

**PENGARUH *SHARIAH PRINCIPLES ADHERENCE* DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DAN *TRUST* SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI PADA NASABAH
BANK BRI SYARIAH KEBUMEN**

Nadia Ulfa Hartari

S-1 MANAJEMEN, STIE PUTRA BANGSA KEBUMEN (nadiaulfa021@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *shariah principles adherence* dan religiusitas terhadap *customer loyalty* dan *trust* sebagai variabel mediasi pada nasabah Bank BRI Syariah Kebumen. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dengan kuesioner. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah *shariah principles adherence* (X_1), religiusitas (X_2), *trust* (Y_1) dan *customer loyalty* (Y_2). Sikap responden diukur dengan skala likert empat dan data diolah dengan alat bantu *SPSS for windows versi 22*. Metode penelitian menggunakan analisis deskriptif dan statistik (*path analysis*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel valid dan reliabel, tidak terdapat multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan model memenuhi asumsi normalitas. Hasil penelitian pada analisis jalur menunjukkan bahwa *shariah principles adherence* dan religiusitas terhadap *trust* memiliki nilai *Adjusted R²* sebesar 0,158 atau 15,8%. Sedangkan *shariah principles adherence*, religiusitas dan *trust* terhadap *customer loyalty* memiliki nilai *Adjusted R²* sebesar 0,334 atau 33,4%. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa *shariah principles adherence* dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap *trust*. Selanjutnya, *shariah principles adherence* dan *trust* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*, sedangkan religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*.

Kata Kunci: *shariah principles adherence*, religiusitas, *trust*, *customer loyalty*.

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis khususnya perbankan kini semakin berkembang, terbukti dengan banyaknya jumlah bank dan jenis usaha perbankan lainnya yang beroperasi hampir di setiap daerah. Terdapat dua jenis bank jika dilihat dari kegiatan operasionalnya yaitu bank syariah dan bank konvensional. Pertama, bank konvensional merupakan bank yang melakukan kegiatan usaha secara konvensional yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Yang kedua bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam, maksudnya adalah bank yang dalam operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara islam (Zahri, 2016).

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia semakin membaik dari waktu ke waktu. Memasuki usia ke-16 pada tahun 2008, perbankan syariah kembali membuktikan ketahanannya menghadapi krisis ekonomi. Ketika sistem ekonomi modern tidak dapat memberikan kepastian terhadap kesejahteraan dan kelangsungan perbankan konvensional, kondisi lembaga keuangan syariah tetap stabil dan memberikan keuntungan, kenyamanan serta keamanan bagi para *stakeholders*-nya (Fahlevi, 2016).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menilai, sejauh ini kinerja perbankan syariah masih terpantau positif. kinerja tersebut tercermin dari posisi aset perbankan syariah yang tercatat masih tumbuh sebesar 20,65% secara tahunan atau *year on year (yoy)* per akhir Februari 2018 menjadi Rp 429,36 triliun. Sementara itu, pembiayaan masih bergerak ke level dua digit yakni 14,76% (*yoy*) menjadi Rp 289,99 triliun. Pada dua bulan

pertama tahun 2018, telah terjadi penambahan rekening menjadi 560 rekening perbankan syariah dari akhir Desember 2017.

Bank BRI Syariah mengalami peningkatan pertumbuhan kinerja pada Mei 2018. Hal itu antara lain tampak dari pertumbuhan sejumlah indikator keuangan seperti laba, pembiayaan dan pendanaan. Jumlah laba bersih yang dibukukan dalam lima bulan pertama tahun 2018 tumbuh sebesar 85,16% secara *year on year (yoy)* menjadi Rp96,31 miliar dari sebelumnya sebesar Rp52,02 miliar pada Mei 2017. Peningkatan laba tersebut terutama berasal dari pendapatan operasional sebesar Rp1,24 triliun dengan beban operasional sebesar Rp1,02 triliun, total pembiayaan dari Rp18,31 triliun menjadi Rp20,42 triliun, sedangkan Dana Pihak Ketiga (DPK) tumbuh 13,63 (*yoy*) dari Rp24,5 triliun pada Mei 2017 menjadi Rp 27,84 triliun. Pertumbuhan pembiayaan dan DPK tersebut membuat total jumlah aset BRI Syariah per Mei 2018 mengalami peningkatan sebesar 21,41% (*yoy*) menjadi Rp35,72 triliun. Dari sisi permodalan, Bank BRI Syariah menguat dengan rasio *capital adequacy ratio (CAR)* sebesar 29,93% naik dibandingkan dengan posisi Mei 2017 yang sebesar 20,68% (Sitorus, 2018).

