

**PENGARUH KOMITMEN, KEPERCAYAAN DAN PENYELESAIAN
MASALAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH
INDONESIA D.I. YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

Oleh:
DINI ARUM FITRIYANI
NIM. 17108020021

DOSEN PEMBIMBING:
ALEX FAHRUR RIZA, S.E., M.SC.
NIP. 199004120000001301

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2024**

SURAT PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1424/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul

: PENGARUH KOMITMEN, KEPERCAYAAN DAN PENYELESAIAN MASALAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA D.I. YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DINI ARUM FITRIYANI
Nomor Induk Mahasiswa : 17108020021
Telah diujikan pada : Jumat, 23 Agustus 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang



Alex Fahrur Riza, SE., M.Sc.
SIGNED

Valid ID: 66d007a4c7769

Pengaji I

Drs. Ahmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 66cc25947b50e

Pengaji II

Dr. Jeihan Ali Azhar, S.Si.,M.E.I
SIGNED

Valid ID: 66d00035771fa



Yogyakarta, 23 Agustus 2024

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afidawiza, S.Ag., M.Ag.

SIGNED

Valid ID: 66d02b3e7f3a2

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Dini Arum Fitriyani

NIM : 17108020021

Judul :PENGARUH KOMITMEN, KEPERCAYAAN DAN PENYELESAIAN MASALAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA D.I. YOGYAKARTA

Sudah dapat diajukan kepada Prodi Perbankan Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Perbankan Syariah.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi atau tugas akhir saudara tersebut diatas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 23 Agustus 2024

Pembimbing,



Alex Fahrur Riza, S.E., M.Sc.

NIP. 19900412000001301

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dini Arum Fitriyani

NIM : 17108020021

Prodi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya dan bebas plagiarisme. Jika dikemudian hari terbukti bukan karya sendiri atau melakukan plagiarisme maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 16 Agustus 2024

Saya yang menyatakan,

Dini Arum Fitriyani

NIM: 17108020021

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dini Arum Fitriyani
NIM : 17108020021
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Pengaruh Komitmen, Kepercayaan Dan Penyelesaian Masalah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia D.I.Yogyakarta”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Yogyakarta, 23 Agustus 2024

Penyusun



Dini Arum Fitriyani
NIM. 17108020021

HALAMAN MOTTO

“Semua punya prosesnya masing-masing, jalan kita tujuannya mungkin sama.

Tapi untuk sampai, kita memiliki cerita yang berbeda”

-Anonim

“Tidaklah mungkin bagi matahari mengejar bulan dan malam pun tidak dapat mendahului siang. Masing-masing beredar pada garis edarnya.”

(Yaseen: 40)

“Kamu sedih hari ini, kamu akan tertawa esok hari. Begitu juga sebaliknya.

Jangan menyerah, hiduplah dengan layak, tantang dunia dan isinya.

*Sayapku hilang separuh,
Tapi bukan berarti mimpiku boleh lewat begitu saja.
Aku akan terbang, sebisaku...”*

-Catatan Khoirul Triann

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Dengan mengucap syukur atas Rahmat dan Karunia Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada diri sendiri, orang tua terhebat, kakak, abang dan adik tercinta, tidak lupa juga sahabat dan seseorang yang sudah akan Allah SWT gariskan untukku, terima kasih selalu memberi *support* dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.”



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Ṣā'	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Hā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	
د	Dāl	d	ka dan ha
ذ	Żāl	ż	de
ر	Rā'	r	zet (dengan titik di atas)
ز	Zāi	z	er
س	Sīn	s	zet
ش	Syīn	sy	es

ص	Şād	s	es dan ye
ض	Dād	d	es (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	ṭ	
ظ	Zā'	ẓ	de (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	
غ	Gain	g	te (dengan titik di bawah)
ف	Fā'	f	
ق	Qāf	q	zet (dengan titik di bawah)
ك	Kāf	k	
ل	Lām	l	koma terbalik di atas
م	Mīm	m	ge
ن	Nūn	n	ef
و	Wāwu	w	qi
ه	Hā'	h	ka
ء	Hamzah	‘	el
ي	Yā'	Y	em
			en
			w
			ha
			apostrof
			Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

