

## **Service Quality And Profit Sharing Perception On Loyalty With Satisfaction Mediation (Study Bank Syariah Indonesia Kcp Malang Sutoyo)**

**Akhmad Syifa'ul Janan<sup>1</sup>, Fani Firmansyah<sup>2</sup>**

UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Malang, Jawa Timur,  
Indonesia<sup>1,2</sup>

[akhmadan7@gmail.com](mailto:akhmadan7@gmail.com)<sup>1</sup>, [fanifirmansyah@pbs.uin-malang.ac.id](mailto:fanifirmansyah@pbs.uin-malang.ac.id)<sup>2</sup>

### **Abstract**

*The purpose of this study is to determine the influence of service quality and profit sharing perception on loyalty by satisfaction mediation in Indonesian Islamic bank KCP Malang Sutoyo. This study uses a quantitative method with a quantitative descriptive approach. Research sources use observation, interviews, documentation and cursors. The statistical data processing is SEM tools for Outer Model and Inner Model Measurement Analysis. The results of the study show that: 1) Service quality has a positive and significant effect on Customer Loyalty of Bank Syariah Indonesia KCP Malang Sutoyo due to good service quality factors such as: Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles. This factor greatly affects customers in assessing the quality of services for goods and services provided by the Bank, 2) Profit Sharing Reception Does Not Affect Bank Customer Loyalty Because the majority of customers do not know much about the profit sharing system in Indonesian Islamic banks, especially at KCP Malang Sutoyo, 3) Service Quality Has a Positive and Significant Effect on Customer Loyalty (Y) Through Satisfaction (Z) Case Study on Bank Customers with indicators of meeting expectations and always buying products, 4) Profit Sharing Perception has no effect on Customer Loyalty. This happened because the majority of Bank Syariah Indonesia KCP Malang Sutoyo customers used their savings in the wadiah contract, which of course there was no profit-sharing system in the contract*

**Kata Kunci:** *Influence, quality of Service, Perception of profit sharing, Satisfaction, and loyalty.*

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan persepsi bagi hasil terhadap loyalitas dengan mediasi kepuasan pada bank syariah Indonesia KCP Malang Sutoyo. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Sumber penelitian menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi dan kusioner. Adapun olah data stasistika yaitu alat SEM *Analisis Pengukuran Outer Model dan Inner Model*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Malang Sutoyo dikarenakan faktor kualitas layanan yang baik seperti: Keandalan (*Reliability*) Ketanggapan (*Responsiveness*) Jaminan (*Assurance*) Empati (*Empathy*) Berwujud (*Tangibles*). Faktor tersebut sangat mempengaruhi nasabah dalam menilai kualitas layanan terhadap suatu barang maupun jasa yang diberikan oleh Bank, 2) Peresepsi Bagi Hasil Tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Bank dikarenakan mayoritas nasabah belum banyak yang menegetahui sistem bagi hasil pada bank syariah Indonesia khususnya diKCP Malang Sutoyo, 3) Kualitas layanan Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y) Melalui Kepuasan (Z) Studi Kasus Pada Nasabah Bank dengan indikator terpenuhinya harapan dan selalu Membeli Produk, 4) Persepsi Bagi Hasil Tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. Hal tersebut terjadi dikarenakan Mayoritas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Malang Sutoyo menggunakan tabungannya pada akad wadiah yang tentunya tidak ada sistem bagi hasil pada akad tersebut.

**Kata Kunci:** *Pengaruh, kualitas Layanan, Persepsi bagi hasil, Kepuasan, dan loyalitas.*

## **A. PENDAHULUAN**

Perkembangan lembaga keuangan syariah semakin pesat dengan berbagai produk yang ditawarkan dengan karakteristik bagi hasil, yang membedakan dengan produk bank konvensional. Adapaun dalam mekanisme sistem sudah diatur oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Undang- Undang No 21 Tahun 2008 mengenai Bank Syariah, dalam penerapannya nilai nilai syariah harus sesuai prosedur dan mekanisme operasionalnya. Penerapan prinsip prinsip syariah bukan hanya sebagai simbol namun harus diterapkan di semua

operasional Perbankan Syariah.<sup>1</sup> Aktivitas pengelolaan perbankan syariah melayani jasa yang diharapkan dapat memberikan pendapatan bank yang berasal dari *fee* atas pelayanan jasa pada bank. Berbagai bank menerapkan peningkatan terhadap teknologi informasi agar dapat memuaskan nasabah, pelayanan jasa yang cepat serta akurat tentunya yang diharapkan oleh nasabah dalam pelayanan terhadap pengelolaan keuangan mereka. Dengan imbalan berupa *fee* atau yang disebut *fee based income*.<sup>2</sup>

Perbankan sangat bergantung pada nasabahnya, terutama mereka yang loyal atau setia terhadap layanan yang mereka tawarkan. Bank yang tidak dapat mendapatkan nasabah yang loyal akan kesulitan untuk beroperasi, dan bank harus terus mencari nasabah baru untuk mempertahankan operasinya. Namun, mendapatkan pelanggan baru selalu lebih mahal dari pada mempertahankan pelanggan lama.<sup>3</sup> Untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan atau nasabah kepada perusahaan, harus memastikan bahwa mereka puas. Kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang kuat dan dapat menciptakan kepuasan nasabah terhadap bank yang memberikan pelayanan yang menyenangkan.<sup>4</sup> Ketika bank syariah menawarkan layanan berkualitas tinggi dan distribusi hasil yang bersaing, pelanggan akan puas, yang menghasilkan loyalitas, kesetiaan, dan kepercayaan penuh. Dari Portal Berita BSI kinerja PT Bank Syariah Indonesia pada kuartal II 2024 menunjukkan peningkatan pertambahan nasabah 20,46 juta. Dengan mencapai laba bersih 3,4 triliun rupiah atau tumbuh sekitar 20,28% dan menjadikan pertumbuhan tertinggi diantara 10 bank di

---

<sup>1</sup> Eva Sofiana, "Penerapan Nilai–Nilai Islam Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Batang" (Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2024), [http://etheses.uingusdur.ac.id/8672/1/4218091\\_Cover\\_Bab I %26 Bab v.pdf](http://etheses.uingusdur.ac.id/8672/1/4218091_Cover_Bab I %26 Bab v.pdf).

<sup>2</sup> Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2023).

