

**RELASI ANTARA ASET DAN DPK PERBANKAN SYARIAH
DENGAN KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH
DI YOGYAKARTA**

*The Relationship between Sharia Banking Assets and DPK
Customer Satisfaction and Loyalty in Yogyakarta*

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



Oleh:

RIRIN TRI UTAMI

19423196

At munaqasyah

30/11/2023

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ririn Tri Utami

Nim : 19423196

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Judul Skripsi : Relasi Antara Target Perbankan *Syari'ah* dengan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah di Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penelitian skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia untuk mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 30 November 2023

Yang menyatakan,



Ririn Tri Utami

NOTA DINAS

Yogyakarta, 30 November 2023 M

8 Jumadal Awal 1445 H

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Univeristas Islam Indonesia dengan surat nomor: **1560/Dek/60/DAATI/FIAI/X/2023** pada tanggal 5 Oktober 2023. Atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi, saudara:

Nama : Ririn Tri Utami
Nomor Pokok / Nim : 19423196
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Jurusan / Program Studi : Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2022/2023
Judul Skripsi : Relasi antara Aset dan DPK Perbankan Syariah dengan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah di Yogyakarta.

Setelah kami teliti dan diadakan perbaikan seperlunya akhirnya kami anggap skripsi memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Univeristas Islam Indonesia. Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqasahkan. *Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 30 November 2023

Dosen Pembimbing



Tulasmi, SEI., MEI.

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ririn Tri Utami

Nim : 19423196

Judul skripsi : Relasi antara Aset dan DPK Perbankan *Syariah* dengan
Kepuasan dan Loyalitas Nasabah di Yogyakarta

Menyatakan, bahwa berdasarkan proses dan hasil bimbingan yang dijalani selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka mahasiswa yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti Munaqasah Tugas Akhir Penelitian pada program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 30 November 2023

Dosen Pembimbing



Tulasmi, SEL., MEI.



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiaj@uii.ac.id
W. fiaj.uui.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 18 Januari 2024
Judul Tugas Akhir : Relasi antara Aset dan DPK Perbankan Syariah dengan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah di Yogyakarta
Disusun oleh : RIRIN TRI UTAMI
Nomor Mahasiswa : 19423196

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing : Tulasmi, SEI, MEI (.....)
Penguji I : Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec. (.....)
Penguji II : Siti Latifah Mubasiroh, S.Pd, M.Pd. (.....)

Yogyakarta, 23 Januari 2024

Dekan,



Asmuni
Dr. Drs. Asmuni, MA

LEMBAR PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir penelitian ini. Tugas akhir ini dipersembahkan untuk diri sendiri, terimakasih sudah berjuang dan kuat selama ini. Walaupun prosesmu lebih lambat dari yang lain, tapi mampu untuk selalu berpijak di kaki mu sendiri. Dan selalu di sertai dengan tangis air mata dan rasa lelah yang terus menghantui, tapi pada akhirnya mampu berada di titik yang saya harapkan.

Tugas akhir ini juga saya persembahkan untuk “Almarhum bapak Sardjianto yang tiada hentinya selalu memberikan motivasi semasa hidupnya untuk anaknya. Dan tidak bisa lagi menemani setiap proses anaknya. Ibu tercinta saya, Ibu Suratmi yang selalu sabar dan terus mendoakan setiap langkah anaknya. Untuk ayah saya, Sugiyanto yang sudah berjuang untuk mendapatkan kebahagiaan anaknya dengan mendaptakn gelar S.E. kakak tercinta, mas Hervan dan mas Deddy yang selalu memberikan semangat untuk adiknya agar tidak mudah menyerah.

MOTTO

وَعَسَىٰ أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ

Artinya: *“Boleh jadi kamu tidak menyukai sesuatu, padahal disitu ada kebaikan untukmu “*

(Al-Baqarah: 216)

“Percayalah, disaat kamu ikhlas dengan keadaan, disitulah Allah merencanakan kebahagiaan untukmu. Allah mampu mengubah situasi paling terpuruk menjadi momen terbaik dalam hidupmu “

(Mbah Maemoen Zubair)

ABSTRAK

RELASI ANTARA ASET DAN DPK PERBANKAN SYARIAH DENGAN KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH DI YOGYAKARTA

Ririn Tri Utami 19423196

Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan bagaimana relasi antara aset dan DPK perbankan *syariah* dengan kepuasan dan loyalitas nasabah di Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif yaitu teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket. Jumlah sampel ini diambil dari beberapa nasabah bank *syariah* Yogyakarta dan berjumlah 203 responden. Metode analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, dan evaluasi *Structural* dan diakhiri pengujian hipotesis dengan *R Square*, *Path Coefficient*, dan *T Statistic*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa aset dan DPK perbankan *syariah* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kemudian hasil dari penelitian kedua menunjukkan bahwa aset dan DPK perbankan *syariah* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Tingkat kepuasan nasabah juga berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Artinya, aset dan DPK perbankan *syariah* untuk menghimpun dana dari pihak ketiga dan untuk menunjang pertumbuhan aset, maka dibutuhkan kualitas pelayanan yang baik demi mendorong tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah.

Kata Kunci: Aset dan DPK Perbankan, Kepuasan, dan Loyalitas Nasabah Bank *Syariah*

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN SHARIA BANKING ASET AND DPK AND CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY IN YOGYAKARTA

Ririn Tri Utami 19423196

The purpose of this study is to explain how the relationship between Islamic banking aset dan DPK with customer satisfaction and loyalty in Yogyakarta. The type of research used in this study is quantitative, namely data collection techniques using questionnaires or questionnaires. The number of samples was taken from several Yogyakarta Islamic bank customers and totaled 203 respondents. The method of data analysis in this study was carried out by conducting validity tests, reliability tests, and Structural evaluation and ending hypothesis testing with R Square, Path Coefficient, and T Statistic. The results of this study indicate that Islamic banking aset dan DPKs affect customer satisfaction. Then the results of the second study show that Islamic banking aset dan DPKs affect customer loyalty. The level of customer satisfaction also affects customer loyalty. This means that the aset dan DPK of Islamic banking is to raise funds from third parties and to support asset growth, so good service quality is needed to encourage customer satisfaction and loyalty levels.

Keywords: Islamic Banking Aset dan DPK, Satisfaction, and Loyalty of Islamic Bank Customers

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA**

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Pendahuluan

Penelitian transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/ 1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab dipergunakan untuk menuliskan kitab agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi

Arab-Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H.Sawabi Ihsan MA, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed.

Dalam pidato pengarahannya tanggal 10 Maret 1986 pada semi nar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-Islaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.

2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelekturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai

keseragaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)

7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monofong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ...ي	Fathah dan ya	Ai	a dan u
َ...و	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup
Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta' marbutah mati
Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةُ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ
Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa

yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أَلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا وَمَوْلَانَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ

Asslaamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur senantiasa kita panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir penelitian dengan judul “Relasi antara Aset dan DPK Perbankan *Syariah* dengan kepuasan dan loyalitas nasabah di Yogyakarta”. Penelitian ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S1) Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Tentunya dalam proses penyelesaian skripsi ini, peneliti mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh sebab itu, dalam kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs Asmuni, M.A selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., M.E., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
5. Ibu Tulasmi, SEI., MEI. selaku Dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing penuh dengan ilmu dan kesabaran. Terimakasih atas arahan, bimbingan, serta masukan yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Program Studi Ekonomi Islam, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.

7. Kedua orangtua penulis, almarhum bapak Sardjianto yang semasa hidupnya tidak pernah lelah dan hentinya selalu memberikan dukungan dan motivasi. Dan ibu saya tercinta yang selalu sabar dan selalu mendoakan untuk kebaikan anaknya.
8. Kedua kakak penulis, mas Hervan dan mas Deddy yang selalu memberikan semangat kepada adiknya.
9. Muhammad Iswan, terimakasih sudah ikut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga sehat selalu.
10. Honesty Artanti, terimakasih telah menjadi teman curhat.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Terimakasih karena telah berpartisipasi dalam proses penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, yang disebabkan dari keterbatasan kemampuan, pengalaman serta pengetahuan dari penulis. Untuk itu, skripsi ini tidak lepas dari kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga apa yang kita lakukan senantiasa memperoleh rahmat dan ridho-Nya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 30 November 2023

Penulis



Ririn Tri Utami

DAFTAR ISI	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS.....	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	i
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	i
DAFTAR GAMBAR.....	i
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Sistematika Penulisan	5
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	7
A. Telaah Pustaka.....	7
B. Kerangka teori / Landasan Teori	12
D. Manfaat Loyalitas	24
C. Hipotesis	25
D. Kerangka Berpikir	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	28
B. Lokasi penelitian	28
C. Waktu Pelaksanaan Penelitian.....	28
D. Objek dan Subjek Penelitian	28
E. Populasi dan Sampel	28

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	34
C. Hasil Uji Instrumen Data dan Hipotesis	44
D. Pembahasan	53
BAB V PENUTUP	59
DAFTAR PUSTAKA	61

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Linkert	30
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	30
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	39
Tabel 4. 2 Usia Responden	40
Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir	40
Tabel 4. 4 Pekerjaan	41
Tabel 4. 5 Pendapatan	42
Tabel 4. 6 Pengguna Bank Syariah	42
Tabel 4. 7 Jenis Bank Syariah yang digunakan	43
Tabel 4. 8 Average Variance Extrated (AVE)	47
Tabel 4. 9 Discriminant Validity	47
Tabel 4. 10 Composite Reliability	49
Tabel 4. 11 Cronbach's Alpha	49
Tabel 4. 12 R Square	50
Tabel 4. 13 Path Coefficients	51
Tabel 4. 14 Statistic (Bootstrapping)	51
Tabel 4. 15 Predictive Relevance (Blindfolding)	52
Tabel 4. 16 Model Fit	52
Tabel 4. 17 Perkembangan Perbankan Syariah	54
Tabel 4. 18 Hasil Outer Model	54
Tabel 4. 19 Hasil Outer Model	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	27
Gambar 4. 1 Metode Penelitian	45
Gambar 4. 2 Uji Convergent Validity	46
Gambar 4. 3 Cross Loading	48

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berdasarkan ketentuan umum dalam undang-undang 21 tahun 2008 tentang Perbankan *Syariah*, bahwa yang dimaksud perbankan *syariah* adalah setiap yang berkaitan dengan bank *syariah* dan unit usaha *syariah*, baik dari sisi lembaga, aktivitas usaha maupun proses yang dilakukan dalam penyelenggaraan usaha. Sejarah perjalanan bank *syariah* di Indonesia dimulai dengan berdirinya Bank Mu'amalat tahun 1992 dan bertahan sebagai satu-satunya bank *syariah* di Indonesia hingga tahun 1998. Pada tahun 1999 kemudian bertambah menjadi tiga dan terus bertambah hingga saat ini. Ditambah lagi paska berlakunya undang-undang nomor 21 tahun 2009 (Muhith, 2012).

