- Rafidah, R. (2014). Kualitas Pelayanan Islami pada Perbankan Syariah. In *Nalar Fiqh: Forum Kajian Hukum Keluarga* (Vol. 10, No. 2, pp. 113-126). Fakultas Syariah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Ramadhanty, V., Putri, D. J. U., & Azzahra, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Roti Bakar Di Pamulang. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*, 7(2), 68-79.
- Reni, D., & Asmawati, S. (2016). Kualitas Pelayanan Frontliner dan Kepuasan Nasabah. *Islaminomics: Journal of Islamic Economics, Business and Finance*, 7(2).
- Sari, M. K. (2012). Pengaruh Penerapan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Kartu Pra Bayar Simpati Telkomsel. *Journal of Economic and Economic Education Vol*, 1(1), 86-96.
- Trisusanti, Y., & Karneli, O. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Zulkifli, Z. (2018). Pengaruh Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah Unit Tanah Merah Cabang Pegadaian Soebrantas. *Syarikat : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*. 1(1), 1-12.

Skripsi :

- Alfatia. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (PERSERO) Syariah Cabang Ahmad Yani Pekanbaru. *Skripsi*. Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau. Pekanbaru.
- Pratama, Yogi. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner*, Kualitas Produk Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus

Pada Bank VRI Syariah KC Semarang). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri. Salatiga.

Rahmayanti, Desy. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Kalsel Syariah Kedai Martapura .*Skripsi*. Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam UIN Antasari. Banjarmasin.

Wiwik. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner (Customer Service, Teller, Dan Security) Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Di Perbankan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan.