<sup>3</sup> Ping Lung Huang, Bruce C.Y. Lee, and Ching Chin Chen, "The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in B2B Technology Service Industry," *Total Quality Management and Business Excellence* 30, no. 13–14 (2019): 1449–65, <https://doi.org/10.1080/14783363.2017.1372184>.

<sup>4</sup> Fandy Tjiptono, *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima: Edisi Kedua* (Jogyakarta: Andi Offset, 2022).

Indonesia. Hal tersebut terjadi lantaran dari konsistensi terhadap strategi bisnis perusahaan pada segmen ritel. Sedangkan pada Total Aset Bank Syariah Indonesia terus melonjak sangat tinggi yang dapat dilihat dilihat dari grafik berikut :

**Gambar 1. Peningkatan Aset BSI**



Sumber: [https://x.com/bankbsi\\_id/status/1839698244600987679](https://x.com/bankbsi_id/status/1839698244600987679)

Dengan hal tersebut untuk mempertahankan posisi perusahaan di pasar, sangat diperlukan pencapaian kepuasan konsumen terhadap pelayanan perusahaan.<sup>5</sup> Sedangkan indikator kepuasan pelanggan adalah terpenuhinya harapan pelanggan, menggunakan produk secara berulang, merekomendasikan produk ke orang lain, kualitas layanan, loyalitas, reputasi yang baik dan lokasi<sup>6</sup>. Perbankan Syariah tidak mungkin mendapatkan loyalitas

<sup>5</sup> Abdul Wahab, "Implementation of Sharia Economy as a Model of Community Empowerment Mosque-Based," *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (Iijse)*, 2023, 168.

<sup>6</sup> Lisa Dewi Permatasari and Suryono Budi Santosa, "Pengaruh Review Konsumen, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Marketplace Shopee Di Kota Semarang)," *Diponegoro Journal of Management* 10, no. 4 (2021): 1–6, <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.

nasabah, hanya dengan menawarkan hasil yang adil dan menguntungkan. Tetapi juga dengan adanya kualitas pelayanan yang menjadi sangat penting bagi bisnis yang bergerak di bidang jasa. Dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, Perusahaan harus mengkaji dan memahami berbagai kualitas pelayanan jika mereka ingin mempertahankan basis pelanggan yang setia.<sup>7</sup>

Faktor lain dari kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah yaitu dengan adanya nisbah atau bagi hasil. Untuk menentukan kepuasan serta loyalitas nasabah Bank Syariah. Menurut Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan. Prinsip Syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dengan pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan kegiatan usaha maupun kegiatan lainnya, yang dinyatakan sesuai dengan syariah. Antara lain yaitu pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musyarakah), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah) atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (ijarah), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*). Menurut Antonio, loyalitas terhadap bagi hasil terdapat beberapa faktor yaitu faktor langsung, Tidak Langsung dan penentuan rincian pendapatan dan biaya mudharabah. Dimana semua faktor ini saling mempengaruhi antar lainnya.<sup>8</sup>

Dengan teori di atas dapat dilihat dari tabel berikut yaitu kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap bagi hasil dari layanan bank syariah indonesia pada tahun 2021 hingga 2023:

---

<sup>7</sup> Fandi Firmansyah, "The Impact of Service Quality, Customer Satisfaction, and Trust on Customer Loyalty among BRILink Agents in North Sumatra," *International Journal of Science, Technology & Management (IJSTM)* 4, no. 3 (2023): 178, <https://doi.org/https://doi.org/10.46729/ijstm.v4i5.957>.

<sup>8</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insan Press, 2024).

**Tabel 1. Pertumbuhan Bagi Hasil**

	Kategori	2021	2022	2023
1	Jumlah pendapatan pengelolaan dana oleh bank sebagai mudharib	17.808.432	19.622.865	22.251.743
2	Hak pihak ke tiga atas bagi hasil dana syirkah temporer	4.378.807	4.032.169	5.993.168
3	Hak Bagi Hasil Milik Bank	13.429.625	15.590.696	16.258.575

Sumber: [https://ir.bankbsi.co.id/financial\\_highlights.html](https://ir.bankbsi.co.id/financial_highlights.html)

Dari tabel tersebut dapat dipahami bahwa perkembangan dari jumlah pendapatan pengelolaan dana oleh bank sebagai mudharib menunjukkan kenaikan setiap tahunnya, Sama dengan hak pihak ke-tiga atas bagi hasil menunjukkan kenaikan dari tahun sebelumnya. Dengan hal tersebut sejalan dengan keuntungan yang lebih dari mudharib sekitar 67%. Dapat dikatakan bahwa bagi hasil atau nisbah yang termasuk juga pada layanan perbankan syariah menunjukkan hasil yang memuaskan dengan kenaikan yang cukup signifikan dan dapat dipahami bahwa Bank Syariah Indonesia memiliki tingkat kepuasan dan loyalitas yang baik karena bagi hasil dan layanan berbanding lurus terhadap kepuasan nasabah dan juga loyalitas. Dengan hal tersebut dapat menunjukkan bahwa nasabah cukup puas atas layanan dan nisbah bagi hasil setiap tahunnya.

Dalam penelitian sebelumnya oleh Agung, mengungkapkan bahwa kualitas layanan berdampak positif terhadap loyalitas dan kepuasan Nasabah tabungan LPD Desa Ularan. kepuasan nasabah mediasi partial dampak kualitas pelayanan pada loyalitas nasabah di LPD Desa Adat Ularan. Penelitian yang sama juga mengatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.<sup>9</sup> Sedangkan hasil yang berbeda dilakukan oleh penelitian Oktavia,

<sup>9</sup> M Tekad Agung and Euis Soliha, "Kualitas Layanan, Citra Dan Kepuasan Dalam Upaya Peningkatan Loyalitas Nelayan," *Proceeding of International Conference Sustainable Competitive Advantage* 5, no. 9 (2019): 67–83.

bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, Namun kualitas pelayanan tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah.<sup>10</sup>

Begitupula penelitian Yulianti, menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif variabel nisbah bagi hasil produk deposito mudharabah terhadap loyalitas nasabah di BPRS Cabang Tanjungpandan.<sup>11</sup> Penelitian oleh Fatimah, menyatakan bahwa variabel nisbah bagi hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah KCP Gowa Sungguminas.<sup>12</sup> Sedangkan Maulidina pada BPR BKK Boyolali Kota menyatakan bahwa kepuasan dan kepercayaan nasabah belum dapat berperan menjadi variabel mediasi pada dampak kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.<sup>13</sup> Penelitian Amaranggana Kepuasan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, yang mengindikasikan bahwa kualitas produk yang disertai oleh kepuasan akan mempengaruhi loyalitas pelanggan pada suatu produk.<sup>14</sup>

Dalam Penelitian ini Menggunakan Objek Bank Syariah Indonesia KCP Malang Sutoyo, Cabang BSI yang menawarkan berbagai jenis produk seperti Tabungan Wadiah, akad jual beli Murabahah, pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah. Bank BSI KCP Malang Sutoyo Memiliki Fasilitas seperti ATM, Ruang Penyimpanan Emas hingga Gadai Emas. dari investaris sendiri

---

<sup>10</sup> Ria Octavia, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung," *Jurnal Manajemen Pemasaran* 13, no. 1 (2019): 35–39, <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.35-39>.