مُتَعَدِّدَةٌ	Ditulis	<i>Muta 'addidah</i>
عَدَّةٌ	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' marbūtah*

Semua *tā' marbūtah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حَكْمَةٌ	Ditulis	<i>Hikmah</i>
عَلَّةٌ	ditulis	<i>'illah</i>
كَرَامَةُ الْأُولَيَاءِ	ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--- [◦] ---	Fathah	ditulis	<i>A</i>
--- [◦] ---	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
--- [◦] ---	Dammah	ditulis	<i>u</i>

فَعْلٌ	Fathah	ditulis	<i>fa 'ala</i>
ذَكْرٌ	Kasrah	ditulis	<i>žukira</i>
يَذْهَبٌ	Dammah	ditulis	<i>yažhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fatḥah + alif جاھلیۃ	ditulis	<i>Ā</i> <i>jāhiliyyah</i>
2. fatḥah + yā' mati تَنْسِی	ditulis	<i>ā</i> <i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati کَرِیم	ditulis	<i>ī</i> <i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu mati فَرُوض	ditulis	<i>ū</i> <i>furūḍ</i>

F. Vokal Rangkap

1. fatḥah + yā' mati بینکم	ditulis	<i>Ai</i> <i>bainakum</i>
2. fatḥah + wāwu mati قول	ditulis	<i>au</i> <i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

آأَنْتَمْ أَعْدَتْ لَنَ شَكْرَتْم	ditulis	<i>a'antum</i> <i>u'idat</i> <i>la'in syakartum</i>
---	---------	---

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السماء	ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض	ditulis	<i>żawi al-furūḍ</i>
أهل السنة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, penulis panjatkan segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT. atas kasih dan sayang-Nya sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada kekasih kita Nabi Muhammad SAW yang telah berjasa bagi kita sehingga kita diangkis dari alam penuh kebodohan menuju alam penuh keimanan dan keindahan yakni dengan adanya iman dan Islam.

Dalam penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan serta motivasi dari berbagai pihak. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati dan ta'dzim penulisd, terima kasih sebanyak-banyaknya penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil Al Makin, S.Ag., M.Ag. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta semua jajarannya;
2. Bapak Dr. Afdawaiza S.Ag., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga beserta semua jajarannya;
3. Ibu Dr. Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi., M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga beserta semua jajarannya;
4. Bapak Farid Hidayat, S.H., M.S.I. selaku Dosen Pembimbing Akademik
5. Bapak Alex Fahrur Riza, S.E., M.SC. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, mengarahkan, dan memberikan banyak ilmu serta

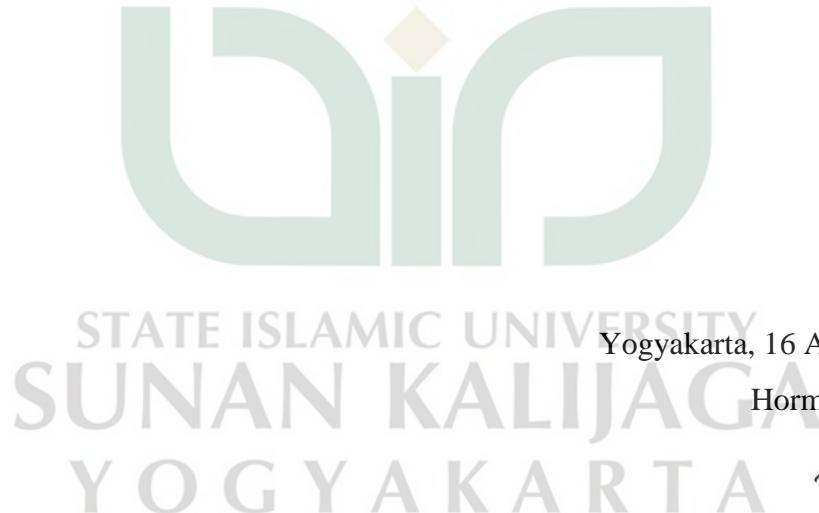
motivasi kepada penulis agar selalu menjadi mahasiswa yang rajin serta tidak menunda waktu.

6. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan selama menempuh bangku perkuliahan.
7. Orangtua tercinta Bapak Edi Suwarto, yang telah membesarakan penulis dengan penuh kasih sayang dan yang telah berjuang penuh atas penulis agar anak-anaknya bisa sukses seperti yang diharapkan. Almh Mama Susmiyati, yang sudah menjadi salah satu motivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Tiada kata lain selain ucapan banyak terimakasih dari lubuk hati yang paling dalam dan ini adalah bentuk awal dari balasan perjuangan bapak dan mama yang bisa penulis berikan.
8. Keluarga besar penulis, Mba Annis, Apoi, Bang Dedek yang selalu menjadi support system buat penulis baik secara fisik maupun secara materi dan yang telah mendoakan saya sampai pada titik ini.
9. Sahabat, teman-teman ChaRumLaFirNaDja dan Dare Entuyut dan seseorang dimasa depan yang insyaallah menyempurnakan ibadah saya, yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu namanya, selalu mensupport penulis dalam segala hal, yang selalu menemani penulis dalam keadaan apapun dan dimanapun, yang selalu mengerti keadaan penulis, yang selalu menyumbangkan tenaga dan pikirannya serta yang selalu penulis repotkan.

10. Terakhir kepada diri sendiri, Dini Arum Fitriyani, terima kasih karena sudah bertahan sampai sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha meskipun seringkali merasa putus asa atas apa yang dilakukan. Terima kasih karena tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan mereka dengan nikmat yang lebih berkah dan sempurna. Akhir kata penulis menyadari bahwa penelitian ini masih sangat jauh dari sempurna, maka dari itu kritik dan saran serta perkembangan dari penelitian ini sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Semoga bermanfaat. *Aamiin.*



Yogyakarta, 16 Agustus 2024

Hormat Penyusun


Dini Arum Fitriyani
NIM : 17108020021

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
PEDOMAN TRANSLITERASASI ARAB LATIN	vii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
<i>ABSTRACT</i>	<i>xxi</i>
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	7
C. TUJUAN PENELITIAN	7
D. MANFAAT PENELITIAN.....	8
E. SISTEMASTIKA PENELITIAN.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. RELATIONSHIP MARKETING	10
B. TELAAH PUSTAKA	23
C. KERANGKA TEORITIS	29
D. HIPOTESIS.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	31

A. JENIS PENELITIAN	31
B. JENIS DATA PENELITIAN	31
C. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	32
D. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	34
E. METODE ANALISIS DATA.....	36
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
A. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	40
B. HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS	43
C. PEMBAHASAN	48
 BAB V PENUTUP.....	58
A. KESIMPULAN	58
B. KETERBATASAN.....	58
C. SARAN	59
 DAFTAR PUSTAKA	60
 LAMPIRAN.....	63



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kinerja 3 Bank Syariah BUMN dan hasil Merger BSI.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 4.1 Deskripsi Responden.....	40
Tabel 4.2 Hasil Uji Deskriptif	41
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabelitas	44
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas Uji Glejser	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Parsial dan Regresi Linier Berganda	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Simultan.....	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	47