Salah satu dari lima prinsip yang digunakan oleh perbankan *syariah* adalah fungsi lembaga keuangan. Lembaga keuangan berfungsi sebagai pemberi jasa kelola keuangan yang diamanatkan dan disepakati bersama dengan pemilik dana. Eksistensi bank *syariah* juga tidak terlepas dari faktor-faktor pendukung, salah satunya loyalitas nasabah dan tak kalah penting adalah kompetensi dan kepatuhan terhadap prinsip *syariah* (Masruron & Aulia Adinda Safitri, 2021). Loyalitas nasabah bank *syariah* merupakan hal penting untuk diperhatikan dalam perjalanan bank *syariah* di Indonesia.

Bank *syariah* merupakan perusahaan yang bergerak dibidang keuangan dan segala aktivitasnya selalu berkaitan dengan keuangan yang didasarkan pada prinsip *syariah*. Prinsip yang digunakan bank *syariah* sekaligus menjadi pembeda utama dengan bank konvensional, terletak pada *profit sharing* (Wahyoedi, 2019). Secara fungsi, memiliki peran yang kurang lebih sama dengan bank konvensional, yaitu menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat, hanya saja keduanya dibedakan dengan prinsip yang digunakan.

Menurut OJK, Tujuan dan Fungsi Perbankan *Syariah* adalah melakukan kegiatan usahanya berasaskan pada Prinsip *Syariah*, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Perbankan *Syariah* bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Sedangkan fungsi perbankan *syariah* adalah menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat. Bank dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul maal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat. Bank *Syariah* juga dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (*wakif*). Pelaksanaan fungsi sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan *syariah*.

Ada 2 (dua) aktivitas utama pada operasional perbankan *syariah*, yaitu pengumpulan dana/pendanaan (*funding*) dan pembiayaan (*financing*). Produk-produk pendanaan pada bank *syariah*, meliputi: tabungan, giro dan deposito. Sedangkan produk-produk pembiayaan perbankan *syariah* meliputi: pembiayaan berdasarkan prinsip jual beli dengan margin (*murabahah*), pembiayaan berdasarkan prinsip jual beli dengan pembayaran di muka (*salam*), pembiayaan berdasarkan prinsip pesanan (*istishna*), pembiayaan berdasarkan prinsip sewa (*ijarah*), kemitraan (*musyarakah*) dan penyertaan modal (*mudharabah*).

Selain itu, perbankan *syariah* juga menyediakan produk-produk jasa, yang meliputi: pengambilan utang-piutang (*hawalah*), pelimpahan/gadai (*rahn*), pinjaman uang (*qardh*), perwakilan (wakalah), penjaminan (*kafalah*), titipan (*wadiah*). Produk-produk tersebut memberikan sumbangsih yang besar pada peningkatan aset perbankan *syariah*.

Berdasarkan laporan yang dibukukan oleh Otoritas Jasa Keuangan terdapat 13 institusi bank umum *syariah* yang eksis di Indonesia, dengan jumlah kantor sebanyak 2.007. Total aset bank syariah meningkat dari tahun 2018 hingga tahun 2022. Pada tahun 2018 aset sejumlah Rp. 316.691 Miliar. Hingga akhir tahun 2022, total aset bank umum syariah sebesar Rp. 531.860 Miliar. (Otoritas Jasa Keuangan, 2023).

Peningkatan aset bank umum syariah terus bertambah dari tahun ke tahun. Tren pertumbuhan dan peningkatan aset bank umum syariah ini merupakan salah satu potensi besar bagi perekonomian nasional. Oleh karena itu, penting bagi bank umum syariah mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas dan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap eksistensi dan perkembangannya. Tujuannya jelas, bukan hanya dalam konteks mengaktualisasikan prinsip syariah dalam perekonomian dalam ajaran agama semata. Tapi juga dalam rangka peningkatan perekonomian nasional yang ditujukan untuk kemakmuran rakyat.

Salah satu aspek penting yang perlu terus diperhatikan oleh bank syariah adalah mengenai faktor yang mempengaruhi pertumbuhan asetnya. Salah satu aspek yang mempengaruhi aset bank *syariah* adalah dana dari pihak ketiga. Dana pihak ketiga adalah dan yang bersumber dari masyarakat dalam bentuk tabungan, deposito berjangka dll. Preferensi masyarakat dalam menentukan bank *syariah* sebagai pilihan untuk diberikan amanat (Rohadatul Aisy & Mawardi, 2017) sebagai lembaga keuangan sangat penting untuk diperhatikan agar dapat menarik nasabah yang lebih luas dan meningkatkan loyalitas nasabah yang sudah terdaftar.

Perkembangan aset dan jumlah kantor yang cukup pesat merupakan kemajuan yang baik terhadap popularitas Perbankan *Syariah* di DIY. Namun menurut Dhani Gunawan (2015), selaku Direktur Perbankan *Syariah* OJK Yogyakarta, mengungkapkan bahwa terdapat beberapa masalah yang menjadi tantangan dan perlu diatasi oleh perbankan *syariah*.

Pertama, pemahaman dan tingkat melek ilmu bank *syariah* masih rendah. Kedua, bank *syariah* masih memiliki produk yang cenderung kurang variatif dan menjadi pilihan sulit bagi masyarakat serta belum memiliki kemudahan melalui teknologi perkembangan zaman. Akses perbankan *syariah* masih kurang pada sektor-sektor tertentu, khususnya infrastruktur. Ketiga, perlunya peningkatan pengawasan pada pengelolaan dana bank *syariah*. Tantangan tersebut perlu dijawab oleh bank *syariah*. Salah satunya adalah dengan terus melakukan peningkatan kualitas. Hal ini diharapkan mampu menambah jumlah nasabah serta meningkatkan kepuasan maupun loyalitas nasabah yang sudah tergabung dalam bank *syariah*.

Dengan alasan tersebut, peneliti mencoba melakukan penelitian untuk melihat dan memaparkan relasi antara aset dan DPK perbankan *syariah* dengan tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah. Hal ini kemudian dipersempit pada kajian yang diarahkan, sebagaimana yang dimaksud pada rumusan masalah.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana relasi antara aset dan DPK perbankan *syariah* dengan kepuasan dan loyalitas nasabah di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Untuk menjelaskan bagaimana relasi antara aset dan DPK perbankan *syariah* dengan kepuasan dan loyalitas nasabah di Yogyakarta

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang relasi antara aset dan DPK perbankan *syariah* dengan kepuasan dan loyalitas nasabah. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama. Adapun manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yaitu, manfaat secara teoritis dan praktis.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan terutama dalam memahami dimensi relasi antara aset dan DPK perbankan *syariah* dengan kepuasan dan loyalitas nasabah yang dapat memberikan bahan bacaan yang bermanfaat bagi mereka. Selain itu, manfaat lainnya adalah sebagai pengetahuan bagi peneliti selanjutnya untuk dikembangkan lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan bagi perbankan *syariah* dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan penyesuaian antara aset dan DPK yang diselaraskan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah.

E. Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dipahami, maka peneliti dalam penelitian ini memberikan gambaran tentang struktur pembahasan dalam penelitian ini.

BAB I Pendahuluan. Bab ini berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Latar belakang berisi tentang alasan mengapa penelitian ini dilaksanakan. Rumusan masalah berisi tentang inti dari permasalahan yang akan diselesaikan dalam penelitian ini. Tujuan penelitian ini dibuat berdasarkan dengan latar belakang dan rumusan masalah, sedangkan manfaat penelitian berisi manfaat dari penelitian ini yang diharapkan dapat didapatkan oleh berbagai pihak yang memiliki kaitan erat dalam tujuan penelitian serta pengembangan akademik, baik secara teoritis maupun praktis. Sistematika penulisan merupakan urutan atau metode yang dilakukan dalam proses penyesuaian penelitian yang terdiri dari bab dan sub bab.

BAB II Kerangka Teori pada bab ini terdapat 2 sub bab yaitu telaah pustaka dan kerangka teori. Telaah pustaka dalam penelitian ini berisikan hasil

dari penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dan dapat digunakan sebagai pendukung pada penelitian ini. Sedangkan dalam kerangka teori terdapat teori-teori yang mendukung penelitian ini.

BAB III Metode Penelitian. Dalam bab ini terdapat tata cara yang digunakan dalam melaksanakan penelitian untuk menjawab rumusan masalah penelitian yang telah dibuat sebelumnya. Bab ini terdiri dari beberapa pembahasan yaitu desain penelitian, lokasi penelitian, waktu penelitian, objek & subjek penelitian, populasi & sampel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, serta teknik analisis data yang diperlukan dalam penelitian.

BAB IV Analisis Data dan Pembahasan. Bab ini berisikan tentang hasil dan pembahasan yang di dapatkan dalam penelitian. Secara keseluruhan bab ini membahas tentang data yang telah didapatkan dari metode pengumpulan data yang telah dilakukan, analisis serta rumusan masalah yang menjadi fokus dalam penelitian ini.