<sup>11</sup> Dwi Yulianti, "Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Dan Kualitas Pelayanan Produk Deposito Mudharabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bangka Belitung Cabang Tanjungpandan" (Bangka Belitung: Institut Agama Islam Negeri Syaikh Abdurrahman Siddik, 2023), <https://repository.iainsasbabel.ac.id/id/eprint/1459/>.

<sup>12</sup> Fatimah, "Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Terhadap Loyalitas Nasabah Di BRI Syariah KCP Gowa Sungguminas" (IAIN Pare Pare, 2018), <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/1107/>.

<sup>13</sup> Maulidina, "Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Di BMT Al Falah Cabang Sumber" (IAIN Syekh Nurjati., 2024).

<sup>14</sup> Amaranggana and Rahanatha, "Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan" (Udayana University, 2024), <https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/104726>.

menyediakan PC untuk operasional yaitu terdiri dari Branch Manager BOSMOS/BO,FTR, Teller, CSS,CSR,CBRM, CBS, PA, PSO, MRM TL dan MS untuk mengelola data nasabah seperti Mutasi Harian Rekening yang dilakukan di KCP Malang Sutoyo. Layanan yang diberikan oleh BSI KCP Malang Sutoyo secara online maupun offline. Via offline ini nasabah dapat berkunjung langsung ke KCP Malang Sutoyo yang menyediakan pembukaan rekening, penyetoran maupun penarikan uang tunai nasabah. Adapun via online bisa melalui layanan digital atau online pada M-Banking. Selain itu Bank Syariah KCP Malang Sutoyo Juga memberikan penawaran pembiayaan seperti akad mudharabah dan musyarakah kepada nasabah dengan perjanjian sebelum melakukan akad. Perbedaan dari KCP Malang Sutoyo ialah memiliki kantor cabang area yang merupakan kantor area BSI Kota Malang. Oleh karena itu, berdasarkan penelitian dan uraian diatas terdapat perbedaan yang dapat dikembangkan untuk diteliti pada objek yang telah ditentukan, maka peneliti dalam penelitian ini ingin meneliti terkait Pengaruh Kualitas Layanan dan Pesepsi Bagi Hasil Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Mediasi Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Sutoyo).

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengambil data Pokok melalui sampel dari suatu populasi serta menggunakan data survey atau kuisioner. Hal ini dikarenakan data kuantitatif adalah data yang dapat diukur dan dihitung secara langsung, mengenai informasi atau penjelasan dalam bentuk angka atau statistik.<sup>15</sup> Pendekatan analisa deskriptif kuantitatif pada variabel independen dan juga dependent serta dengan membandingkan literatur penelitian terdahulu. Adapun olah data stasistika penelitian ini menggunakan SEM *PLS*.

Lokasi penelitian berada di KCP Sutoyo Kota Malang. Obyek yang diteliti tentang variabel independen Kualitas Layanan Dan

---

<sup>15</sup> Mudrajat, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2023).



Persepsi Bagi Hasil dengan variabel mediasi kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas dengan data yang berasal dari Nasabah KCP Sutoyo Malang. Populasi pada penelitian ini adalah Nasabah Bank Syariah Indonesia atau Nasabah Tabungan Bank Syariah Indonesia khususnya di Area Malang di KCP Malang Sutoyo.

Sampel penelitian ini menggunakan Metode *purposive sampling* karena pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti.<sup>16</sup> Kriteria pertimbangan sampel dalam penelitian ini: 1) Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Malang Sutoyo, 2) laki-laki / perempuan, 3) umur lebih dari 18 tahun, 4) telah Menggunakan BSI Minimal 1 Bulan, 5) berdomosili di Daerah Malang.

Dalam penelitian ini perhitungan jumlah populasi yang tidak diketahui jumlahnya mengacu pada teori,<sup>17</sup> yang menyatakan bahwa ukuran pada sampel minimum 10 kali dari jumlah maksimum panah yang menunjuk pada variabel laten pada model jalur PLS Dalam hal ini, maksimum panah yang menunjuk pada variabel laten yang dimaksudkan adalah indikator dari setiap variabel. Sehingga, berdasarkan teori tersebut, pengukuran sampel yang diambil dalam penelitian ini dapat dihitung sebagai berikut

$$n = \text{jumlah item} \times 10$$

$$n = 190 \times 10$$

$$n = 190$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah responden minimum yang harus diperoleh dalam penelitian ini adalah sebanyak 190 responden.

Teknik Pengumpulan Data ini langkah strategis untuk mengemukakan penelitian, dengan tujuan mendapatkan data yang valid dan yang telah memenuhi standar kriteria penelitian adapun teknik yang digunakan yaitu ada 3 meliputi: 1) observasi terkait layanan dan persepsi bagi hasil pada kepuasan dan loyalitas

---

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2021).

<sup>17</sup> Hair et al (2019)

Nasabah, 2) wawancara kepada pihak Bank syariah dibagian *BO Manager, operation and sarvice Manager, SME Relaitionship Manager*, 3) dokumentasi gambaran KCP Sutoyo Malang, 4) Kuesioner atau angket ini ditujukan kepada responden untuk mengisi pertanyaan/ pernyataan dengan menjabarkan permasalahan kualitas layanan dan Persepsi Bagi pada variabel independen terhadap Loyalitas Nasabah dengan dimediasi oleh variabel kepuasan. Pengambilan dan pengumpulan data dengan menggunakan *skala likert* dengan metode *purposive sampling*.