Bank BRI Syariah memiliki *positioning* sebagai bank anti riba yang menjalankan sistem bagi hasil yang lebih adil kepada nasabah. selain itu, Bank BRI Syariah merupakan salah satu bank yang menggratiskan semua fasilitasnya, hal tersebut yang menjadi pembeda dari bank lain, sehingga *positioning* Bank BRI Syariah lebih kuat dibandingkan dengan bank lain. Perkembangan perbankan syariah di Indonesia yang semakin meningkat memunculkan kompetensi yang ketat begitu

pula pada BRI Syariah Kebumen, sehingga mengharuskan perbankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan semaksimal mungkin untuk *stakeholder* khususnya kepada nasabah bank, tujuannya adalah untuk menjaga loyalitas nasabah perbankan itu sendiri. Menurut Suyuthi (2012) loyalitas nasabah adalah wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih. Pada konteks perbankan syariah khususnya, loyalitas nasabah dapat dijadikan indikator keberhasilan perkembangan bank syariah karena dengan adanya loyalitas akan membuat nasabah enggan untuk menggunakan jasa keuangan yang lain. Hal ini akan memberikan dampak yang positif terhadap keberlangsungan kegiatan perbankan syariah yang diharapkan akan terus berkembang.

Persepsi nasabah Bank BRI Syariah Kebumen akan resiko dalam bertransaksi pada bank dapat berkurang dengan adanya rasa percaya dan rasa aman, dengan demikian maka akan berdampak pada terciptanya kepercayaan nasabah, nasabah dengan tingkat kepercayaan yang tinggi diharapkan akan menjadi loyal. Menurut Luarn dan Lin (2003) kepercayaan adalah sejumlah keyakinan spesifik terhadap integritas (kejujuran pihak yang dipercaya dan kemampuan menepati janji), *benevolence* (perhatian dan motivasi) yang dipercaya untuk bertindak sesuai dengan kepentingan yang mempercayai mereka, *competency* (kemampuan pihak yang dipercaya untuk melaksanakan kebutuhan yang mempercayai) dan *predictability* (konsistensi perilaku pihak yang dipercaya).

Religiusitas memiliki makna seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa tekun melaksanakan ibadah dan seberapa dalam penghayatan yang dimiliki

oleh seseorang (Glock dan Stark dalam Ancok, 2008). Perilaku konsumen Indonesia yang religius dapat dilihat dari kenyataan yang menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sangat peduli terhadap isu agama (Astogini dkk, 2011). Disimpulkan bahwa dibalik perkembangan perbankan syariah di Indonesia saat ini tidak lepas dari eksistensi masyarakat muslim yang mempunyai basis pendidikan ilmu islam dan religiusitas yang tinggi.

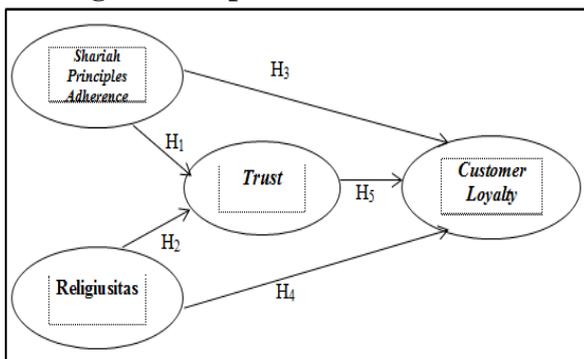
Menurut Abdullah dan Chee (dalam Asiyah: 2014), suatu kegiatan *muamalah* didasarkan pada prinsip-prinsip syariah, kegiatan muamalah harus menghindari tiga larangan mendasar dari keuangan Islam yaitu *Riba*, *Gharar* (ketidakpastian) dan Perjudian. Pemenuhan prinsip-prinsip syariah dalam semua kegiatan bisnis keuangan dapat mencerminkan karakteristik lembaga itu sendiri, termasuk Bank BRI Syariah Kebumen. Pemenuhan prinsip-prinsip Islam dalam kegiatan bisnis keuangan juga dapat menyiratkan integritas dan kredibilitas sehingga diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif (postivisme). Pendekatan ini merupakan pendekatan penelitian yang bekerja dengan angka, datanya terwujud bilangan, dianalisis menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau pengujian terhadap hipotesis yang bersifat spesifik dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel lainnya (Creswell, 2010). Pendekatan kuantitatif mendasarkan kajian pada prinsip rasional empirik. Oleh karena itu sebelum melakukan penelitian para peneliti harus menemukan permasalahan dan hipotesis untuk diuji berdasarkan atas

kriteria-kriteria yang ditetapkan serta alat analisis yang akan digunakan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrumen validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, analisis jalur. Sedangkan r tabel dalam penelitian ini 0,1966 dan t tabel dalam penelitian ini 1,985.