BAB V Penutup. Pada bab ini terdapat kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisikan tentang penjelasan singkat hasil dari penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Sedangkan pada bagian saran terdapat beberapa masukan yang ditujukan untuk memberikan rekomendasi kepada penelitian selanjutnya.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Telaah pustaka adalah kajian terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian seorang peneliti. Telaah pustaka dilakukan guna mengetahui apakah penelitian tersebut pernah dilakukan atau belum. Selain itu, untuk mengetahui perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan. Peneliti menemukan beberapa penelitian yang pernah dilakukan yang berkaitan dengan kepuasan dan loyalitas nasabah perbankan syariah.

(Moosa & Kashiramka, 2023) yang berjudul “*Objectives of Islamic Banking, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: Empirical Evidence from South Africa*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara tujuan perbankan Islam, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dalam konteks Afrika Selatan. Penelitian ini juga mengeksplorasi hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan teknik purposive dan snowball sampling dan menghasilkan 163 responden. Penelitian ini dianalisis menggunakan model persamaan struktural berdasarkan metode *partial least square*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruk yang berhubungan dengan aset dan DPK perbankan syariah mempengaruhi kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Selain itu, kepuasan nasabah juga ditemukan mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap bank.

(Haron & Subar, 2020) yang berjudul “*Service Quality of Islamic Banks: Satisfaction, Loyalty and the Mediating Role of Trust*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh model PAKSERV terhadap kepuasan, loyalitas dan kepercayaan nasabah pada bank syariah Malaysia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data berupa kuesioner. Data dianalisis menggunakan model persamaan struktural melalui analisis faktor eksplorasi, analisis faktor konfirmatori. Analisis dari model struktural menggunakan AMOS 23 dan SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan hubungan positif dimensi PAKSERV kualitas layanan, kepuasan

pelanggan, loyalitas pelanggan dan peran mediasi kepercayaan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini memberikan bukti baru tentang bagaimana kepercayaan dapat bertindak sebagai mediasi parsial pada hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dalam konteks budaya perbankan Islam di Malaysia.

(Yilmaz, Ari, & Gurbuz, 2018) yang berjudul “*Investigating the Relationship Between Service Quality Dimensions, Customer Satisfaction and Loyalty in Turkish Banking Sector: An Application of Structural Equation Model*”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji struktur dimensi layanan SERVQUAL terkait perbankan dengan analisis faktor konfirmatori orde pertama dan orde kedua. Menggambarkan hubungan antara persepsi mengenai layanan yang diberikan oleh bank dan tingkat kepuasan secara keseluruhan terhadap bank. Penelitian ini menggunakan analisis model persamaan struktural (SEM). Hasil penelitian ini bahwa kepercayaan yang diilhami oleh bank, kehandalan layanan mereka dan penampilan fisik dan aksesibilitas bank semuanya berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

(Asnawi, Sukoco, & Fanani, 2020) yang berjudul “*The Role of Service Quality Within Indonesian Customer Satisfaction and Loyalty and Its Impact on Islamic Banks*”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris *Muslim Consumer Services Quality* (MCSQ) dan untuk menguji pengaruh mediasi *Muslim Consumer Satisfaction* (MCS) terhadap hubungan antara MCSQ dan *Muslim Consumer Loyalty* (MCL) di bank syariah Indonesia. Hipotesis yang diajukan diuji dengan mengumpulkan data dari 280 nasabah Islam Indonesia. Data yang terkumpul diuji dengan menggunakan PLS-Graph 3.0. Penelitian ini menunjukkan bahwa MCSQ (terdiri dari nilai-nilai Islam, kepatuhan syariah, kejujuran, kerendahan hati, kemanusiaan dan kepercayaan) secara positif mempengaruhi MCS dan MCL secara signifikan. Selanjutnya, hasil menunjukkan bahwa MCS secara parsial memediasi pengaruh MCSQ pada MCL.

(Alnaser, Ghani, & Rahi, 2018) yang berjudul “*Service Quality in Islamic Banks: The Role of PAKSERV Model, Customer Satisfaction and Customer Loyalty*”. Dalam industri yang berorientasi layanan, sangat sulit untuk menetapkan aturan standar untuk memuaskan pelanggan. Sebagai kesadaran pelanggan meningkat pada layanan yang ditawarkan oleh bank, harapan dari layanan kualitas juga meningkat. Kualitas layanan dalam industri perbankan memegang peranan penting dalam mengukur kinerja perbankan. Dengan demikian, penelitian ini mengkaji model PAKSERV untuk mengukur kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah Bank Islam di Palestina. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner dan menghasilkan 482 responden. Model persamaan struktural (SEM) digunakan untuk mengukur hipotesis hubungan antara konstruksi yang diusulkan. Temuan statistik mengungkapkan bahwa model PAKSERV berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah pada bank *syariah* Palestina. Hasil juga mengungkapkan bahwa dalam konteks model PAKSERV adalah yang paling sesuai dan memiliki kekuatan prediksi kualitas layanan di industri perbankan Palestina. Temuan penelitian ini akan sangat membantu bagi para manajer dan pembuat kebijakan untuk meningkatkan kualitas layanan di bank *syariah* Palestina.

(Alam & Al-Amri, 2020) berjudul “*Service Quality perception and Customer Satisfaction in Islamic Banks of Oman*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dimensi mana yang mempengaruhi kepuasan pelanggan lebih memperhatikan dimensi lain yang dipilih untuk penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data berupa kuesioner kepada 100 nasabah bank *syariah*. Teknik pengambilan sampel stratifikasi acak digunakan untuk pengumpulan data, data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan teknik korelasi dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan tepat waktu pelayanan yang diberikan oleh petugas perbankan memiliki nilai rata-rata 4,57%, kesiapan petugas bank dalam melayani nasabah memiliki nilai rata-rata 4,36% dan keamanan operasional perbankan memiliki nilai rata-rata 4,37%. Hasil penelitian

mengungkapkan bahwa ketiga dimensi kualitas pelayanan diwakili oleh *Services Reliability*, *Services Responsiveness* dan *Services Keamanan* memiliki korelasi positif dan signifikan dengan kepuasan pelanggan. Hasil regresi juga menunjukkan bahwa ketiga dimensi tersebut mempengaruhi kepuasan nasabah bank *syariah*.

(Fusva dkk., 2020) berjudul "*Loyalty Formation and Its Impact on Financial Performance of Islamic Banks - Evidence from Indonesia*". Penelitian ini bertujuan untuk menguji pembentukan loyalitas, termasuk kualitas layanan, nilai yang dirasakan, citra dan kepuasan sebagai penentu, dan pengaruhnya terhadap kinerja keuangan bank *syariah*. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan dari hasil kuesioner dari 280 nasabah bank *syariah* di Indonesia dan data kinerja keuangan bank dari laporan keuangan bank. Menggunakan model partial least square untuk menilai hubungan antara loyalitas, determinannya dan pengaruh terhadap kinerja keuangan bank. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah terhadap bank *syariah* paling dipengaruhi oleh kualitas layanan yang dirasakan dan nilai yang dirasakan. Pentingnya loyalitas nasabah dalam mempengaruhi kinerja keuangan bank dan pengaruh tidak langsung kepuasan nasabah terhadap kinerja keuangan melalui loyalitas nasabah.

(Khan, Ali, Puah, Amin, & Mubarak, 2023) berjudul "*Islamic bank customer satisfaction, trust, loyalty and word of mouth: the CREATOR model*". Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dua tujuan utama. Pertama, penelitian ini mengkaji pengaruh dari modifikasi dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank *syariah* menggunakan kepatuhan, kehandalan, empati, model jaminan, nyata, efisiensi operasional, daya tanggap. Kedua, penelitian ini mengeksplorasi hubungan antara kepuasan pelanggan, kepercayaan, loyalitas dan word of mouth (WOM) di perbankan *syariah* Pakistan. Model yang diusulkan dianalisis menggunakan pendekatan berbasis PLS-SEM. Sebanyak 312 tanggapan yang dapat digunakan digunakan untuk analisis data. Hasil menunjukkan bahwa semua dimensi CREATOR memiliki

dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah bank *syariah*. Demikian pula, penelitian ini juga menemukan hubungan positif yang signifikan antara kepuasan pelanggan, kepercayaan, loyalitas dan WOM. Secara keseluruhan, penelitian ini memodifikasi mapan kerangka kualitas layanan dengan berhasil menerapkan model CREATOR di perbankan *syariah*.

(Kashif, Wan Shukran, Rehman, & Sarifuddin, 2015) berjudul “*Customer satisfaction and loyalty in Malaysian Islamic banks: a PAKSERV investigation*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dampak tindakan PAKSERV terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam konteks perbankan Islam Malaysia. Dimensi skala PAKSERV diperiksa dengan analisis faktor konfirmasi. Pendekatan survei diadopsi untuk mengumpulkan data dari 300 perbankan *syariah* pelanggan di Kuching, Malaysia. Hasil mengungkapkan model yang sangat cocok untuk skala PAKSERV dalam konteks budaya kolektifis Malaysia. Semua dimensi PAKSERV divalidasi kecuali reliabilitas. Masalah ketidakabsahan dari dimensi kehandalan dalam konteks perbankan Islam dijelaskan oleh literatur yang ada. Bank *syariah* direkomendasikan untuk fokus pada semua skala PAKSERV dimensi untuk memberikan kualitas layanan. Mengingat pengaturan budaya kolektifis, "pemasaran jaringan" pendekatan direkomendasikan untuk mempertahankan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan yang diinginkan.