Teknik analisis Penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan aplikasi SmartPLS 3.2.7. PLS dapat digunakan untuk menganalisis hubungan dalam setiap variabel laten. Tahapan analisis penelitian ini terdapat dua submodel. Yang pertama adalah model pengukuran, juga dikenal sebagai model luar, dan yang kedua adalah model struktural, juga dikenal sebagai model dalam. Model pengukuran menunjukkan bagaimana variabel manifest atau variabel yang diamati mewakili variabel laten untuk diukur, sedangkan model struktural menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk.<sup>18</sup>

## C. PEMBAHASAN

### 1. HASIL PENELITIAN

#### Analisa Model Pengukuran (*outer model*)

##### a. Convergent Validity

##### Outer Model

Tabel 3 *Outer model*

Variabel	Item	Nilai	Keterangan
Kualitas Layanan	X1.1.1	0,794	Valid
	X1.2.1	0,746	Valid
	X1.3.1	0,783	Valid
	X1.4.1	0,796	Valid
	X1.5.1	0,764	Valid
	X1.6.1	0,783	Valid
Persepsi Bagi	X2.1.1	0,777	Valid
	X2.2.1	0,767	Valid

<sup>18</sup> Imam Ghozali and Hengky Latan, *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (Semarang: BP Undip, 2021).

Bagi Hasil	X2.3.1	0,771	<b>Valid</b>
	X2.4.1	0,766	<b>Valid</b>
	X3.5.1	0,726	<b>Valid</b>
Kepuasan	Z1.1.1	0,860	<b>Valid</b>
	Z1.2.1	0,857	<b>Valid</b>
	Z1.3.1	0,837	<b>Valid</b>
Loyalitas Nasabah	Y1.1.1	0,823	<b>Valid</b>
	Y1.2.1	0,843	<b>Valid</b>
	Y1.3.1	0,822	<b>Valid</b>
	Y1.4.1	0,820	<b>Valid</b>
	Y1.5.1	0,788	<b>Valid</b>

Berdasarkan Tabel 3 Outer Model Convergent Validity Menunjukkan bahwa seluruh variabel dan indikator dikatakan valid dengan nilai diatas > 0,07.

#### b. Disciminan Validity

#### Cross Loading

**Tabel 4. Cross Loading**

Item	Kualitas Layanan (X1)	Persepsi Bagi Hasil (X2)	Loyalitas Nasabah (Y)	Kepuasan Nasabah (Z)
X1.1.1	<b>0,794</b>	-0,092	0,573	0,259
X1.2.1	<b>0,746</b>	-0,080	0,545	0,294
X1.3.1	<b>0,783</b>	-0,028	0,514	0,284
X1.4.1	<b>0,796</b>	-0,054	0,590	0,258
X1.5.1	<b>0,764</b>	-0,092	0,529	0,215
X1.6.1	<b>0,783</b>	-0,051	0,501	0,228
X2.1.1	-0,090	<b>0,777</b>	0,072	0,054
X2.2.1	-0,112	<b>0,767</b>	0,036	0,063
X2.3.1	-0,069	<b>0,771</b>	0,067	0,070
X2.4.1	-0,064	<b>0,766</b>	0,027	0,096
X3.5.1	-0,073	<b>0,726</b>	0,063	0,028
Z1.1.1	0,304	0,076	0,617	<b>0,857</b>
Z1.2.1	0,301	0,010	0,596	<b>0,860</b>
Z1.3.1	0,234	0,135	0,542	<b>0,837</b>
Y1.1.1	0,541	0,126	<b>0,823</b>	0,622
Y1.2.1	0,607	0,037	<b>0,843</b>	0,615
Y1.3.1	0,572	0,033	<b>0,822</b>	0,513
Y1.4.1	0,563	0,060	<b>0,820</b>	0,556
Y1.5.1	0,579	0,015	<b>0,788</b>	0,506

Berdasarkan Tabel 4 Cross Loading pada Disciminan Validity diatas diketahui bahwa nilai korelasi indikator pada cross loading

lebih tinggi dibandingkan konstruk lain dengan nilai lebih besar dari  $> 0,7$ .

### c. Tabel AVE

**Tabel 5. AVE**

Item	AVE
Kualitas Layanan	0,605
Persepsi Bagi Hasil	0,580
Kepuasan	0,725
Loyalitas Nasabah	0,671

Berdasarkan Tabel 5 AVE dalam penelitian ini dinyatakan bahwa semua variabel lebih dari  $> 0,5$  dan dinyatakan Valid dan baik.

### d. Uji Reliabilitas

**Tabel 6. Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability
Kualitas Layanan	<b>0,869</b>	<b>0,871</b>	<b>0,902</b>
Persepsi Bagi Hasil	<b>0,821</b>	<b>0,830</b>	<b>0,874</b>
Kepuasan	<b>0,811</b>	<b>0,814</b>	<b>0,888</b>
Loyalitas Nasabah	<b>0,877</b>	<b>0,879</b>	<b>0,911</b>

Berdasarkan Tabel 6 Uji Reliabilitas dinyatakan bahwa nilai dari Cronbach's Alpha Lebih dari  $> 0,7$  dengan variabel masing masing yaitu kualitas layanan sebesar 0,869, Persepsi Bagi Hasil Sebesar 0,821, Kepuasan sebesar 0,811 dan Loyalitas Nasabah 0,877 maka dari itu seluruh variabel dinyatakan reliabil.

## Analisa Model Pengukuran (*inner model*)

### a. Tabel R Square

**Tabel 7. R Square**

Variabel	R Square
Loyalitas Nasabah (Y)	0,720
Kepuasan Nasabah	0,124

Berdasarkan Tabel 7 R-Square dinyatakan bahwa nilai R-Square Loyalitas nasabah sebesar 0,720 dengan hal tersebut dinyatakan bahwa Loyalitas Nasabah Pada R- Square dinyatakan

kuat sedangkan Kepuasan Nasabah dengan 0,124 dinyatakan Lemah.

**b. Tabel F Square**

**Tabel 8. F Square**

Variabel	F-Square
Kualitas Layanan (X1) menuju Kepuasan (Z)	0,133
Persepsi Bagi Hasil (X2) menuju Kepuasan (Z)	0,016

Berdasarkan Tabel 8 q-Square dinyatakan bahwa nilai q-Square Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan berpengaruh kecil karna 0,133 kurang dari < 0,15 dan Persepsi Bagi Hasil Terhadap Kepuasan berpengaruh kecil karna 0,016 kurang dari < 0,15.