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

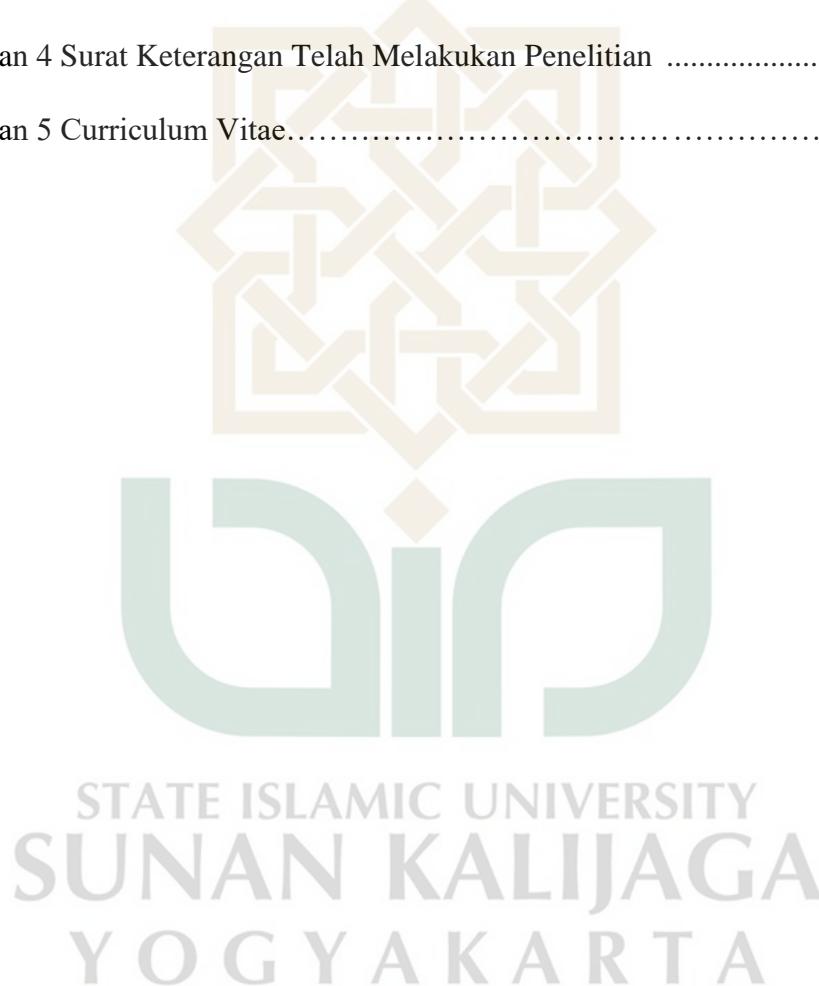
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teoritis 29



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	57
Lampiran 2 Tabel Data Jawaban Responden	63
Lampiran 3 Output Olah Data di IBM SPSS v23	69
Lampiran 4 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	78
Lampiran 5 Curriculum Vitae.....	79



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komitmen, kepercayaan dan penyelesaian masalah terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia D.I.Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan data primer dengan mendistribusikan kuesioner kepada nasabah Bank Syariah Indonesia D.I.Yogyakarta.. Data primer dalam penelitian ini menggunakan 30 kuesioner yang diolah. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan Bank Syariah Indonesia khususnya provinsi Yogyakarta. Pengolahan data yang digunakan IBM SPSS 23 dengan teknik analisis regresi linear berganda untuk menjawab apakah terdapat pengaruh signifikan antara komitmen, kepercayaan, dan penyelesaian masalah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia D.I.Yogyakarta.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komitmen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah dan penyelesaian masalah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia D.I.Yogyakarta.

Kata kunci: Komitmen, Kepercayaan, Penyelesaian Masalah, Loyalitas Nasabah



ABSTRACT

This study aims to determine the influence of commitment, trust, and problem-solving on customer loyalty at Bank Syariah Indonesia in the Special Region of Yogyakarta. The research utilizes primary data by distributing questionnaires to customers of Bank Syariah Indonesia in Yogyakarta. The primary data in this study was collected through 30 processed questionnaires. The population of this study includes all customers who use Bank Syariah Indonesia, specifically in the Yogyakarta province. Data processing was conducted using IBM SPSS 23 with multiple linear regression analysis techniques to determine whether there is a significant influence of commitment, trust, and problem-solving on customer loyalty at Bank Syariah Indonesia in the Special Region of Yogyakarta.

The results of this study indicate that commitment has a significant influence on customer loyalty, trust has a significant positive influence on customer loyalty, and problem-solving has a significant positive influence on customer loyalty at Bank Syariah Indonesia in the Special Region of Yogyakarta.

Keywords: Commitment, Trust, Problem-Solving, Customer Loyalty



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, dengan sekitar 86,88% atau sekitar 236 juta orang yang memeluk agama Islam (Databoks, 2021). Angka ini memiliki potensi besar untuk mendorong perkembangan sektor ekonomi, khususnya dalam industri perbankan syariah di Indonesia. Perbankan syariah memainkan peran penting dalam sektor keuangan sebagai alternatif bagi masyarakat Muslim di Indonesia, dan terus mengalami kemajuan. Oleh karena itu, kebutuhan akan produk dan layanan perbankan syariah yang sesuai dengan prinsip syariah menjadi hal yang harus selalu dipenuhi dan direspons oleh bank syariah (Mustofa et al., 2022).

