

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Persepsi Bagi Hasil dan Religiusitas terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Muko-Muko dengan Mediasi Kepercayaan Nasabah”, bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi bagi hasil dan religiusitas terhadap loyalitas nasabah, baik secara langsung maupun melalui kepercayaan nasabah sebagai variabel mediasi. Dengan menggunakan sampel sebanyak 85 responden nasabah aktif BSI KCP Muko-Muko, hasil pengujian hipotesis melalui analisis SEM-PLS menggunakan SmartPLS 3.0 menunjukkan temuan sebagai berikut:

1. Persepsi bagi hasil tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Muko-Muko, sehingga H1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi nasabah yang sudah baik terhadap sistem bagi hasil belum cukup untuk secara langsung mendorong loyalitas.
2. Persepsi bagi hasil terbukti memiliki pengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah apabila melalui kepercayaan nasabah sebagai variabel mediasi. Temuan ini menegaskan bahwa kepercayaan nasabah berperan penuh sebagai jembatan yang menghubungkan persepsi bagi hasil dengan loyalitas, sehingga nasabah perlu terlebih dahulu meyakini kewajaran dan keamanan sistem bagi hasil sebelum persepsi tersebut dapat mendorong kesetiaan mereka.
3. Religiusitas memiliki pengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI

KCP Muko-Muko secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas nasabah, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk tetap setia menggunakan layanan bank syariah sebagai wujud pengamalan nilai-nilai keislaman, tanpa perlu didahului oleh proses pertimbangan lain.

4. Religiusitas tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah apabila melalui kepercayaan nasabah sebagai variabel mediasi. Hal ini mengindikasikan bahwa dorongan loyalitas yang bersumber dari religiusitas bersifat langsung dan tidak memerlukan proses pembentukan kepercayaan terlebih dahulu, berbeda dengan pola pengaruh persepsi bagi hasil.
5. Persepsi bagi hasil terbukti memiliki pengaruh dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah BSI KCP Muko-Muko. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi nasabah terhadap keadilan dan transparansi sistem bagi hasil yang diterapkan, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan yang mereka berikan kepada bank.
6. Religiusitas juga terbukti memiliki pengaruh dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah BSI KCP Muko-Muko. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung lebih mudah memberikan kepercayaan kepada bank syariah, karena bank tersebut dipandang selaras dengan nilai-nilai keislaman yang mereka yakini.
7. Kepercayaan nasabah terbukti memiliki pengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Muko-Muko, bahkan menjadi variabel dengan pengaruh langsung paling besar di antara seluruh variabel yang diteliti.

Temuan ini menegaskan pentingnya kepercayaan nasabah terhadap bank, yang menjadi faktor kunci dalam mendorong kesetiaan nasabah untuk terus menggunakan layanan BSI KCP Muko-Muko.

B. Keterbatasan

Terdapat sejumlah keterbatasan atau kekurangan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Generalisasi Terbatas : Penelitian ini hanya mewakili loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Muko-Muko, Kecamatan Ipuh, Kabupaten Mukomuko, sehingga sulit untuk menggeneralisasikan hasilnya ke populasi nasabah bank syariah yang lebih luas atau geografis lainnya.
2. Keterbatasan Metode Penelitian : Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam metode yang digunakan, seperti ukuran sampel yang ditentukan melalui estimasi (bukan dari data populasi aktual) serta penyebaran kuesioner secara daring melalui Google Form yang tidak sepenuhnya representatif bagi seluruh kelompok usia nasabah.
3. Keterbatasan Variabel : Penelitian ini tidak mempertimbangkan semua faktor yang dapat memengaruhi loyalitas nasabah, seperti kualitas layanan, kepuasan nasabah, maupun reputasi bank, sehingga masih diperlukan pertimbangan variabel lain pada penelitian berikutnya.
4. Keterbatasan Waktu dan Sumber Daya : Keterbatasan waktu dan sumber daya yang membatasi kemampuan peneliti untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Muko-Muko.