**c. Uji Estimate Path Coefficient**

**Tabel 9. Uji Estimate Path Coefficient**

Variabel	Sample Asli	Rata-Rata Sample	Standart Deviasi	T statistics	P value
Kualitas Layanan=>Loyalitas Nasabah	0,343	0,339	0,112	3,068	0.002
Persepsi Bagi Hasil=>Loyalitas Nasabah	0,121	0,134	0.093	1,298	0,195

- a. Kualitas Layanan berpengaruh positif karna P-value lebih kecil dibandingkan 0,05
- b. Persepsi Bagi Hasil berpengaruh negatif karna P-value lebih besar dibandingkan 0,05

**d. Uji Hipotesis**

**Uji Langsung**

Hasil dari uji langsung pada data yang ditemukan oleh peneliti dapat menjawab Rumusan masalah dalam penelitian ini dan dapat disimpulkan bahwa pada analisa data pengaruh kualitas layanan dan persepsi bagi hasil terhadap loyalitas dengan

kepuasan sebagai variabel mediasi studi pada nasabah bank syariah indonesia KCP Malang Sutoyo tujuan dari uji langsung penelitian ini untuk memvalidasi hipotesis antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah dengan metode kuantitatif atau non paramatik yang tidak memerlukan asumsi. Sebagai berikut:

Variabel	Sample Asli	Rata-Rata Sample	Standart Deviasi	T statistics	P value
Kualitas Layanan= > Loyalitas Nasabah	0,343	0,339	0,112	3,068	0.002

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas

Nasabah

Hasil H1 menunjukkan bahwa Kualitas Layanan terhadap loyalitas nasabah memiliki nilai koefisien sebesar 0,343 T stastistic 3,068 dan P – Value 0,002 < 0,005. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa H1 Kualitas layanan dapat diterima dan Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Kualitas layanan yang baik menciptakan pengalaman yang positif bagi nasabah, ketika kebutuhan dan harapan terpenuhi maka nasabah akan merasa puas, dengan rasa puas akan mendorong terciptanya loyalitas antara nasabah dan juga Bank Syariah Indonesia, nasabah yang loyal bukan hanya terus menggunakan produk dan jasa yang sama melainkan juga dapat merekomendasikan kepada orang lain. Hal tersebut sangat berdampak positif bagi pertumbuhan Bank Syariah indonesia selain dari pertumbuhan yang baik, eskalasi pasar bank syariah akan terus berkembang dan dapat meluaskan produk dan jasa pada masyarakat. hal tesebut terjadi karena terdapat faktor yang dapat menentukan antara lain Keandalan ( Relibility), Ketanggapan (Responsiveness), Jaminan (Assurance) dan Empati (Empaty). Faktor tersebut jika ditingkatkan maka dapat meningkatkan kualitas layanan pada Bank Syariah Indonesia.

Persepsi Bagi Hasil=>Loyalitas Nasabah	0,121	0,134	0.093	1,298	0,195
--	-------	-------	-------	-------	-------

Pengaruh Persepsi Bagi Hasil Terhadap Loyalitas

Nasabah

Hasil H2 menunjukkan bahwa Persepsi Bagi Hasil terhadap Loyalitas nasabah memiliki nilai koefisien sebesar 0,121 T stastistic 1,298 dan P – Value 0,195 > 0,005. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa H2 Persepsi Bagi Hasil ditolak dan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Hal tersebut dikarenakan Mayoritas Jumlah nasabah tidak menggunakan akad bagi hasil dan belum banyak yang paham tentang bagi hasil pada Bank Syariah Indonesia, perlu adanya promosi maupun pendekatan terhadap produk bagi hasil kepada para nasabah sehingga para nasabah dapat mengetahui keunggulan akad bagi hasil dan dapat membedakan antara akad bagi hasil dengan akad lainnya. Nasabah moyaritas menggunakan akad tabungan atau wadiah, penemuan tersebut dikarenakan nasabah tabungan wadiah belum mengetahui adanya sistem bagi hasil. Dengan hal tersebut mendorong Bank Syariah Indonesia untuk lebih intens pada promosi dan edukasi kepada para nasabah. peningkatan bagi hasil dapat ditentukan oleh beberapa faktor antara lain presentase Bagi Hasil,Bagi Untung Bagi Rugi, jaminan dan menentukan besarnya hasil dengan peningkatan tersebut Bagi hasil akan meningkat dan akan berpengaruh pada loyalitas nasabah

**Uji Mediasi**

Hasil Dari uji Mediasi untuk mengetahui variabel dapat melalui variabel mediasi dari uji mediasi ini dapat dilihat pada tabel indirect effects tujuan dari uji mediasi untuk menjelaskan hubungan secara kausal antara variabel Independen dan dependen dengam hal itu menentukan hubungan secara lebih

terstruktur dengan pengaruh tidak langsung antara variabel independent dan dependent dengan hipotesis yang telah ditentukan Sebagai berikut:

Variabel	Sample Asli	Rata-Rata Sample	Standart Deviasi	T statistics	P value
Kualitas Layanan=> Kepuasan=> > Loyalitas Nasabah	0,173	0,167	0,059	2,932	0.004

Hasil H3 Kualitas Pelayanan Nasabah (X1) berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah (Y) Melalui Kepuasan (Z) Dalam analisis ini dapat dilihat bahwa tingginya koefisien dapat menunjukkan bahwa Kualitas Layanan terhadap loyalitas nasabah melalui Kepuasan Z memiliki nilai koefisien sebesar 0,173 T stastistic 2,932 dan P – Value 0,004 < 0,005. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa H3 Kualitas layanan dapat diterima dan Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y) Melalui Kepuasan (Z). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berperan sebagai mediasi yang signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah, secara langsung maupun tidak langsung Kualitas layanan perpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, semakin tinggi nilai independent maka semakin tinggi kepuasan yang berpengaruh pada loyalitas nasabah.