Kerangka konseptual :



HASIL DAN PEMBEHASAN

Data yang sudah diujikan dinyatakan valid dan reliabel karena semua butir melebihi nilai r tabel dan nilai alpha. Sedangkan hasil pengaruh antara variabel bebas dan terikat di jelaskan sebagai berikut :

H₁: Berdasarkan hasil uji t pada variabel *Shariah Principles Adherence* terhadap *Trust*, diperoleh nilai sebesar 3,216 dengan signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Ini membuktikan bahwa *Shariah Principles Adherence* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Trust*. Hal tersebut didasarkan pada indikator larangan penambahan nilai (riba), dimana sebagian besar responden memberikan penilaian yang tinggi dan menganggap bahwa Bank BRI Syariah Kebumen memenuhi atau patuh terhadap prinsip-prinsip syariah dalam semua kegiatan bisnis.

H₂: Berdasarkan hasil uji t pada variabel Religiusitas terhadap *Trust*, diperoleh

nilai sebesar 2,409 dengan signifikansi sebesar $0,018 > 0,05$. Ini membuktikan bahwa Religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap *Trust*. Hal tersebut didasarkan pada indikator pengetahuan agama. Responden berargumen bahwa di dalam agama islam diperintahkan untuk melakukan transaksi sesuai ajaran agama islam sehingga mampu meningkatkan *Trust* pada Bank BRI Syariah Kebumen.

H₃: Berdasarkan hasil uji t pada variabel *Shariah Principles Adherence* terhadap *Customer Loyalty*, diperoleh nilai sebesar 3,078 dengan signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$. ini membuktikan bahwa *Shariah Principles Adherence* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Hal tersebut didasarkan pada indikator larangan *gharar*. Responden berargumen bahwa Bank BRI Syariah melakukan transaksi yang obyeknya jelas sehingga nasabah dapat meningkatkan *Customer Loyalty* terhadap Bank BRI Syariah Kebumen.

H₄: Berdasarkan hasil uji t pada variabel Religiusitas terhadap *Customer Loyalty*, diperoleh nilai sebesar 0,563 dengan signifikansi sebesar $0,575 > 0,05$. Ini membuktikan bahwa Religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Responden berargumen bahwa semakin tinggi religiusitas maka tidak berpengaruh apapun terhadap *Customer Loyalty* pada nasabah Bank BRI Syariah Kebumen.

H₅: Berdasarkan hasil uji t pada variabel *Trust* terhadap *Customer Loyalty*, diperoleh nilai sebesar 5,046 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Ini membuktikan bahwa *Trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Responden berargumen bahwa Bank BRI Syariah berintegritas tinggi

sehingga *Customer Loyalty* terhadap Bank BRI Syariah Kebumen dapat meningkat.

PENUTUP

KESIMPULAN

1. *Shariah Principles Adherence* berpengaruh signifikan terhadap *Trust* pada nasabah Bank BRI Syariah Kebumen, dengan t_{hitung} sebesar $3,216 >$ dari t_{tabel} (1,985) dan tingkat signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ sehingga hipotesis pertama (H_1) yang menduga *Shariah Principles Adherence* berpengaruh terhadap *Trust* terbukti kebenarannya. Kondisi ini menunjukkan bahwa *Shariah Principles Adherence* dapat menstimulasi adanya *Trust* pada nasabah Bank BRI Syariah Kebumen, semakin tinggi *Shariah Principles Adherence* akan meningkatkan *Trust*.
2. Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap *Trust* pada nasabah Bank BRI Syariah Kebumen, dengan t_{hitung} sebesar $2,409 >$ t_{tabel} (1,985) dan tingkat signifikansi sebesar $0,018 < 0,05$ sehingga hipotesis kedua (H_2) yang menduga Religiusitas berpengaruh terhadap *Trust* terbukti kebenarannya. Kondisi ini menunjukkan bahwa Religiusitas dapat menstimulasi adanya *Trust* pada nasabah Bank BRI Syariah Kebumen, semakin tinggi Religiusitas akan meningkatkan *Trust*.
3. *Shariah Principles Adherence* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada nasabah Bank BRI Syariah Kebumen, hipotesis ketiga (H_3) yang menduga *Shariah Principles Adherence* berpengaruh terhadap *Trust* terbukti kebenarannya. Kondisi ini menunjukkan bahwa *Shariah Principles Adherence* dapat menstimulasi adanya *Trust* pada nasabah Bank BRI Syariah Kebumen,

semakin tinggi *Shariah Principles Adherence* akan meningkatkan *Trust*.