C. Saran

1. Bagi Perusahaan

Mengingat kepercayaan nasabah terbukti menjadi variabel dengan pengaruh paling dominan sekaligus mediator penuh antara persepsi bagi hasil dan loyalitas nasabah, pihak bank disarankan untuk terus meningkatkan transparansi informasi mengenai nisbah dan mekanisme bagi hasil, serta menjaga konsistensi pelayanan yang amanah guna memperkuat kepercayaan nasabah secara berkelanjutan. Selain itu, mengingat religiusitas terbukti mendorong loyalitas secara langsung, pihak bank juga disarankan untuk memperkuat strategi pemasaran dan edukasi produk yang menonjolkan nilai-nilai kepatuhan syariah, mengingat mayoritas penduduk Kabupaten Mukomuko beragama Islam.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya menguji tiga variabel dalam menjelaskan loyalitas nasabah, sehingga peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang relevan, seperti kualitas layanan, kepuasan nasabah, atau reputasi bank, agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah bank syariah. Selain itu, penelitian selanjutnya juga disarankan untuk memperluas objek penelitian pada kantor cabang atau wilayah BSI lainnya, sehingga hasil penelitian dapat dibandingkan dan digeneralisasikan pada konteks yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- (OJK), Otoritas Jasa Keuangan. “Statistik Perbankan Syariah Indonesia.” Jakarta, 2023.
- Abdullah, Prof. Ma’ruf. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. 1st ed. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.
- Ahmad, Mauledy, Ferry Siswadhi, and Elex Sarmigi. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT. Bank Nagari.” *Business, Economics and Entrepreneurship* 4, no. 1 (2022): 49–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.46229/b.e.e.v4i1.411>.
- Alam, Syed Shah, and Rohani Mohd and Badrul Hisham. “Is Religiosity an Important Determinant on Muslim Consumer Behaviour in Malaysia ?” *Journal of Islamic Marketing* 2, no. 1 (2011): 83–96. <https://doi.org/10.1108/17590831111115268>.
- Alfani, Mufti Hasan. “Analisis Pengaruh Quality Of Work Life (QWL) Terhadap Kinerja Dan Kepuasan Kerja Karyawan PT. Bank BRI.” *Jurnal Tabarru’ : Islamic Banking and Finance* 1, no. 1 (2018).
- Ancok, Dr. Djamaludin, and Fuat Nashori Suroso. *Psikologi Islami: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011.
- Andrianto, and M. Anang Firmansyah. *MANAJEMEN BANK SYARIAH (Implementansi Teori Dan Praktek) CV*. Jakarta: CV. Penerbit Qiara Media, 2019.
- Annisa, Berliana Farah. “Pengaruh Persepsi Bagi Hasil, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Perbankan Syariah Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan Mudharabah(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang).” Universitas Islam Malang, 2021.
- Antonio, Muhammad Syafi’i. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. 1st ed. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.

- Astuti, Septin Puji, Wiwik Wilasari, and Datien Eriska Utami. "Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Syariah." *Jurnal Manajemen Bisnis* 2, no. 1 (2009).
- Aulia, Raziq, and Hafasnuddin. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syari'ah Mandiri Cabang Banda Aceh." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* 6, no. 1 (2021): 108–21. <https://doi.org/https://doi.org/10.24815/jimen.v6i1.16370>.
- Aurellia, Putri Yofa. "Penagruh 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, 2022.
- Azizah, Bilqis Putri, and Ida Bagus Nyoman Udayana. "Penagruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah" 6, no. 1 (2019).
- Cahyani, Nofi. "Pengaruh Citra Perusahaan, Relation Marketing, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan, Naskah Publikasi." Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.
- Charles Y. Glock, and Rodney Stark. *Religion and Society in Tension*. Chicago: Rand McNally & Company, 1965.
- Cohen, Jacob. *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. 2nd ed. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1988.
- Cronbach, Lee J. "Coefficient Alpha and the Internal Structure of Tests." *Psychometrika* 16, no. 3 (1951).
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. 9th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro., 2018.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. 10th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021. <https://id.scribd.com/document/785893656/Ghozali-2021>.
- Ghozali, Imam, and Hengky Latan. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan*

- Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. 2nd ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2015.
<https://scholar.google.com/scholar?q=Ghozali+Latan+SmartPLS+3.0+2015>.
- Hair, Joseph F., Jeffrey J. RisherCorresponding Author, Marko Sarstedt, and Christian M. Ringle. “When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM,” *European Business Review* 31. Edited by 1, 2019.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>.
- Hambali, Citra Aryaninngtyas. “Pengaruh Risiko Pembiayaan Dan Risiko Likuiditas Terhadap Profitabilitas Bank Syari’ah.” UIN Raden Intan Lampung, 2017.
- Hamid, Akhmad Ghazali Abdul. “Pengaruh Religiusitas Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Wadiah Di PT. Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.” IAIN Tulungagung, 2014.
- Hana, Alisa Mumtaz1, and Jaharuddin. “Strategi Meningkatkan Loyalitas NasabahBank Syariah: Perspektif Kualitas, Kepercayaan, Dan Religiusitas.” *Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 19, no. 2 (2025): 1200.
<https://doi.org/10.15408/aiq.v13i2.23964.8>.
- Handayani, R, Sri Darwini, and Eka Agustiani. “Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Melalui Kepercayaan Merek (Studi Pada Nasabah Bank Syari’ah Di Kota Mataram)” 6, no. 2 (2018).
- Indonesia, Bank Syariah. “Sejarah Perusahaan,” 2026.
https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html.
- Janan, Akhmad Syifa’ul. “Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Bagi Hasil Dengan Kepuasan Sebeagai Variabel Mediasi Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada BSI KCP Malang Sutoyo).” UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG, 2025. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/73469>.
- Jasin, Hanifah, Siti Mujiatun, Muis Fauzi Rambe, and Rahmad Bahagia Siregar. “Apakah Kepercayaan Memediasi Pengaruh Reputasi Bank Dan Religiusitas

Terhadap Purchase Intention ? Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis” 22, no. 1 (2021).