Persepsi Bagi Hasil=> Kepuasan=> Loyalitas Nasabah	0,061	0,067	0.048	1,271	0,204
--	-------	-------	-------	-------	-------

Hasil H4 Persepsi Bagi Hasil (X2) ) berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah (Y) Melalui Kepuasan (Z) Hasil menunjukkan bahwa Persepsi Bagi Hasil terhadap Loyalitas nasabah Melalui Kepuasan Z memiliki nilai koefisien sebesar 0,121 T stastistic 1,271 dan P – Value 0,204 > 0,005. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa H4 Persepsi Bagi Hasil, ditolak dan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y) Melalui Kepuasan (Z). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa



kepuasan tidak dapat berperan positif terhadap pengaruh persepsi bagi hasil dengan loyalitas nasabah hal tersebut sama dengan uji langsung yang menyatakan bahwa pengaruh persepsi bagi hasil terhadap loyalitas ditolak. Artinya bahwa Persepsi bagi hasil tidak dapat mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung terhadap loyalitas nasabah, karena terdapat berbagai beberapa faktor yaitu kurangnya edukasi dan promosi pada Bank Syariah Indonesia.

## 2. ANALISIS PENELITIAN

Berdasarkan Hasil Penelitian pada uji hipotesis maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan dan persepsi bagi hasil sebagai variabel independen, variabel Kepuasan nasabah sebagai mediasi dan Loyalitas Nasabah sebagai Variabel dependen pada studi kasus nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Malang Sutoyo Sebagai berikut:

### **Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah**

Berdasarkan hasil Penelitian dapat membuktikan bahwa Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Malang Sutoyo dengan nilai  $P - Value$   $0,002 < 0,005$ . Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Aryani *and* Rosinta (2010), mengatakan bahwa pengaruh yang kuat dan positif signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas. Artinya bahwa layanan pelanggan yang lebih baik akan meningkatkan loyalitas.

Maka dari itu kualitas layanan yang diterima oleh pelanggan akan memengaruhi loyalitas pelanggan. Bank tidak bisa mengabaikan loyalitas nasabah karena akan berdampak pada profitabilitas bank. Dampak dari loyalitas nasabah juga berasal dari harapan yang ingin diwujudkan oleh nasabah dengan itu nasabah akan menggunakan layanan maupun produk yang sama. indikator Kualitas Layanan pada penelitian ini yaitu Keandalan (*Reliability*) Ketanggapan (*Responsiveness*) Jaminan (*Assurance*) Empati (*Empathy*) Berwujud (*Tangibles*). Seluruh

indikator tersebut dinyatakan valid dan dapat berpengaruh secara positif dan signifikan dengan nilai paling tinggi pada indikator Jaminan (*Assurance*). Dengan hal tersebut menandakan bahwa jaminan terhadap kualitas layanan yang diberikan akan sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Dalam Al-quran Surat At-Taubah Ayat 105

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَى  
عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya : Dan Katakanlah: "*Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.*"<sup>19</sup>

Ketika menafsirkan ayat diatas, Hasbi Ash-Shiddieqy membagi tujuan bekerja (beramal) bagi seorang muslim menjadi empat yaitu tujuan dunia, akhirat, diri sendiri dan umat. Setiap pekerjaan tersebut akan mendapatkan balasannya baik di dunia maupun di akhirat. Hadist Riwayat Abu Dawud menjelaskan pelayanan yang prima sebagai berikut:

كفّلوا من العمل ما تطيقون فإنّ الله لا يملّ حتّى تمّلوا وإنّ أحبّ  
أدومه وإن قلّ (رواه أبو داود عن عائشة) العمل إلى الله

Artinya: "*Bekerjalah semaksimal yang kamu bisa lakukan, karena sesungguhnya Allah tidak pernah bosan sampai kalian bosan sendiri. Hanya saja, amal perbuatan yang paling dicintai oleh Allah adalah sedikit namun kontinyu.*" (HR. Abu Dawud).<sup>20</sup>

<sup>19</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran, 2015).

<sup>20</sup> Sulaymān ibn Ash'ath ibn Ishāq Abū Dāwūd, *Sunan Abī Dāwūd* (Beirut: al-Maktabah al-'Aşriyyah, 1995).

Dengan Hal tersebut maka penelitian ini sejalan dengan Stefano yang menunjukkan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.<sup>21</sup> Begitupula hasil penelitian Septia yang menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada bank.<sup>22</sup> Hal yang sama juga dari hasil penelitian Kristanto yang memperkuat bahwa suatu kualitas layanan yang baik memiliki hasil positif bagi bank dan nasabah.<sup>23</sup> Maka dari itu, mengacu pada hasil penelitian ini dengan hasil hipotesis H1 dapat diterima dan Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Malang Sutoyo.

### **Persepsi Bagi Hasil Terhadap Loyalitas Nasabah**

Berdasarkan hasil Penelitian dapat membuktikan bahwa Persepsi Bagi Hasil tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Malang Sutoyo dengan nilai  $P - Value 0,195 < 0,005$ . Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Fatimah (2018), menyatakan bahwa variabel nisbah bagi hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah KCP Gowa Sungguminas. Artinya Bahwa Persepsi Bagi Hasil belum dapat mempengaruhi loyalitas nasabah.

Adapun indikator pada persepsi bagi hasil yaitu Persentase Nisbah/Bagi Hasil, Bagi Untung dan Bagi Rugi, Jaminan dan Menentukan Besarnya bagi hasil pada Uji

---

<sup>21</sup> Steffano Ridwan, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Orange Supermarket Di Merauke Town Square," *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Akutansi* 8, no. 2 (2024): 139, <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4116>.

<sup>22</sup> Septia Lorensia, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Gojek Di Yogyakarta," *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 7, no. 2 (2023): 816.

<sup>23</sup> Yunus Kristanto, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen, Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi A Karsan Bandung," *Jurnal Ilmu Manajemen* 19, no. 1 (2022): 13–22, <https://doi.org/10.21831/jim.v19i1.50173>.

Estimate Path Coefficient hasil menunjukkan hasil yang negatif atau tidak berpengaruh. Hasil Tersebut dikarenakan para nasabah kurang mengerti adanya bagi hasil dan mayoritas nasabah menggunakan tabungan wadiah yang tidak menerapkan sistem bagi hasil.