4. *Shariah Principles Adherence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada nasabah Bank BRI Syariah Kebumen, dengan t_{hitung} sebesar $3,078 >$ t_{tabel} (1,985) dan tingkat signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$ sehingga hipotesis keempat (H_4) yang menduga *Shariah Principles Adherence* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* terbukti kebenarannya. Kondisi ini menunjukkan bahwa *Shariah Principles Adherence* dapat menstimulasi adanya *Customer Loyalty* pada nasabah Bank BRI Syariah Kebumen, semakin tinggi *Shariah Principles Adherence* akan meningkatkan *Customer Loyalty*.
5. Religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada nasabah Bank BRI Syariah Kebumen, dengan t_{hitung} sebesar $-0,563 <$ t_{tabel} (1,985) dan tingkat signifikansi sebesar $-0,049 <$ $0,05$ sehingga hipotesis kelima (H_5) yang menduga Religiusitas berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* tidak terbukti kebenarannya. Kondisi ini menunjukkan bahwa Religiusitas tidak dapat menstimulasi adanya *Customer Loyalty* pada nasabah Bank BRI Syariah Kebumen.

SARAN

- a. Penelitian ini membuktikan bahwa *Shariah Principles Adherence* yang selama ini dilakukan oleh Bank BRI Syariah Kebumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust* dan *Customer Loyalty* pada nasabah Bank BRI Syariah Kebumen. Maka, penulis menyarankan agar Bank BRI Syariah Kebumen dapat terus berkomitmen dalam melaksanakan pemenuhan prinsip berbisnis melayani

nasabah dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi islam (syariah). Dengan terus berkomitmen maka dapat meningkatkan kepercayaan nasabah pada Bank BRI Syariah Kebumen. Oleh karena itu, perusahaan jasa seperti Bank BRI Syariah Kebumen dapat meningkatkan tingkat kepercayaan nasabah dengan program yang dapat meningkatkan persepsi positif dan hubungan jangka panjang sehingga dapat menciptakan *Customer Loyalty*.

- b. Penelitian ini membuktikan bahwa Religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap *Trust* pada Bank BRI Syariah Kebumen. Nasabah dengan religiusitas yang tinggi akan dapat dengan mudah memenuhi kepercayaan pada Bank BRI Syariah Kebumen, oleh karena itu penulis menyarankan agar Bank BRI Syariah Kebumen dapat menjaga kepercayaan nasabah dengan baik dengan mengurangi atau meminimalisir terjadinya masalah negatif. Dalam penelitian ini Religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty*, walaupun demikian, Bank BRI Syariah Kebumen harus tetap menjaga kualitas pelayanan terhadap nasabah dengan tingkat religiusitas yang tinggi maupun rendah.
- c. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengambil tema yang sama agar bisa menambah faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap *Customer Loyalty*. Misalnya kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, lokasi, *word of mouth* dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

Fahlevi, Mochammad. 2016. "Pangsa Pasar Perbankan Syariah di Indonesia". Diambil dari [https://www.linkedin.com/pulse/pangsa-pasar-perbankan-syariah-di-](https://www.linkedin.com/pulse/pangsa-pasar-perbankan-syariah-di-indonesia-levi-yamani?articleId=8266855336809579003)

[indonesia-levi-yamani?articleId=8266855336809579003](https://www.linkedin.com/pulse/pangsa-pasar-perbankan-syariah-di-indonesia-levi-yamani?articleId=8266855336809579003) diakses tanggal 4 November 2018.

Otoritas Jasa Keuangan. 2018. "Aset bank syariah tumbuh 20,65% per Februari 2018". Diambil dari <https://keuangan.kontan.co.id/news/ok-aset-bank-syariah-tumbuh-2065-per-februari-2018> diakses tanggal 4 November 2018.

Sitorus, R. 2018. "Kinerja Bank BRI Syariah per Mei 2018 Tumbuh Dua Digit". Diambil dari <http://finansial.bisnis.com/read/20180626/90/809865/kinerja-bank-bri-syariah-per-mei-2018-tumbuh-dua-digit> diakses tanggal 4 November 2018.

Suyuthi, Masyita. 2012. Analisis Pengaruh *Customer Relationship* Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Sulselbar Di Makasar.

Luarn, Pin & Hsin-Hui Lin. 2003. "A *Customer Loyalty Model For E Service Context*". *Journal of Electronic Commerce Research*, 4 (4): 156-167.

Ancok, Jamaludin dan Fuad Anshari Suroso. 2008. *Psikologi Islam : Solusi Islam Atas Problema-Problema Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Astogini, Dwiwiyati, dkk. 2011. Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal. Vol.13, No.1.

Asiyah, Siti, dkk. 2014. "Relationship Between Shariah Principles Adherence, Corporate Social Responsibility, Trust and Customer Loyalty: Theoretical Study at Indonesia BMT". *International Journal of Business and Management*

Invention. ISSN (Online): 2319 – 8028, ISSN (Print): 2319 – 801X. volume 3.

Zahri, Yasir dan Hafasnuddin. 2016. “Pengaruh Religiusitas terhadap minat beli produk/jasa bank syariah dengan sikap konsumen sebagai variabel mediasi (studi pada nasabah bank konvensional di kota banda aceh”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 1, No.1, Agustus 2016:75-91.