Salah satu bank syariah yang memiliki peran dalam pertumbuhan bank syariah di Indonesia adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). BSI adalah salah satu bank syariah terkemuka di Indonesia yang berusaha untuk menawarkan layanan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Pada tahun 2022 dan 2023, Bank Syariah Indonesia (BSI) mencatat pertumbuhan signifikan dalam hal aset, pembiayaan, dan jumlah nasabah. Hal ini menunjukkan peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah. Komitmen BSI untuk memperkuat posisinya sebagai bank syariah terdepan di Indonesia, terutama

di wilayah-wilayah dengan populasi Muslim yang besar seperti Yogyakarta (Katadata, Dream News, 2023). Yogyakarta sebagai salah satu kota besar dengan potensi pasar yang signifikan membutuhkan perhatian khusus dalam konteks loyalitas nasabah. BSI yang merupakan penggabungan (merger) tiga bank syariah dari Himpunan Bank Milik Negara (Himbara), yaitu: PT Bank BRI Syariah (BRIS), PT Bank Syariah Mandiri (BSM), dan PT Bank BNI Syariah (BNIS). Tercatat per Desember 2020 aset BSI mencapai Rp239,56 triliun (lihat Tabel 1). Aset tersebut menempatkan BSI sebagai bank terbesar ke-7 di Indonesia dari sisi aset. Aset bank berkode saham BRIS itu berada di bawah PT Bank CIMB Niaga Tbk (Rp281,7 triliun) dan di atas PT Bank Panin Tbk (Rp216,59 triliun) per September 2020 (Bisnis Indonesia, 2 Februari 2021).

Tabel 1.1 Kinerja 3 Bank Syariah BUMN dan Hasil Merger BSI

	BNI Syariah		BRI Syariah		Mandiri Syariah		Bank Syariah Indonesia
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2023
Total Aset	44,98	55,01	43,12	57,70	112,29	126,85	354
Pembiayaan	43,77	47,97	34,12	49,34	99,81	112,58	240
Dana Pihak Ketiga	32,58	33,05	27,38	40,00	75,54	83,43	294
Laba	0,6	0,5	0,074	0,25	1,28	1,43	5,7

Sumber : Paparan PT Bank Syariah Indonesia,Tbk. Bisnis Indonesia, 2 Februari 2021 dan Paparan Kinerja Q4-2023 PT Bank Syariah Indonesia Tbk Jakarta, 1 Februari 2024

Aset yang sangat besar ini dapat mengungkit kemampuan lebih besar dalam mendukung pembiayaan ekonomi. Bank Syariah Indonesia (BSI), sebagai entitas perbankan syariah terbesar di Indonesia, memiliki peran penting dalam menyediakan layanan keuangan berbasis syariah yang dapat diandalkan oleh masyarakat. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh BSI adalah mempertahankan loyalitas nasabah di tengah persaingan yang ketat dengan bank konvensional dan fintech yang semakin berkembang.

Tahun 2022 hingga 2024 adalah periode dengan banyak perubahan dalam kebijakan dan regulasi perbankan, baik dari pemerintah maupun Bank Indonesia. Perubahan ini mempengaruhi operasi bank syariah dan, secara tidak langsung, persepsi serta loyalitas nasabah terhadap bank syariah. BSI dihadapkan pada tantangan untuk terus memenuhi harapan nasabah di tengah perubahan regulasi ini (Katadata, 2023). Kebutuhan masyarakat terhadap layanan bank mencerminkan hal yang positif, mendorong institusi perbankan untuk terus berinovasi dalam memberikan pelayanan terbaik untuk menarik nasabah. Diharapkan dengan pelayanan yang memuaskan, nasabah akan menjadi loyal dan merasa puas. Untuk mencapai hal ini, diperlukan strategi pemasaran yang efektif. Pemasaran kini telah berevolusi; prioritas utama bukan lagi sekadar menarik nasabah, melainkan fokus pada membina dan mempertahankan hubungan (*relationship*) dengan nasabah serta pihak terkait lainnya.

Winer (2001) menyatakan bahwa *customer relationship marketing* sebagai strategi untuk membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dalam jangka panjang dengan mengkombinasikan kemampuan untuk merespon secara langsung dan untuk melayani pelanggan dengan interaksi yang tinggi. Hubungan pemasaran (*relationship marketing*) merupakan salah satu strategi dalam membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah.