Joseph F, Hair JR, Black William C, Babin Barry J, and Anderson Rolph E. *Multivariate Data Analysis*. 7th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2010. <https://id.scribd.com/document/360016872/Hair-et-al-2010-pdf>.

Karim, Adiwarman A. *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan*. 5th ed. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014.

Khairi, Eko Nursalim, and Parno. “Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil Dan Pemberian Bonus Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Sangatta” 20, no. 1 (2018).

Kusumaningsiha, Sabtarini, and Titik Rianawatib. “Penagruh Relationship Marketing Terhadap Customer Loyalty Pada PT Bank Rakyat Indonesia Uint Gunung Pati Semarang” 2, no. 1 (2023).

Kusumaramdhani, Agus. “Pengaruh Reputasi Merk Dan Keadilan Bagi Hasil Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah Bank x Syariah Kcp Ciledug” 14, no. 1 (2015).

Liliyan, Aditya. “Entrepreneurial Marketing Dan Trust Terhadap Marketing Performance Aditya Liliyan” 17, no. 4 (2020).

Lubis, Adelina, Ihsan Effendi, and Dhian Rosalina. “Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Medan” 3, no. 4 (2022): 899. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1600>.

Mahyuni, and M Riza Firdaus. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin.” *Jurnal Wawasan Manajemen* 2, no. 2 (2014).

Mayer, Roger C., James H. Davis, and F. David Schoorman. “An Integrative Model of Organizational Trust.” *Academy of Management Review* 20, no. 3 (1995): 709–34. <https://doi.org/10.2307/258792>.

- Morgan, Robert M., and Shelby D. Hunt. "The Commitment Trust Theory of Relationship Market." *Jurnal Of Marketing* 58, no. 3 (1994).
- Nugraha, Ch Asta, Joko Riyanto, and Imam Gozali. "Pengaruh Perspsi Dan Nilai Nasabah Terhadap Tingkat Kepercayaan Bank (Studi Pada Nasabah Bank BPR Syariah Di Kota Semarang)." *MEDIA EKONOMI DAN MANAJEMEN* 32, no. 1 (2017).
- Nurrachmi, Intan, and Setiawan. "Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Peran Religiusitas Dan Kepercayaan 1" 6 (2020).
- Nurul Khotimah. "Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Dan Loyalitas Di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik)." *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen* 5, no. 1 (2018): 39.
- Oliver, Richard L. "Whence Consumer Loyalty ?" *Journal of Marketing* 63, no. Special Issue (1999) <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/00222429990634s105>.
- Rahmawaty, Anita. "Pengaruh Perspsi Tentang Bank Syari'ah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di BNI Syari'ah Semarang" 8, no. 1 (2014).
- RI, Kementerian Agama. "Al-Qur'an Dan Terjemahnya." Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.
- Roziq, Ahmad. "Pengaruh Kepercayaan, Sistem Bagi Hasil, Dan Reputasi Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Jember." *Artikel Ilmiah*, 2015, 5.
- Sebariani, Nur, Ismi Ningsih, Akhmad Yusuf Khoiruddin, Magister Sains Manajemen, Universitas Airlangga Surabaya, Universitas Islam, Negeri Sunan, Kalijaga Yogyakarta, and Laksda Adisucipto. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Factors Affecting Customer Loyalty at Bank Syariah Indonesia" 9, no. 2 (2023): 199.

- Situmorang, Frandika, Eza Syahbana, Jeane Alisya, and Hasyim. "Membangun Kepercayaan Masyarakat Terhadap Bank Syariah : Sebuah Tinjauan Literatur Tentang Strategi Dan Tantangan." *Ekonomi Keuangan Syariah Dan Akuntansi Pajak (EKSAP)* 1, no. 3 (2024): 175.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61132/eksap.v1i3.215> Membangun.
- Soesana, Abigail, Hani Subakti, Karwanto, Anisa Fitri, Sony Kuswandi, Lena Sastri, Ilham Falani, Novita Aswan, Ferawati Artauli Hasibuan, and Hana Lestari. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Edited by Abdul Karim. 1st ed. Yogyakarta: Penerbit Yayasan Kita Menulis, 2023.
- Statistik, Badan Pusat. "Hasil Sensus Penduduk 2020." Jakarta, 2020.
<https://sensus.bps.go.id/main/index/sp2020>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. 2nd ed. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. 19th ed. Bandung: Penerbit ALFABETA, CV., 2013.
- Ulfah, Noviana Nurul, Taufik Rahman, and Kiswanul Arifin. "Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bpr Muara Uya" 3, no. 2 (2020).
- Wahab, Wirdayani. "Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 1, no. 2 (2016): 168.
- Winasih, Tri, and Luqman Hakim. "Peran Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah." *Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 8, no. 2 (1905): 2021.
<https://doi.org/10.1905/iqtishadia.v8i2.4152>.
- Yani, Masriati Indah, and Sugiyanto. "Pengaruh Kualitas Layanan , Kepercayaan , Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Edwin Jeans Indonesia Pada E-Commerce Shopee" 1, no. 3 (2022).