(Manik, 2019) berjudul “*Customer Satisfaction and Loyalty in Islamic Banking: The Role of Quality, Economic, and Image*”. Abstrak. Studi ini dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh kualitas layanan, ekonomi, dan citra dalam menentukan kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap Bank *Syariah*. Sesuai dengan ketentuan DSN-MUI Bank *Syariah* wajib menjalankan usahanya berdasarkan *syariah* prinsip. Melayani nasabah secara maksimal merupakan salah satu bentuk penerapan prinsip *syariah* dalam berbisnis etika. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 280 nasabah bank *syariah* di dua kota, Medan dan Bandung. Penelitian ini menggunakan Persamaan Struktural Partial Least Square Model (PLS-SEM). Hasil analisis

data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (diukur dengan tangible, jaminan, empati, dan daya tanggap) merupakan penentu penting kepuasan pelanggan dan loyalitas. Citra tidak berpengaruh terhadap loyalitas, dan berpengaruh pada kepuasan. Dari perspektif manajerial, penelitian ini memberikan panduan bagi manajer bank *syariah* selain itu memberikan kualitas layanan yang tinggi, mereka juga harus efisien serta memiliki citra yang baik sebagai strategi penting untuk memajukan keunggulan kompetitif bank mereka. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan melalui peningkatan pelayanan kepada pelanggan dan membentuk citra yang baik di masyarakat karena dapat menjadi sinyal positif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Dari penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, perbedaan penelitian ini dengan terdahulu terletak pada lokasi penelitian dan variabel penelitian. Variabel dalam penelitian ini aset, DPK, Kepuasan dan Loyalitas. Perbedaan pada penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel aset dan DPK.

B. Kerangka teori / Landasan Teori

1. Aset dan Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah

Berdasarkan UU Perbankan Syariah nomor 21 tahun 2008, yang dimaksud dengan Bank Umum Syariah adalah badan usaha yang menghimpun dana dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali dalam bentuk kredit ke masyarakat. Berbeda dengan Bank Umum konvensional, Bank Umum *Syariah* melakukan kegiatan usaha berbentuk jasa menggunakan prinsip syariah.

Sebagai sebuah badan usaha, tujuan bank umum syariah adalah untuk memperoleh profit secara maksimal. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Annisa dan Laila Widya Sari, *Return of Asset Bank Umum Syariah* masih mengalami fluktuasi. Fluktuasi tersebut akan berdampak pada penilaian kerja pada Bank Umum Syariah (Annisa & Sari, 2023)

ROA merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat kinerja perusahaan. Selain itu, juga untuk mengukur rasio profitabilitas

terhadap efektivitas perusahaan. Secara sederhana, ROA adalah rasio laba ditambah pajak dengan total aset yang tersedia (Widhiasti, 2021). Bank Umum Syariah harus mampu mengelola perusahaan secara efektif untuk meningkatkan profitabilitasnya. Semakin tinggi ROA pada BUS, maka hal tersebut menunjukkan tata kelola keuangan yang semakin baik.

Pertumbuhan dana pihak ketiga dan total aset Bank Umum Syariah pada tahun 2015 hingga 2019 menunjukkan peningkatan bank syariah dalam hal kinerja. Kinerja BUS dalam hal menumbuhkan dana pihak ketiga dan total aset, salah satunya, dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Sebab kualitas pelayanan yang kurang baik, termasuk strategi dan manajemen bisnis berbasis risiko, akan berdampak pada profitabilitas pada BUS.

ROA merupakan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas bank. Sedangkan faktor penting dan berpengaruh terhadap profitabilitas BUS adalah total aset. Sebagai badan usaha, aset merupakan hal penting untuk dikelola dengan optimal oleh BUS agar dapat memberikan dampak positif terhadap perekonomian perusahaan. Aset merupakan sumber daya yang ada dan dikuasai serta dapat dikelola oleh perusahaan guna memperoleh manfaat positif dalam aktivitas ekonomi (Indra, Handayani, & Wafiyah, 2022). Selain itu, profitabilitas BUS juga dipengaruhi oleh dana pihak ketiga, yaitu dana yang diperoleh dari masyarakat dalam bentuk tabungan, giro dan atau deposito. Penurunan aset dan dana pihak ketiga akan menurunkan profitabilitas BUS (Annisa & Sari, 2023)

Berdasarkan laporan perkembangan keuangan syariah Indonesia, profitabilitas perbankan syariah mengalami peningkatan dari tahun 2018 sebesar 1.59% menjadi 1.83% pada tahun 2019. Menurut laporan tersebut, peningkatan ini terutama dipengaruhi oleh meningkatnya pembiayaan dan efisiensi perbankan. Bahkan, sepanjang 2019, OJK terus memberi dorongan kepada perbankan syariah untuk meningkatkan penguatan pemodalannya guna melakukan ekspansi usaha.

Dengan demikian, aset dan dana pihak ketiga merupakan elemen penting dalam rangka keberlanjutan usaha Bank Umum Syariah. Salah satu hal yang perlu dilakukan oleh BUS dalam rangka peningkatan aset dan pendanaan dari pihak ketiga adalah dengan meningkatkan kualitas serta keunikan pada perusahaan. Peningkatan kualitas layanan dan upaya peningkatan loyalitas nasabah perbankan syariah merupakan salah satu bagian penting dalam *roadmap* strategis OJK. Bentuk dukungan konkrit yang diberikan OJK terhadap upaya perluasan usaha perbankan syariah adalah dengan diterbitkannya POJK nomor 28 tahun 2019. Tujuannya adalah untuk mendukung produk dan layanan agar perbankan syariah tidak kalah saing dengan perbankan konvensional.

Aset merupakan hal penting bagi BUS dalam meningkatkan profitabilitas. Dalam rangka meningkatkan aset, BUS harus mampu meningkatkan pembiayaan. Salah satunya adalah dari dana pihak ketiga. Dengan demikian, aset dan dana pihak ketiga merupakan bagian penting yang harus diperhatikan oleh BUS. Peningkatan aset dan pembiayaan dari dana pihak ketiga juga harus memperhatikan faktor yang mempengaruhinya. Oleh karena itu, melalui POJK nomor 28 tahun 2019, OJK mendorong perbankan syariah untuk memperluas usaha dengan meningkatkan layanan perbankan demi menunjang loyalitas nasabah.

2. Relasi

Secara umum, relasi dapat dipahami sebagai hubungan yang dibangun untuk mencapai suatu tujuan oleh dua pihak atau lebih. Pengertian relasi dalam ilmu sosial, berarti hubungan antara dua orang atau lebih. Sedangkan dalam ilmu matematika, relasi dipahami sebagai hubungan yang terjadi antar elemen himpunan. Relasi merupakan penggambaran hubungan atau keterkaitan pada suatu ikatan antar anggota dalam suatu himpunan

Relasi adalah hubungan antar sesama atau hasil interaksi antar individu dalam kehidupan sosial. Hubungan jenis ini merupakan jenis hubungan timbal

balik yang berlaku antara satu individu dengan individu lainnya, serta saling mempengaruhi satu sama lain. Menurut Michener & Delamater (dalam Hidayati, 2014) Adapun tahapan terjadinya hubungan adalah; *zero contract*, *awarness* dan *mutually*.

Relasi, secara definisi, banyak ditemukan pada ilmu-ilmu sosial. Dalam ilmu sosial, relasi dipahami sebagai hubungan yang terjadi antar individu pada suatu lingkungan masyarakat. Hubungan tersebut, ketika berlangsung dalam waktu yang lama akan membentuk pola interaksi dalam masyarakat. Pola relasi sosial terdiri dari dua macam, yaitu Relasi Sosial Asosiatif dan Relasi Sosial Dissosiatif (Astuti, 2012).

Dari definisi yang diadopsi dari perspektif sosial, maka relasi dapat dipahami sebagai suatu hubungan yang terjalin. Hubungan tersebut terjalin dan membentuk suatu pola tertentu. Baik yang bersifat hubungan timbal balik dan juga dapat bersifat, salah satu mempengaruhi yang lain dalam hubungan tersebut.

Relasi Simbolik adalah segala hal yang saling berhubungan dengan pembentukan makna dari suatu benda atau lambang atau simbol, melalui proses komunikasi baik sebagai pesan verbal maupun perilaku non-verbal dan tujuan akhirnya adalah memaknai lambang atau symbol tersebut berdasarkan kesepakatan bersama yang berlaku di wilayah atau kelompok komunitas masyarakat tertentu.

Relasi juga dapat dipahami secara sederhana dalam arti hubungan yaitu, suatu interaksi yang berlaku antara dua objek atau lebih. Relasi merupakan hubungan yang dihasilkan dari sebuah hasil interaksi. Jadi, relasi harus terdiri dari dua organ/elemen atau lebih. Adanya relasi pada suatu hal, menandakan ada hubungan timbal balik antar elemen tersebut. Baik hubungan bersifat negatif, netral ataupun positif.

3. Aset dan DPK Perbankan Syariah

Undang-Undang RI Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan *Syariah* menyebutkan bahwa perbankan *syariah* bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Pemerataan kesejahteraan yang dimaksud diwakili oleh indeks gini. Indeks gini merupakan suatu angka yang menggambarkan tingkat kesenjangan kesejahteraan masyarakat negara. Semakin besar angka pada indeks gini maka semakin besar pula tingkat kesenjangan kesejahteraan masyarakat dan begitupula sebaliknya.

Menurut (Syafriada & Abror, 2011) Peningkatan aset perbankan *syariah* dipengaruhi oleh banyak faktor yang secara umum dapat diklasifikasikan menjadi faktor internal dan faktor eksternal. DPK (Dana Pihak Ketiga) merupakan salah satu yang termasuk dalam faktor internal, sedangkan faktor eksternal dipengaruhi oleh jumlah *office chaneling* dan jumlah uang beredar.

Dalam PSAK No. 16 Tahun 2011 disebutkan bahwa aset adalah semua kekayaan yang dimiliki oleh perorangan atau perusahaan baik terwujud atau tidak terwujud yang bernilai dan dapat mendatangkan manfaat bagi perorangan atau perusahaan.

Aset adalah suatu kekayaan yang berwujud ataupun tidak berwujud yang memiliki nilai ekonomis, komersil, dan nilai tukar dimiliki pribadi atau instansi untuk membantu tercapainya tujuan (Sutarto, 2005).

Adapun dana pihak ketiga adalah dana bersumber dari dana masyarakat. Masyarakat yang dimaksud dapat berasal dari perorangan, juga dari badan usaha. Dana tersebut diperoleh bank menggunakan instrumen berupa produk simpanan yang dimiliki bank. Biasanya, dana pihak ketiga dikenal dengan istilah, dana masyarakat. Jadi, dana pihak ketiga dapat dipahami sebagai dana yang dihimpun oleh bank yang berasal dari masyarakat.