Dalam Alquran Menjelaskan tentang Bagi Hasil Pada Akad Mudharabah dan Musyarakah Ayat 20 dari Surah Al-Muzzammil menunjukkan dasar syariah dalam Al-Qur'an untuk akad mudharabah yang berbunyi:

وَآخَرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ

*“...dan dari orang-orang yang berjalan dimuka bumi mencari sebagian karunia Allah Swt...”<sup>24</sup>*

“Diriwayatkan dari Ibnu Abbas bahwa Sayyidina Abbas bin Abdul Muthalib jika memberikan dana ke mitra usahanya secara mudharabah. Ia mensyaratkan agar dananya tidak dibawa mengarungi lautan, menurunin lembah yang berbahaya atau membeli ternak. Jika menyalahi peraturan tersebut yang bersangkutan bertanggung jawab atas dana tersebut. Disampaikanlah syarat-syarat tersebut kepada Rasulullah Saw dan Rasulullah pun membolehkannya”. Surah Shaad ayat 24 menjelaskan dasar syariah dalam al-Qur'an untuk akad musyarakah:

وَأَنَّ كَثِيرًا مِنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَى بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ

*“...Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat zalim kepada sebagian yang lain kecuali orang yang beriman dan mengerjakan amal shaleh..”<sup>25</sup>*

Dengan Hal tersebut maka penelitian ini sejalan dengan Maulidina menunjukkan bahwa nisbah bagi hasil tidak

---

<sup>24</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahannya*.

<sup>25</sup> Kementerian Agama RI.

berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Nasabah.<sup>26</sup> Begitupula hasil penelitian Aurelia yang menyatakan hasil yang sama nisbah bagi hasil tidak memiliki pengaruh besar terhadap nasabah Bank BSI.<sup>27</sup> Hal ini diperkuat hasil penelitian Ningsih bahwa nisbah bagi hasil tidak memiliki pengaruh yang signifikan kepada nasabah bank.<sup>28</sup> Oleh karena itu, mengacu pada hasil penelitian ini memiliki kesesuaian dengan hasil hipotesis H2 ditolak dan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Kcp Malang Sutoyo.

### **Kualitas Pelayanan Nasabah (X1) berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah (Y) Melalui Kepuasan (Z)**

Berdasarkan Hasil Uji mediasi yang telah dilakukan bahwa penelitian ini membuktikan bahwa Kualitas Layanan terhadap loyalitas nasabah melalui Kepuasan Z. Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y) Melalui Kepuasan (Z) Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Malang Sutoyo. Hal Ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Stefano bahwa Pengaruh kepuasan dapat memediasi layanan terhadap loyalitas.<sup>29</sup> Begitupula hasil penelitian Septia<sup>30</sup> dan Irwan<sup>31</sup> dengan tempat berbeda juga yang menyatakan bahwa

---

<sup>26</sup> Maulidina (2024)

<sup>27</sup> Putri Yofa Aurelia, "Pengaruh Kualitas Layanan Digital Banking Dan Nisbah Bagi Hasil Tabungan Mudharabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Medan Iskandar Muda 2" (Universitas Medan Area, 2023), <https://repositori.uma.ac.id/jspui/handle/123456789/18759>.

<sup>28</sup> N. Ningsih, S, W., Sari, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Nisbah Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Meulaboh," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam* 2, no. 2 (2020): 131–46, <https://jim.unsyiah.ac.id/EKI/article/view/18498>.

<sup>29</sup> Ridwan, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Orange Supermarket Di Merauke Town Square."

<sup>30</sup> Lorensia, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Gojek Di Yogyakarta."

<sup>31</sup> Irwan, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KOPI ILBS DI GOWA," *Nobel Manajemen Review* 4, no. 2 (2023): 68, <https://ejournal.nobel.ac.id/index.php/NMaR/article/view/4061>.

kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada bank. Oleh karena itu semakin baik kualitas layanan maka Pelanggan akan merasa puas dengan perusahaan dan akan menjadi setia atau loyal terhadap perusahaan dalam penelitian ini pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Sutoyo.

Indikator kepuasan yang menjadi pengaruh terhadap Kualitas Nasabah yaitu Terpenuhinya harapan dan Selalu Membeli Produk karena kepuasan pelanggan dapat diukur pada terpenuhinya harapan pelanggan pada layanan yang diberikan dan akan selalu membeli jika perasaan dapat dikatakan puas dan telah terpenuhinya harapan pelanggan. Dalam perspektif Islam QS At-Taubah Ayat 105 disebutkan:

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَى  
عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya : Dan Katakanlah: "*Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan* <sup>32</sup>.

### **Persepsi Bagi Hasil (X2) Tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah (Y) Melalui Kepuasan (Z)**

Berdasarkan Hasil Uji mediasi yang telah dilakukan bahwa penelitian ini membuktikan bahwa Persepsi Bagi Hasil terhadap loyalitas nasabah melalui Kepuasan Z. Berpengaruh Negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y) Melalui Kepuasan (Z) Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Malang Sutoyo. Hal Ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Maulidina bahwa Nisbah bagi hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan BMT Al-Falah

---

<sup>32</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahannya*.

Cabang Sumber.<sup>33</sup> Begitupula penelitian Rahayu yang menyatakan hal yang sama bahwa bagi hasil tidak memiliki pengaruh pada kepuasan nasabah.<sup>34</sup> Hal ini juga diperkuat dengan penelitian Putri Yofa bahwa tidak ada pengaruh kepuasan dari persepsi bagi hasil.<sup>35</sup> Hasil tersebut dikarenakan para nasabah kurang mengerti adanya bagi hasil dan mayoritas nasabah menggunakan tabungan wadiah yang tidak menerapkan sistem bagi hasil.

Indikator kepuasan yang tidak berpengaruh terhadap Persepsi Bagi hasil yaitu Perasaan Puas, ini terjadi karena mayoritas nasabah tidak menggunakan akad bagi hasil yaitu akad Mudharabah dan Musyarakah. Dalam Prespektif islam QS Al-Muzzammil ayat 20 menunjukkan dasar syariah dalam untuk akad mudharabah yang berbunyi:

وَأَخْرُؤْنَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ

*“....dan dari orang-orang yang berjalan dimuka bumi mencari sebagian karunia Allah Swt...”<sup>36</sup>*

Dan QS Shaad ayat 24 menjelaskan dasar syariah dalam al-Qur'an untuk akad musyarakah:

وَأَنَّ كَثِيرًا مِنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَى بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ

*“...Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat zalim kepada sebagian yang lain kecuali orang yang beriman dan mengerjakan amal shaleh..”<sup>37</sup>*

---

<sup>33</sup> Maulidina (2024)

<sup>34</sup> Indah Rahayu, “BAGI HASIL TERHADAP KEPUASAN NASABAH,” *Jurnal EKonomi Muhammadiyah Surabaya* 3, no. 2 (2024): 605–21.

<sup>35</sup> Aurelia, “Pengaruh Kualitas Layanan Digital Banking Dan Nisbah Bagi Hasil Tabungan Mudharabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Medan Iskandar Muda 2.”