Menurut Kotler (2007:194) dalam Yanita (2014) menyatakan bahwa *relationship marketing* adalah proses menciptakan, mempertahankan dan meningkatkan hubungan yang kuat, bernilai tinggi dengan pelanggan atau organisasi yang memfokuskan pada mengelola pelanggan, disamping produk *relationship marketing* sendiri mendorong para marketer untuk selalu berpikir dalam waktu yang panjang. Sedangkan menurut Zeithaml, Bitner, & Grempler (2009) dalam Clarisha (2016) menyatakan *relationship marketing* merupakan suatu hubungan dalam perusahaan untuk membangun dan mempertahankan pelanggan yang menguntungkan bagi perusahaan.

Membina hubungan yang baik dengan nasabah adalah memberikan pelayanan yang memuaskan, salah satunya dengan menangani permasalahan yang timbul antara konsumen dan perusahaan. Ketika konsumen merasa puas dengan pelayanan yang telah diterimanya, maka tidak menutup kemungkinan konsumen akan kembali lagi dan bahkan akan menjadi pelanggan setia. Pelanggan yang loyal atau setia akan memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan salah satunya yaitu pelanggan tersebut tidak akan mudah beralih

ke perusahaan atau bank lain dengan jenis produk atau jasa yang sama. Sehingga hal tersebut secara tidak langsung sudah dapat menekan biaya promosi bagi perusahaan untuk mendapatkan konsumen.

Selain itu, nasabah yang merasa puas ia akan melakukan rekomendasi pada orang-orang disekitarnya untuk mencoba produk atau jasa yang ditawarkan tersebut. Melalui rekomendasi dari pelanggan, perusahaan telah melakukan promosi langsung dua arah pada calon konsumennya tanpa melakukannya sendiri. *Relationship marketing* merupakan upaya bagi perusahaan untuk melakukan proses pemasaran secara intens dan berkelanjutan dengan konsumen dan memberikan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan sehingga hal tersebut sangat dibutuhkan oleh perusahaan.

Loyalitas nasabah merupakan salah satu faktor kunci dalam menjaga keberlangsungan usaha perbankan. Faktor-faktor seperti komitmen, kepercayaan, dan penyelesaian masalah diyakini memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Komitmen mencerminkan keterikatan emosional dan tanggung jawab nasabah terhadap bank. Kepercayaan adalah fondasi dalam hubungan antara nasabah dan bank yang didasarkan pada keyakinan bahwa bank akan bertindak sesuai dengan kepentingan nasabah. Penyelesaian masalah mencerminkan kemampuan bank dalam menangani keluhan dan masalah yang dihadapi nasabah secara efektif dan efisien.

Menurut Amin, et.al (2013 : 82) loyalitas nasabah merujuk kepada komitmen seorang nasabah untuk tetap setia menggunakan jasa suatu bank dalam jangka waktu tertentu. Membutuhkan keloyalitasan seseorang untuk dapat memenangkan persaingan suatu perusahaan. Begitu pula pada perusahaan perbankan. Nasabah adalah segalanya bagi perusahaan karena bank akan sulit berkembang jika seorang nasabah tidak loyal.

Untuk memenangkan persaingan tersebut perusahaan dapat melakukan strategi *relationship marketing* berupa komitmen, kepercayaan dan penyelesaian masalah dari nasabah itu sendiri. Dari segi komitmen, bank se bisa mungkin berusaha memenuhi keinginan nasabah yang diberikan pihak bank. Dari segi kepercayaan, dilihat dari banyaknya seseorang melakukan transaksi di bank tersebut karena memiliki rasa percaya bahwa bank tersebut mempunyai reputasi yang baik. Dari segi penyelesaian masalah pihak bank atau perusahaan dapat mengetahui jalan keluar apabila terdapat konflik atau munculnya masalah.