Pertumbuhan aset pada perbankan *syariah* juga dipengaruhi oleh dana dari nasabah, sedangkan nasabah memiliki potensi untuk beralih ke bank lain

apabila kepentingannya dan kebutuhannya tidak terakomodir oleh bank *syariah*. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan bank *syariah* harus diselaraskan dengan kebutuhan dan kepentingan nasabah agar dapat menumbuhkan dan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah yang terus menerus diperoleh dari bank *syariah*, yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah itu sendiri.

Tabel 2. Perkembangan Perbankan Syariah

Indikator Kinerja	2018	2019	2020	2021	2022
Aset (Miliar)	477.327	524.564	593.948	676.735	782.100
DPK (Miliar)	371.828	416.558	465.977	536.993	606.063

Sumber : Statistik Perbankan Syariah Tahun 2018-2022

Dapat dilihat pada tabel diatas, pertumbuhan perbankan *syariah* pada tahun 2018-2022 menunjukkan bahwa perbankan *syariah* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang positif. Aset perbankan *syariah* pada tahun 2018 sebesar 477.327 Miliar rupiah, meningkat secara terus-menerus hingga desember tahun 2022 sebesar 782.100 Miliar rupiah.

Tingginya pertumbuhan pada aset perbankan *syariah* di Indonesia juga diiringi dengan meningkatnya pembiayaan berupa dana pihak ketiga yang terdiri dari giro, deposito, dan tabungan. DPK perbankan *syariah* menunjukkan dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan, dimulai dari tahun 2018 dengan DPK sebesar 371.828 Miliar rupiah hingga pada desember 2022 dengan DPK sebesar 606.063 Miliar rupiah. Sehingga dari tahun ke tahun DPK meningkat secara positif bagi perkembangan bank *syariah* di Indonesia.

Salah satu faktor sumber pendapatan utama bank *syariah* yaitu aset dalam bentuk pembiayaan, jika semakin minim dana yang disalurkan dalam bentuk pembiayaan berarti semakin rendah pula pertumbuhan aset yang diperoleh bank. Lembaga keuangan yang dipercaya oleh masyarakat saat ini

adalah perbankan *syariah*, sehingga akan semakin banyak dana pihak ketiga yang ditempatkan di perbankan *syariah*.

4. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian kepuasan nasabah

Menurut Nur Rianto (2010), nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Menurut Undang-Undang Perbankan *Syariah* No.21 Tahun 2008, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank *syariah* dan/atau UUS. Nasabah terbagi menjadi tiga kategori, yaitu nasabah penyimpanan, nasabah investor, dan nasabah penerima fasilitas.

Kotler dan Keller, sebagaimana dikutip (Ruslim & Rahardjo, 2016) mendefinisikan kepuasan nasabah sebagai perasaan senang pada seseorang. Perasaan tersebut hadir setelah dilakukan perbandingan kinerja pelayanan dengan harapan. Kepuasan merupakan hasil yang diperoleh seseorang setelah membandingkan antara harapan dengan hasil yang dirasakan. Jika harapan baik berbanding lurus dengan hasil pelayanan yang diterima, maka akan hadir rasa puas dari seseorang tersebut. Namun, jika berbanding terbalik, maka akan memunculkan rasa kecewa.

Kepuasan atas suatu barang/jasa yang diterima atau dibeli, berpengaruh terhadap konsumen sebagai pertimbangan dalam memutuskan untuk melakukan pembelian produk setelah pembelian tersebut. Jika seseorang merasa puas atas suatu produk/jasa, seseorang akan melakukan pembelian kembali. Sebaliknya, jika seseorang merasa kecewa atau tidak puas atas suatu produk/jasa, maka hal tersebut akan berpengaruh bagi seseorang, dan kemungkinan besar tidak akan mengulangi pembelian.

Menurut Supranto (2001), bahwa aspek kepuasan konsumen adalah ketanggapan pelayanan (*responsiveness of service*), kecepatan transaksi (*speed of transaction*), keberadaan pelayanan (*availability of service*), profesionalisme, kepuasan menyeluruh dengan jasa atau pelayanan (*over all*

satisfaction with service). Lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.

Salah satu tujuan utama perusahaan khususnya perusahaan jasa (bank) adalah menciptakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah sebagai hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk/jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk/jasa tersebut. Apabila keinginan yang diterimanya lebih besar daripada harapannya, maka nasabah akan merasa puas, sebaliknya jika kinerja yang diberikan dari pemakaian produk/jasa tersebut kecil daripada apa yang diharapkannya maka nasabah merasa tidak puas.

Kepuasan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan nasabah.

b. Indikator kepuasan

Terdapat enam indikator yang dapat digunakan untuk menilai kepuasan. Enam indikator tersebut adalah; Kualitas produk, pelayanan, emosional, harga, lokasi dan biaya. Lupiyoadi memberikan penjelasan masing-masing indikator sebagai berikut.

Pertama, Suatu produk dapat dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Jika produk tersebut berkualitas bagi konsumen, maka akan menghadirkan kepuasan dalam memanfaatkan produk tersebut. *Kedua*, kualitas pelayanan yang mampu menciptakan kepuasan konsumen/*costumer* adalah ketika pelayanan tersebut sesuai dengan harapan. *Ketiga*, perasaan puas dari konsumen diperoleh apabila seseorang memberikan pujian pada nasabah atas produk yang digunakan. *Keempat*, pemilihan lokasi dapat menjadi salah satu faktor penting bagi

kelangsungan suatu usaha. Adanya pemilihan lokasi yang baik juga ditentukan oleh kemampuan adaptasi dari pelaku usaha, dan. *Kelima*, seseorang cenderung dapat merasakan kepuasan atas suatu produk jika dalam memperoleh produk tersebut, tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan dan pelayanan dalam waktu yang relatif cepat.

c. Kepuasan nasabah dalam perspektif Islam

Dalam ilmu ekonomi Islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan Qana'ah. Qana'ah mencerminkan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun batiniah. Kepuasan dalam Islam mendorong seseorang konsumen muslim bersikap adil (Muflih, 2006). Konsep kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur (Zulfa, 2010).

Dalam perspektif Islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan nasabah adalah standar *syariah*. Kepuasan nasabah dalam pandangan *syariah* adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai *syariah* dengan kenyataan yang diterima.

Kepuasan menurut Islam harus mempertimbangkan beberapa hal berikut (Muflih, 2006):

1. Barang atau jasa yang dikonsumsi harus halal
2. Dalam mengonsumsi barang atau jasa tidak berlebih-lebihan
3. Tidak mengandung riba

Menurut Qardhawi, sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan:

1. Sifat jujur

Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh karyawan yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan pada sabda Rasulullah SAW, yang artinya:

“Dari Abu Bakar Ash-Shiddiq ia berkata, Rasulullah SAW bersabda: wajib atasmu berlaku jujur, karena jujur itu bersama kebaikan, dan keduanya si surga. Dan jauhkanlah dirimu dari dusta, karena dusta itu bersama kedurhakaan, dan keduanya di neraka.”

2. Sifat amanah

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga maupun yang lainnya. Dalam sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan atau nasabah, dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya kepada pelanggan. Dengan demikian nasabah dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih produk atau jasa tersebut.

Rasulullah SAW bersabda dalam hadistnya yang diriwayatkan dari Anas bin Malik RA:

Artinya: “Tidak sempurna keimanan bagi orang yang tidak amanah, dan tidak sempurna agama seseorang bagi yang tidak memenuhi janji” (HR Ahmad)

5. Loyalitas Nasabah

a. Pengertian Loyalitas

Loyalitas pelanggan terkait erat dengan janji untuk memegang teguh komitmen sebagai dasar kontinuitas dan relasi. Loyalitas dalam pengertian ini biasanya terjadi pada konteks pemasaran jasa. Realisasi atas loyalitas seperti ini dapat dilihat pada pembelian yang berkelanjutan pada penyedia jasa.

Loyalitas adalah komitmen yang diberikan oleh seseorang/konsumen pada sebuah perusahaan atau pada suatu merek tertentu yang dilandasi dari sikap positif. Loyalitas tercermin pada pembelian yang berlangsung secara berulang. Pelanggan yang memiliki loyalitas tinggi memiliki potensi menjadi

salah satu media promosi. Loyalitas juga mungkin ditujukan pada produk dan jasa yang diberikan oleh sebuah perusahaan.

Loyalitas yang dimiliki oleh konsumen, banyak dikaitkan dengan perilaku dibandingkan dengan sikap. Konsumen akan melakukan pembelian yang termasuk dalam definisi pembeli berulang apabila konsumen loyal terhadap sesuatu. Setiap produsen memimpikan dapat membangun hubungan yang baik dengan konsumen, bahkan seringkali menjadi salah satu kunci sukses dalam jangka panjang (Mashuri, 2020)

Pelanggan yang loyal atau setia adalah seseorang yang melakukan pembelian ulang dari perusahaan yang sama, memberitahukan kepada konsumen potensial lain dari mulut ke mulut (Evandan Laskin dalam Sugiharto, 2007).

Nasabah yang setia adalah nasabah yang puas dengan produk tertentu sehingga mereka mempunyai antusias untuk merekomendasikan kepada siapapun yang mereka kenal. Nasabah yang loyal juga menunjukkan kesetiaan mereka dengan membeli produk-produk lainnya dari perusahaan atau bank yang sama.

b. Aspek dalam mengukur loyalitas

(Mashuri, 2020) menyatakan ada empat aspek dalam pengukuran loyalitas, yaitu: Melakukan pembelian ulang secara teratur, yaitu pelanggan yang merasa puas dengan produk atau jasa yang dibelinya akan melakukan pembelian kembali.

- 1) Membeli secara antar lini produk dan jasa, yaitu selain melakukan pembelian produk dan jasa utama pelanggan juga membeli produk lain yang terdapat di perusahaan.
- 2) Merekomendasikan kepada orang lain, yaitu memberikan rekomendasi kepada orang lain mengenai pembelian produk dan jasa pada perusahaan tersebut.