<sup>36</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahannya*.

<sup>37</sup> Kementerian Agama RI.

#### D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti tentang “Pengaruh kualitas layanan dan persepsi bagi hasil terhadap loyalitas dengan mediasi kepuasan ( studi pada bank syariah indonesia kcp malang sutoyo ) memiliki dua temuan utama yaitu 1) Kualitas layanan Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y) Melalui Kepuasan (Z) Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Malang Sutoyo.dari analisa yang diteliti kepuasan dapat memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah dikarenakan indikator pada kepuasan yaitu Terpenuhinya harapan dan Selalu Membeli Produk sangat berpengaruh terhadap kualitas layanan yang diberikan Bank Syariah Indonesia di KCP Malang Sutoyo kepada nasabah dari kepuasan tersebut akan tercipta loyalitas. 2) Peresepsi Bagi Hasil Tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan Mayoritas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Malang Sutoyo menggunakan tabungannya pada akad wadiah yang tentunya tidak ada sistem bagi hasil pada akad tersebut. Maka dari itu kepuasan tidak dapat memediasi Persepsi Bagi Hasil Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia di KCP Malang Sutoyo.

Keterbatasan penelitian dalam hal ini adalah belum menguji atau memperbandingkan dengan bank lainnya di Kota Malang, Untuk itu peneliti selanjutnya disarankan untuk mencari objek lainnya bukan hanya bank syariah indonesia namun bank syariah lainnya dapat berupa perbandingan serta sampel yang diteliti disarankan untuk lebih spesifik terhadap variabel yang akan diteliti.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, M Tekad, and Euis Soliha. "Kualitas Layanan, Citra Dan Kepuasan Dalam Upaya Peningkatan Loyalitas Nelayan." *Proceeding of International Conference Sustainable Competitive Advantage* 5, no. 9 (2019): 67–83.
- Amaranggana, and Rahanatha. "Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan." Udayana University, 2024. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/104726>.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insan Press, 2024.
- Aurelia, Putri Yofa. "Pengaruh Kualitas Layanan Digital Banking Dan Nisbah Bagi Hasil Tabungan Mudharabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Medan Iskandar Muda 2." Universitas Medan Area, 2023. <https://repositori.uma.ac.id/jspui/handle/123456789/18759>.
- Fatimah. "Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Terhadap Loyalitas Nasabah Di BRI Syariah KCP Gowa Sungguminas." IAIN Pare Pare, 2018. <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/1107/>.
- Firmansyah, Fandi. "The Impact of Service Quality, Customer Satisfaction, and Trust on Customer Loyalty among BRILink Agents in North Sumatra." *International Journal of Science, Technology & Management (IJSTM)* 4, no. 3 (2023): 178. <https://doi.org/https://doi.org/10.46729/ijstm.v4i5.957>.
- Ghozali, Imam, and Hengky Latan. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: BP Undip, 2021.
- Hair, Joseph F, Jeffrey J Risher, Marko Sarstedt, and Christian M Ringle. "When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM." *European Business Review* 31, no. 1 (2019): 2–24.
- Huang, Ping Lung, Bruce C.Y. Lee, and Ching Chin Chen. "The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in B2B Technology Service Industry." *Total Quality Management and Business Excellence* 30, no. 13–14 (2019): 1449–65. <https://doi.org/10.1080/14783363.2017.1372184>.
- ibn Ash'ath ibn Ishāq Abū Dāwūd, Sulaymān. *Sunan Abī Dāwūd*. Beirut: al- Maktabah al-'Aşriyyah, 1995.

- Irwan. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KOPI ILBS DI GOWA." *Nobel Manajement Review* 4, no. 2 (2023): 68. <https://ejournal.nobel.ac.id/index.php/NMaR/article/view/4061>.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2023.
- Kementerian Agama RI. *Al-Quran Dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran, 2015.
- Kristanto, Yunus. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen, Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi A Karsan Bandung." *Jurnal Ilmu Manajemen* 19, no. 1 (2022): 13–22. <https://doi.org/10.21831/jim.v19i1.50173>.
- Lorensia, Septia. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Gojek Di Yogyakarta." *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 7, no. 2 (2023): 816.
- Maulidina. "Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Di BMT Al Falah Cabang Sumber." IAIN Syekh Nurjati., 2024.
- Maulidina, Devrina. "Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Di BMT Al Falah Cabang Sumber." S1 Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati, 2024.
- Mudrajat. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2023.
- Ningsih, S, W., Sari, N. "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Nisbah Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Meulaboh." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam* 2, no. 2 (2020): 131–46. <https://jim.unsyiah.ac.id/EKI/article/view/18498>.
- Octavia, Ria. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 13, no. 1 (2019): 35–39. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.35-39>.
- Permatasari, Lisa Dewi, and Suryono Budi Santosa. "Pengaruh Review Konsumen, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Penjualan

- Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Marketplace Shopee Di Kota Semarang).” *Diponegoro Journal of Management* 10, no. 4 (2021): 1–6. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Rahayu, Indah. “BAGI HASIL TERHADAP KEPUASAN NASABAH.” *Jurnal EKonomi Muhammadiyah Surabaya* 3, no. 2 (2024): 605–21.
- Ridwan, Steffano. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Orange Supermarket Di Merauke Town Square.” *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Akutansi* 8, no. 2 (2024): 139. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4116>.
- Sofiana, Eva. “PENERAPAN NILAI–NILAI ISLAM DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KCP BATANG.” UNIVERSITAS ISLAM NEGERI K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN, 2024. [http://etheses.uingusdur.ac.id/8672/1/4218091\\_Cover\\_Bab I %26 Bab v.pdf](http://etheses.uingusdur.ac.id/8672/1/4218091_Cover_Bab%20I%26%20Bab%20v.pdf).
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2021.
- Tjiptono, Fandy. *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima: Edisi Kedua*. Jogyakarta: Andi Offset, 2022.
- Wahab, Abdul. “Implementation of Sharia Economy as a Model of Community Empowerment Mosque-Based.” *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (Ijise)*, 2023, 168.
- Yulianti, Dwi. “Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Dan Kualitas Pelayanan Produk Deposito Mudharabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bangka Belitung Cabang Tanjungpandan.” Bangka Belitung: Institut Agama Islam Negeri Syaikh Abdurrahman Siddik, 2023. <https://repository.iainsasbabel.ac.id/id/eprint/1459/>.