Maka dari itu meningkatkan komitmen nasabah, kepercayaan nasabah dan penyelesaian masalah salah satu cara membentuk hubungan yang baik dengan harapan dari timbulnya komitmen, rasa percaya dan rasa puas diharapkan nasabah dapat menetap dan hal tersebut berdampak pada loyalitas nasabah bank karena nasabah tersebut memiliki rasa komitmen.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “PENGARUH KOMITMEN, KEPERCAYAAN

DAN PENYELESAIAN MASALAH TERHADAP LOYALITAS
NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) YOGYAKARTA.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah komitmen berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia Yogyakarta?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia Yogyakarta?
3. Apakah penyelesaian masalah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia Yogyakarta?
4. Apakah komitmen, kepercayaan dan penyelesaian masalah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah komitmen berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui apakah penyelesaian masalah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui apakah komitmen, kepercayaan dan penyelesaian masalah berpengaruh terhadap loyalitas di Bank Syariah Indonesia Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan para pembuat kebijakan dalam menentukan implementasi yang terkait dengan *customer relationship marketing* dalam memenuhi kebutuhan loyalitas nasabah.
2. Hasil penelitian ini dapat membantu meningkatkan pemahaman tentang komitmen, kepercayaan dan penyelesaian masalah serta pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah.
3. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi yang dapat memberikan perbandingan dalam bidang yang sama pada penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I : Pendahuluan, terdapat latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori, pada bab ini berisi tentang penjelasan teori yang digunakan dan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dasar bagi penelitian. Pada bab ini juga terdapat pengembangan hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian, berisi tentang jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

Bab IV : Pembahasan, pada bab ini berisi mengenai gambaran umum obyek penelitian, analisis data, dan pembahasan dari analisis data.

Bab V : Penutup, pada bab ini berisi kumpulan-kumpulan yang didapat dari hasil penelitian dan saran-saran, sebagai masukan bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan serta analisis data tersebut yang sudah didapatkan mengenai pengaruh variabel komitmen (X1), kepercayaan (X2), dan penyelesaian masalah (X3) terhadap loyalitas nasabah (Y). Dengan responden sebanyak 100 nasabah Bank Syariah Indonesia D.I.Yogyakarta. Maka bisa disimpulkan sebagai berikut:

1. Komitmen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia D.I.Yogyakarta “**diterima**”
2. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia D.I.Yogyakarta “**diterima**”
3. Penyelesaian masalah memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia D.I.Yogyakarta “**diterima**”

B. Keterbatasan

Pada penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang bisa disampaikan peneliti yaitu:

1. Penelitian ini hanya melibatkan sampel dari sejumlah nasabah di lokasi tertentu, yang mungkin tidak sepenuhnya mewakili seluruh populasi nasabah bank. Keterbatasan ini bisa menyebabkan hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan ke populasi yang lebih luas.
2. Penelitian ini dilakukan pada suatu waktu tertentu, sehingga hasilnya mungkin dipengaruhi oleh kondisi ekonomi, sosial, atau kebijakan yang berlaku saat itu. Kondisi yang berubah di masa depan bisa membuat hasil penelitian ini tidak lagi relevan.

3. Keterbatasan waktu untuk mengumpulkan data dan melakukan analisis mungkin telah membatasi kemampuan untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam sehingga hasil penelitian kurang maksimal.

C. Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti berikutnya disarankan agar dapat memperluas cakupan geografis dengan melibatkan nasabah dari berbagai lokasi dan cabang bank yang berbeda. Dengan demikian, sampel yang lebih beragam dan representatif bisa diperoleh, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dengan lebih baik ke populasi nasabah secara keseluruhan.
2. Untuk penelitian di masa depan, disarankan untuk memperpanjang waktu pengumpulan data agar lebih banyak informasi yang dapat dikumpulkan dan dianalisis secara mendalam. Dengan waktu yang lebih lama, peneliti dapat memperoleh data yang lebih komprehensif dan lebih menggali faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi hasil.

DAFTAR PUSTAKA

Ahidin, U, Tarsih, I., & Budiman, S. (2022). Influence of Relationship and Quality of Service on Customer Trust and The Impact on Customer Loyalty Empire Study on Loan Customers PT . BPR Makmur Artha Sedaya Pamulang , Tangerang Selatan City. International Journal of Artificial Inteligence Research, 6(1).291

Ashari, dkk. 2016. "Pengaruh Pemasaran Relasional terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan." *E-proceeding of Management*. Vol.3, No.3, December 2016. P.1-8.