- 3) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing, yaitu pelanggan tidak mudah beralih pada perusahaan lain yang menawarkan produk atau jasa serupa.

c. Loyalitas dalam Islam

Islam mengenal loyalitas dengan istilah *al-wala'* dengan kandungan beberapa makna atau arti, diantaranya adalah mencintai, menolong, atau mendekatkan diri pada sesuatu. Secara konsep, *al-wala'* berarti ketundukan kepada Allah SWT yang diwujudkan dalam pelaksanaan syariat Islam. Menurut Zulfa, sebagaimana dikutip dari (Mashuri, 2020), apabila muamalah mampu mendatangkan manfaat dan saling menguntungkan serta terpenuhinya hak dan kewajiban para pihak, maka loyalitas dalam Islam dapat dihadirkan.

Al-Wala, menurut Syaikhul Islam Ibnu Taymiyah, berarti (kecintaan/loyalitas/kedekatan) dan *Al-Baraa'ah* (kebenciaan/kejauhan). Yang demikian itu karena hakikat tauhid adalah (dengan) tidak mencintai selain Allah SWT dan mencintai apa yang dicintai Allah karena-Nya. Maka tidak (boleh) mencintai sesuatu kecuali karena Allah dan (juga) tidak membencinya kecuali karena-Nya.

Bukti keimanan seseorang adalah adanya amal nyata dalam kehidupan sehari-hari oleh karena iman bukan sekedar pengakuan kosong belaka tanpa mampu memberikan pengaruh dalam kehidupan seorang muslim. Selain merespon seluruh amal Islami dan menyerapnya ke dalam ruang kehidupannya. Seorang mukmin juga harus selalu loyal dan memberikan *wala-*nya kepada Allah dan Rasul-Nya. Ia harus mencintai dan mengikuti apa yang diperintahkan dan menjauhi seluruh perbuatan yang dilarang.

Loyalitas dalam muamalah ini tidak hanya memperhatikan siapa saja yang memberi keuntungan bagi kita, akan tetapi harus memperhatikan perkara-perkara syar'i yang telah dituntun. Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wa sallam*, Allah *Ta'ala* berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا الْيَهُودَ وَالنَّصَارَىٰ أَوْلِيَاءَ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ وَمَنْ
يَتَوَلَّهُمْ مِنْكُمْ فَإِنَّهُ مِنْهُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menjadikan orang-orang yahudi dan Nasrani sebagai kekasih/teman dekat(mu); sebagian mereka adalah kekasih bagi sebagian yang lain. Barangsiapa di antara kamu menjadikan mereka sebagai kekasih/teman dekat, maka sesungguhnya orang itu termasuk golongan mereka” (QS. al-Maa-idah:51)

Anjuran dalam Islam dalam rangka menjaga loyalitas pelanggan adalah dengan menjaga hubungan antar golongan. Hubungan tersebut dijaga dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik. Hendaknya, penyedia jasa menciptakan hubungan baik dengan pelanggan agar mampu menghadirkan hubungan yang berlangsung dalam rentang waktu yang panjang. Penyediaan pelayanan yang baik diupayakan agar tercipta kesetiaan pelanggan dalam menggunakan jasa tersebut. Loyalitas pelanggan dapat tercermin dari sikap pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan secara berulang dan konsisten.

d. Manfaat Loyalitas

Bagi organisasi terdapat tiga manfaat utama yang berkaitan dengan loyalitas konsumen. Pertama, loyalitas meningkatkan pembelian konsumen. Kedua, loyalitas konsumen menurunkan biaya yang ditanggung perusahaan untuk melayani konsumen. Ketiga, loyalitas konsumen meningkatkan komunikasi yang positif dari mulut ke mulut.

Menurut Griffin, sebagaimana dikutip dari (Mashuri, 2020), sebuah perusahaan akan memperoleh manfaat dengan adanya ekspresi loyal yang ditunjukkan oleh pelanggan. Manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dengan loyalitas tersebut adalah; dapat meminimalisir pembiayaan untuk kegiatan *marketing*, meminimalisir biaya transaksi, mendorong terciptanya perbincangan yang baik yang dapat menjadi media promosi secara luas tanpa diperlukan adanya biaya tambahan promosi.

e. Penggolongan Loyalitas

Menurut Griffin, sebagaimana dikutip dari (Gennie, 2019)), loyalitas dapat dibagi menjadi empat jenis; *pertama* adalah *no loyalty* yang berarti tidak ada loyalitas yang ditunjukkan dari pelanggan; *kedua* adalah *inertia loyalty* yang artinya loyalitas berada pada tingkatan lemah; *ketiga* loyalitas yang tidak terlihat atau tersembunyi, *Latent loyalty*, dan; *keempat* adalah *Premium Loyalty*, yaitu loyalitas premium. Loyalitas jenis keempat ini adalah tingkatan loyalitas yang paling tinggi.

C. Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai dugaan jawaban sementara yang diajukan oleh peneliti untuk menjawab rumusan masalah. Dugaan sementara ini masih harus diverifikasi kebenarannya. Hipotesis dikatakan sebagai jawaban sementara karena sandaran atas jawaban masih sekadar menggunakan landasan teoritis. Jawaban sementara yang berangkat dari asumsi teoritis tersebut perlu dikuatkan dengan fakta berupa data. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah relasi antara aset dan DPK perbankan syariah dengan kepuasan dan loyalitas nasabah di Yogyakarta.

Asset adalah segala bentuk aktiva yang dimiliki oleh perbankan yang dapat dinilai dengan uang. Asset merupakan harta atau kekayaan yang dimiliki, baik yang berwujud maupun tidak berwujud. Barang atau jasa yang dimiliki oleh perbankan dapat dikategorikan sebagai aset apabila memiliki nilai ekonomis, dapat dikomersialisasi dan memiliki nilai tukar yang berguna bagi tercapainya tujuan instansi perbankan syariah.

Dana pihak ketiga merupakan setoran yang dilakukan oleh masyarakat atau badan hukum kepada bank syariah. Setoran dana pihak ketiga tersebut sebagai simpanan pihak ketiga atau masyarakat dalam bentuk tabungan, giro atau deposito. Dana pihak ketiga merupakan dana yang digunakan oleh bank syariah dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga penghimpun dana dari masyarakat.

Kepuasan adalah perasaan yang hadir dalam diri seseorang setelah membandingkan antara ekspektasi (harapan) dengan realita yang diterima atas suatu produk berupa barang maupun jasa. Jika realita yang dialami berbanding lurus dengan harapan, maka perasaan yang hadir adalah rasa puas. Namun jika keduanya berbanding terbalik, maka perasaan yang hadir adalah rasa kecewa. Perasaan kecewa yang diekspresikan oleh nasabah perbankan, bisa jadi sangat merugikan lembaga keuangan ini. Sebab jika kekecewaan tersebut berujung pada penarikan dana dari sebuah bank, maka jumlah simpanan dana pihak ketiga akan berkurang. Sebaliknya, apabila ekspresi tersebut berupa kepuasan, maka besar kemungkinan akan menghadirkan perasaan suka dan loyal yang ditunjukkan oleh nasabah kepada bank.

Loyalitas merupakan hasil dari kepuasan yang ditunjukkan oleh nasabah. Kepuasan tersebut lebih tinggi dari sekedar kepuasan biasa. Loyalitas merupakan sebuah komitmen yang diekspresikan oleh nasabah kepada bank dalam bentuk konsistensi penggunaan produk atau jasa pada bank. Jika nasabah menunjukkan ekspresi loyal, maka nasabah akan melakukan penggunaan produk secara berulang dan melakukan atau mengajak orang lain dalam bentuk promosi untuk menggunakan produk yang ia gunakan.

Aset dan DPK merupakan dua hal penting yang harus dijaga oleh lembaga keuangan berupa perbankan. Tidak terkecuali pada perbankan syariah. Untuk meningkatkan aset dan DPK pada perbankan syariah, maka strategi yang perlu diperhatikan adalah masalah perbaikan kualitas pelayanan pada nasabah. Perbaikan kualitas pelayanan tersebut diharapkan dapat menarik ekspresi kepuasan dan loyalitas pada nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini akan menguji hipotesis dari variabel penelitian sebagai berikut.

H₁: Aset dan DPK perbankan *syariah* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

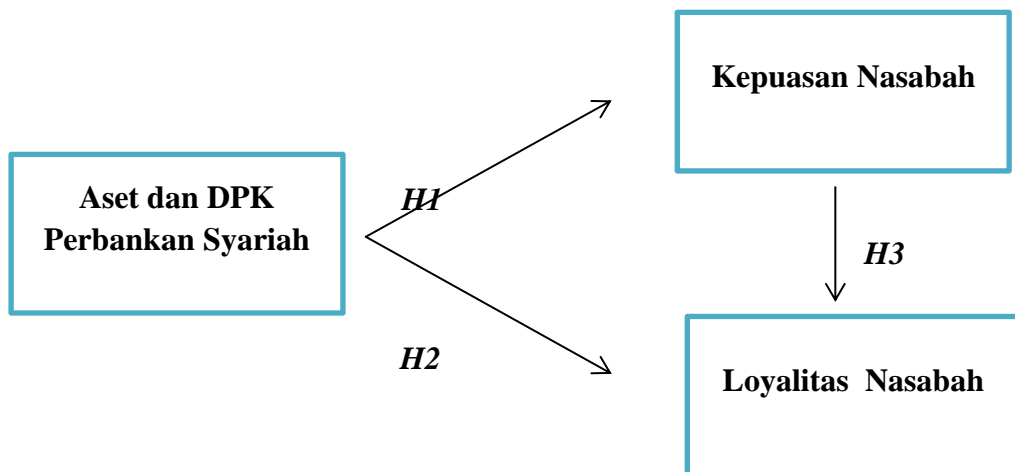
H₂: Aset dan DPK perbankan *syariah* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah

H₃: Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk dijadikan sebagai parameter dalam menentukan adanya relasi antar variabel pada penelitian ini. Jenis relasi yang digunakan untuk melihat relasi variabel tersebut adalah relasi ekuivalen.

D. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam menguraikan secara sistematis pokok permasalahan yang ada dalam penelitiannya. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode deskriptif. Data dikumpulkan menggunakan beberapa instrumen penelitian, kemudian dianalisis menggunakan metode statistik. Metode tersebut dimulai dari mengumpulkan, menata dan menyajikan serta analisis dan melakukan interpretasi data. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*Field Reserch*), yang dilakukan dengan mengumpulkan data informasi yang diperoleh langsung oleh responden nasabah bank *syariah* di Yogyakarta.

B. Lokasi penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi yang dipilih yaitu perbankan *syariah* yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta.

C. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian telah dilaksanakan pada tanggal 10 Oktober s/d 18 Oktober 2023.

D. Objek dan Subjek Penelitian

Objek dalam penelitian ini terkait relasi antara aset dan DPK perbankan *syariah* dengan kepuasan dan loyalitas nasabah. Sedangkan subjek penelitian adalah nasabah bank *syariah* yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah bank *syariah* di Yogyakarta.

2. Sampel

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian populasi saja yang di ambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi. Jika populasi besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya dikarenakan keterbatasan data, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *Sampling Non-Probability* yang mana teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota.

F. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang masuk dalam kualifikasi data primer. Data primer adalah data yang metode pengumpulannya diperoleh peneliti menggunakan instrumen berupa kuisisioner, wawancara dan instrumen lainnya untuk menghubungkan antara data yang dibutuhkan peneliti dengan informasi yang dimiliki oleh informan atau responden. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari responden dengan menggunakan metode observasi langsung dan kuisisioner yang dibagikan kepada nasabah Bank Syariah yang ada di Indonesia.

G. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Peneliti menyebarkan kuisisioner berupa daftar pertanyaan yang diajukan kepada nasabah bank *syariah* di Yogyakarta dan pengguna Bank Syariah di luar wilayah Yogyakarta, yang menjadi responden dalam penelitian ini.

Variabel penelitian yang akan diukur menggunakan Skala Likert, kemudian dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat

berupa pertanyaan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

Adapun pengukuran skala likert dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Linkert

No	Alternatif jawaban	Nilai
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

H. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2010:38) definisi operasional variabel penelitian adalah elemen atau nilai yang berasal dari obyek atau kegiatan yang memiliki ragam variasi tertentu yang kemudian akan ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Definisi operasional variabel adalah penjabaran masing-masing variabel terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Dalam penelitian ini terdiri atas variabel bebas (*independent*) yaitu aset dan DPK perbankan syariah (X), sedangkan variabel terikat (*dependent*) yaitu kepuasan anggota (Y1) dan loyalitas nasabah (Y2).

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator
Aset dan DPK perbankan syariah (X)	Asset Dana pihak ketiga
Kepuasan nasabah (Y1)	<ul style="list-style-type: none"> • Produk yang ditawarkan berkualitas dan tidak mengecewakan • Kualitas yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan • Anggota merasa puas dan bangga bila menggunakan produk • Harga produk yang diberikan relative normal • Anggota tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan dan membuang waktu untuk mendapatkan produk.
Loyalitas nasabah (Y2)	Menurut Jill Griffin (2005: 31)

	1) Melakukan pembelian secara berulang 2) Mereferensikan kepada orang lain 3) Membeli secara antar lini produk dan jasa, 4) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.
--	---

I. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan instrument penelitian berupa angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner adalah serangkaian daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis kemudian diberikan untuk diisi oleh responden. Menurut Sugiyono (2017:142) kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada reponden untuk dijawabnya.

J. Teknik analisis data

Teknik analisis data merupakan aktivitas yang dilakukan setelah mengumpulkan data yang dibutuhkan dari responden atau sumber lain. Teknik analisis data meliputi pengelompokan, tabulasi dan mengubah data menjadi informasi yang diperoleh dari responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada model *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) menggunakan aplikasi SmartPLS (4.0). (SEM) adalah perangkat lunak SEM yang digunakan untuk melakukan analisis, yang terdiri dari dua bagian. Bagian pertama dari analisis mempertimbangkan model pengukuran untuk reliabilitas dan validitas. Setelah itu, analisis kedua mempertimbangkan hasil yang terkait dengan hubungan seperti yang ditunjukkan pada model struktural. Pengukuran kecocokan model SEM PLS terdiri dari Measurement Model dan Structural Model (inner model).

1. Measurement Model

Tujuan penggunaan *measurement model* adalah memastikan validitas dan reliabel model pengukuran. Tiga indikator yang digunakan dalam melakukan evaluasi atas model pengukuran adalah;

a. *Internal consistency* yang dapat dilihat pada angka minimal sebesar 0.6 dan maksimal 0.9 pada nilai *Alpha Cronbach* dan *Composite Reliability*. Penetapan angka tersebut ditujukan untuk menghindari pengukuran atas variabel dan indikator dalam melakukan pengukuran atas fenomena agar tidak berulang. Disamping itu, nilai yang dikehendaki pada *Average Variance Extracted* adalah lebih dari $> 0,5$.

b. *Convergent Validity* dapat dilihat pada *outer loading* dan AVE. Nilai signifikan pada *Outer Loading* sebesar > 0.7 . Sedangkan nilai dibawah < 0.7 , jika tidak mampu meningkatkan nilai *Comosite Reliability*.

c. *Discriminant Validity* dapat dipahami dari *Cross Loading* dan *Fornell Larcker Criterion*. Setiap indikator yang digunakan pada variabel laten harus dipastikan lebih besar daripada nilai *Cross Loading*. *Fornell Lacker Criterion* digunakan dengan cara melakukan perbandingan akar kuadrat AVE, dimana, AVE harus lebih tinggi daripada nilai korelasi variabel laten. Terpenuhinya semua kriteria evaluasi, selanjutnya adalah melakukan evaluasi terhadap model struktural.

2. Model Struktural

Evaluasi terhadap model struktural harus memperhatikan dua hal penting, yaitu kemampuan prediktif paa suatu model dan relasi antar variabel laten yang terdapat dalam model tersebut. Tahapan awal yang perlu dilakukan dalam memastikan tidak terjadinya kolinieritas antara varibael laten eksogen terhadap endogen adalah melakukan uji kolonieritas atas. 1.2 dan VIF tidak boleh diatas >5 , merupakan batas nilai toleransi yang diberikan sebagai batasan

atas variabel eksogen. Salah satu variabel laten eksogen harus dihapus atau disatukan apabila terdapat indikasi kolinieritas. Kegiatan selanjutnya adalah evaluasi terhadap koefisien jalur hubungan antar variabel laten.

Jalur variabel laten merupakan estimasi nilai pada model struktural yang menyatakan hubungan antar variabel laten. t dan p merupakan nilai yang harus diperhatikan untuk melihat signifikansi nilai pada koefisien jalur. Adapun kegiatan lanjutannya adalah melakukan evaluasi terhadap nilai koefisien determinasi yang disimbolkan dengan huruf R^2 . Nilai koefisien determinasi sebagai batasan yang menyatakan kekuatan pengukuran prediktif pada suatu model. Sedangkan Nilai R^2 menjadi representasi atas kekuatan pada variabel-variabel eksogen dan endogen. Nilai R^2 dikatakan substansial, moderat dan lemah, masing-masing pada angkat 0.75, 0.50 dan batas bawah sebesar 0.25.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Bank Syariah

Berdasarkan ketentuan umum dalam Undang-undang 21 tahun 2008 tentang Perbankan *Syariah*, bahwa yang dimaksud perbankan *syariah* adalah setiap yang berkaitan dengan bank syariah dan unit usaha *syariah*, baik dari sisi lembaga, aktivitas usaha maupun proses yang dilakukan dalam penyelenggaraan usaha. Sejarah perjalanan bank syariah di Indonesia dimulai dengan berdirinya Bank Mu'amalat tahun 1992 dan bertahan sebagai satu-satunya bank syariah di Indonesia hingga tahun 1998. Pada tahun 1999 kemudian bertambah menjadi tiga dan terus bertambah hingga saat ini. Ditambah lagi paska berlakunya Undang-undang nomor 21 tahun 2009 (Muhith, 2012)

Sebagai entitas bisnis yang berorientasi pada profit, bank *syariah* dituntut untuk tidak hanya mencari keuntungan semata (profit oriented) tanpa mempertimbangkan fungsi dan tujuannya sebagai sebuah entitas bisnis *syariah* yang berlandaskan pada konsep Al-Qur'an dan Al-Sunnah (maqasid syariah). Sebagai lembaga intermediasi bank *syariah* ikut berperan dalam penyaluran dana masyarakat dan menyalurkannya pada sektor riil dengan kombinasi produk yang ditawarkan sesuai dengan prinsip *syariah*.

2. Aset dan DPK Bank Syar'ah

Dalam aset dan DPK perbankan *syariah* ini terbagi menjadi dua, yaitu: Aset dan Dana Pihak ketiga. *Pertama*, Aset adalah suatu kekayaan yang berwujud ataupun tidak berwujud yang memiliki nilai ekonomis, komersil, dan nilai tukar dimiliki pribadi atau instansi untuk membantu tercapainya tujuan (Sutarto, 2005).

Dalam PSAK No. 16 Tahun 2011 disebutkan bahwa aset adalah semua kekayaan yang dimiliki oleh perorangan atau perusahaan baik terwujud atau tidak terwujud yang bernilai dan dapat mendatangkan manfaat bagi perorangan atau perusahaan. Karakteristik dari aset sebagai berikut:

1. Aset adalah manfaat ekonomi yang diperoleh di masa depan
2. Aset dikendalikan oleh perusahaan
3. Aset merupakan hasil transaksi di masa lalu

Aset perbankan *syariah* terdiri dari uang kas, dana pada bank Indonesia, jumlah pembiayaan yang diberikan, penempatan dana pada bank lain, aktiva produktif, penyertaan, penyisihan penghapusan, aktiva tetap dan investasi serta rupa-rupa aktiva.