Atmojo, Agong Purwo. 2010. Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah

Barnes, James G. 2001. Secrets of Customer Relationship Management. Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan. Andi. Yogyakarta,.

Batin, M. H. (2019). Pengaruh Citra Bank, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah, Penanganan Keluhan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumsel Babel Kantor Capem Syariah UIN Raden fatah Palembang. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 45–58.

Borneo, K. (2011) Pengaruh Implementasi Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Oli PelumasPT Pertamina (Persero) Enduro 4T. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.

Chan, S. (2003). *Relationship marketing*: inovasi pemasaran yang membuat pelanggan bertekuk lutut. Gramedia Pustaka Utama.

Darsono, L.I. (2004) 'Loyalty & Disloyalty: Sebuah Pandangan Komprehensif Dalam Analisa Loyalitas Pelanggan'. *Kinerja*, 8(2): 163-173.

Databoks (2021). Populasi Muslim Indonesia Terbesar di Dunia, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam. Diakses Juli 2024>

Dwyer, F.R., Schurr, P.H. and Oh, S. (1987) Developing buyer-seller relationships, *Journal of Marketing*. 51(1): 11-27.

Dyer, J. H., dan Chu, W. 1997. The Economic Value of Trust in Supplierbuyer Relationship. *Academy of Management Meeting*. Boston.

Ellena, Frieda. 2011. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Pemalang), Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Fredericks, J. O., Salter II, J. M. 1995. Beyond Customer Satisfaction. *Management Review* 5.

Griffin, Jill. 2003. Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan. Jakarta : Airlangga

Griffin, R. W., & Moorhead, G. (2014). *Organizational Behavior: Managing People and Organizations* (11th ed., Vol.). South-Western Cengage Learning.

Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA.

Kotler Dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta, Airlangga.

Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia* : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.

Lutfiani, A. N., & Musfiroh, M. F. S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Akuntansi , Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 2(3), 50–64.

Marlina, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan nasabah Pasca merger Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Moorman, Christine, Gerald Zaltman, and Rohit Deshpande, 1992."Relationship between Providers and Users of Market Research: The Dynamics of Trust Within and Between Organization," *Journal of Marketing Research*, Vol 29, pp. 314-328

Morgan, R.M. dan Hunt, S.D. (1994) 'The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing'. *Journal of Marketing*. 58 (7): 20-38.

Mulyaningsih, L. A., & Suasana, I. G. A. K. G. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank OCBC NISP Di Denpasar. *E Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 1–30.

Ndubisi, N. O. 2007. "Relationship marketing and Customer Loyalty." *Marketing Intelligence and Planning*. Vol.25. No.1. 2007. P.98-106.

Oliver, R. L. 2010. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Customer*. New York: McGraw-Hill.

Oliver, R.L. (1999) 'Whence Consumer Loyalty?'. *Journal of Marketing*. 63: 33- 44.

Putri, U. P., Suharyono, Abdillah, Y. (2014). Pengaruh *Relationship marketing* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Administrasi Bisnis*, XV, 2.

Ramadania. (2002) 'Kepercayaan dan Komitmen sebagai Perantara Kunci Relationship Marketing dalam Membangun Loyalitas'. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*. 2(1): 33-52.

Ria, M. Y., & Darman Syarif. 2017. Komitmen Organisasi : Definisi, Dipengaruhi dan Mempengaruhi. Makassar. Nas Media Pustaka.

Santoso, S. P. (2012). *Peran Dari Komitmen Di Dalam Relationship Marketing Terhadap Respons Pengguna Di Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia Sebagai Representasi Perusahaan Milik Negara* (Doctoral dissertation, UNS (Sebelas Maret University)).

Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sulaiman, Iles. 2000. *Motivational Bases of Affective Organizational Commitment: A Partial Test of an Integrative Theoretical Model*, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 72, 463-483

Tjiptono, F. (2005) Service, Quality, and Satisfaction. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Wibowo, S. 2006. Analisis Implementasi CRM pada Industri Hospitality di Yogyakarta, Utilitas, Vol 14 No 2, Juni, Hal 178-196.

Widjaja, C Oktafia. 2016. "Pengaruh *Relationship marketing* terhadap Customer Loyalty dan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada PT. Fuboru Indonesia di Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol.10.,No.2.,Oktober 2016. P.52-58.