Total aset perbankan merupakan indikator utama ukuran bank, dimana besar kecilnya total aset akan memberikan dampak pada tingkat *economic of scale* yang dimiliki oleh perbankan. Pertumbuhan total aset adalah pertumbuhan pada total aktiva lancar dan yang tidak lancar. Kategori aktiva lancar adalah aset yang dapat dicairkan atau ditukar dan berganti bentuk menjadi uang tunai.

Kedua adalah Dana pihak ketiga. Dana pihak ketiga merupakan salah satu aset dan DPK yang ingin diperoleh oleh perbankan, termasuk perbankan syariah. Dana pihak ketiga merupakan hal penting bagi Bank Syariah sebagai lembaga keuangan dalam kegiatan usahanya. Perbankan di Indonesia, termasuk bank syariah, menghimpun dana dari masyarakat melalui beberapa bentuk simpanan, yaitu; giro, deposit berjangka sertifikat, tabungan dan bentuk lain yang dipersamakan.

Menurut Muchdasyah Sinungan, seperti yang dikutip dari (Seleky, 2019), bahwa sumber dana bagi bank untuk dijadikan modal adalah; 1) Dana pihak ke-1, yaitu dana atau modal yang diperoleh dari setoran pemegang saham bank (pemilik bank); 2) Dana pinjaman yang diperoleh dari pihak luar atau bisa dikatakan sebagai dana dari pihak ke-2 berupa dana pinjaman kepada bank,

dan; 3) adalah dana yang bersumber dari masyarakat atau yang juga dikenal dengan istilah dana pihak ke-3. Dana dari pihak ke-3 ini merupakan sumber dana yang paling besar dan menjadi dana andalan yang diharapkan oleh bank.

Dana pihak ketiga adalah dana yang dihimpun dari masyarakat ini akan digunakan untuk pendanaan sektor riil melalui penyaluran kredit. Dana pihak ketiga ini dihimpun oleh bank melalui berbagai macam produk dana yang ditawarkan pada masyarakat luas, yang menaruh kepercayaan terhadap bank yang bersangkutan untuk menyimpan uangnya kemudian ditarik kembali pada saat jatuh tempo dengan imbalan bunga maupun *capital gain* dari bank tersebut.

Menurut UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan *syariah* (pasal 1) disebutkan bahwa, “simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh nasabah kepada bank *syariah* dan/atau UUS berdasarkan akad wadi’ah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip *syariah* dalam bentuk giro, tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu”. Dana-dana masyarakat yang disimpan dalam bank merupakan sumber dana terbesar yang diandalkan bank yang terdiri dari 3 jenis, yaitu: dalam bentuk giro, deposito, dan tabungan.

3. Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah

Pengembangan strategi pemasaran sangat diperlukan oleh bank *syariah*, tidak hanya untuk saat ini, tetapi juga untuk di masa yang akan datang terlebih saat ini persaingan perbankan sangat luar biasa. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pengembangan strategi pemasaran tersebut, diantaranya:

1. *Marketing mix* (bauran pemasaran)

Bauran pemasaran merupakan strategi marketing yang terpadu yang mengkombinasikan produk, harga, distribusi dan promosi.

2. *Market segmentation*

Pemilihan dan pemilahan produk berdasarkan pasar yang bersifat heterogen menjadi homogeni dalam aspek tertentu.

3. *Positioning & Diferentiation*

Tindakan merancang satu set perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran baik dari penawaran pesaing.

4. Peningkatan kualitas pelayanan pada bank syariah

Kualitas merupakan ukuran yang berlaku pada industri jasa pelayanan berupa penyajian produk atau jasa. Setidaknya, ukuran yang digunakan adalah pertemuan antara pelayanan diberikan oleh penyedia jasa, sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen. Kualitas pelayanan, penting untuk terus diperhatikan oleh para penyedia jasa, termasuk lembaga perbankan seperti bank syariah.

Pada prinsipnya, ada tiga kunci memberikan pelayanan kepada pelanggan yang unggul. Pertama, kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, termasuk didalamnya memahami tipe-tipe pelanggan. Kedua, pengembangan database yang lebih akurat dari pada pesaing (mencakup data kebutuhan dan keinginan setiap segmen pelanggan dan perubahan kondisi pesaing). Ketiga, pemanfaatan informasi-informasi yang diperoleh dari riset pasar dalam suatu kerangka informasi yang diperoleh dari riset pasar.

Menurut Kotler, sebagaimana dikutip dari (Taip, t.t.), menyebutkan lima dimensi kualitas pelayanan jasa yang harus dipenuhi yaitu:

- a. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
- b. *Emphaty*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami

- kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.
- c. *Reliability*, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi
 - d. *Responsive*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
 - e. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopanannya, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

5. Relasi Aset dan DPK bank syariah dengan kepuasan dan loyalitas

Relasi, dalam ilmu sosial, adalah hasil interaksi antar individu atau kelompok dalam suatu komunitas. Relasi sosial juga dapat dikatakan sebagai rangkaian pola yang terjadi secara sistematis, terjadi antara dua orang atau lebih. Hubungan yang terjalin pada pola saling mempengaruhi ini disebut juga sebagai relasi timbal balik. Sebagaimana telah disampaikan pada BAB II dalam tulisan ini, bahwa untuk menyimpulkan ada tidaknya relasi antar variabel pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis relasi ekuivalen untuk menentukan hubungan masing-masing variabel tersebut.

Relasi adalah hubungan anatar invidu yang berlangsung dalam satu komunitas masyarakat. Hubungan ini dapat bercorak positif, dan tidak jarang beratribut negatif, tergantung dinamika hubungan dalam masyarakat (Amin, 2022). Hubungan ini, dalam istilah islam klasik, disebut hablu *min an-nas*.

Pada bagian ini akan membahas mengenai hasil penelitian serta analisis dari skripsi yang berjudul “Relasi antara Aset dan DPK Perbankan *Syariah* dengan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah di Yogyakarta “. Variabel X dalam penelitian ini adalah Aset dan DPK Perbankan *Syariah*, sedangkan untuk

variabel Y1 adalah kepuasan nasabah dan variabel Y2 adalah Loyalitas nasabah.

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu penyebaran kuesioner kepada nasabah bank *syariah* melalui google form. Pengambilan data ini dilakukan oleh peneliti pada tanggal 10 Oktober 2023 hingga 18 Oktober 2023. Adapun jumlah responden yang didapatkan oleh peneliti sebanyak 223 responden, namun dikarenakan 20 responden bukan nasabah dari bank *syariah*. Maka, peneliti hanya mengambil 203 responden untuk di uji atau di analisis. Dalam kuesioner tersebut peneliti mencantumkan beberapa pertanyaan mengenai data responden seperti pekerjaan, pendapatan, usia, jenis kelamin dll yang gunanya untuk mempermudah klasifikasi karakteristik responden.

B. Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin Responden

Peneliti mencari data jenis kelamin untuk mengetahui berapa responden yang mengisi kuesioner peneliti baik laki-laki maupun perempuan. Dibawah ini adalah hasil rekapitulasi jawaban responden.

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	F	%
Laki-laki	94	46
Perempuan	109	54
Total	203	100

Sumber: Data Diperoleh dari Responden (2023)

Tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat 203 responden yang terdiri dari 94 Laki-laki atau 46% dan 109 Perempuan atau 54%. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini adalah perempuan.

2. Usia Responden

Informasi terkait usia responden merupakan salah satu karakteristik yang penting dalam penelitian ini, sebagai bentuk klasifikasi data responden. Dibawah ini hasil dari rekapitulasi data usia responden.

Tabel 4. 2 Usia Responden

Usia	F	%
18-25	155	76%
26-30	18	9%
31-40	23	11%
41-50	4	2%
51-60	3	1%
Diatas 60	0	0
Total	203	100

Sumber: Data Diperoleh dari Responden (2023)

Tabel diatas menunjukkan data usia responden dengan total 203 responden. Untuk usia 18-25 ada 155 responden atau 76%, untuk usia 26-30 ada 18 responden atau 9%, untuk usia 31-40 ada 23 responden atau 11%, untuk usia 41-50 ada 4 responden atau 2%, untuk usia 51-60 ada 3 responden atau 1%, sedangkan untuk usia diatas 60 tidak ada. Mayoritas responden diatas dengan usia 18-25 yaitu 155 orang.

3. Pendidikan Terakhir

Kemudian dari karakteristik yang dibutuhkan peneliti yaitu pendidikan terakhir. Dibawah ini adalah data karakteristik pendidikan terakhir dari responden. Karakteristik ini dibagi menjadi 5 kelompok, yaitu SD, SMP, SMA, Diploma, dan Sarjana.

Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	F	%
SD	0	0
SMP	2	1%
SMA	98	48%

Diploma (D1, D2, D3)	5	3%
Sarjana (S1, S2, S3)	98	48%
Total	203	100

Sumber: Data Diperoleh dari Responden (2023)

Dari data diatas dapat kita simpulkan untuk pendidikan terakhir dengan kategori SD tidak ada, untuk kategori SMP terdapat 2 responden atau 1%, untuk kategori SMA terdapat 98 responden atau 48%, untuk kategori Diploma (D1, D2, D3) terdapat 5 orang atau 3%, sedangkan kategori yang terakhir adalah Sarjana terdapat 98 responden atau 48%.

4. Pekerjaan

Karakteristik selanjutnya adalah pekerjaan yang dimiliki oleh seluruh responden. Dibawah ini adalah data pekerjaan dar 203 responden.

Tabel 4. 4 Pekerjaan

Pekerjaan	F	%
Pelajar/Mahasiswa	124	61
Karyawan Swasta	46	23
Wiraswasta	8	4
PNS	3	1
Lain-lain	22	11
Total	203	100

Sumber: Data Diperoleh dari Responden (2023)

Menurut data diatas terdapat 203 sampel yang dimana sebanyak 124 pelajar/mahasiswa atau 61%, karyawan swasta sebanyak 46 responden atau 23%, wiraswaswa sebanyak 8 responden atau 4%, PNS sebanyak 3 responden atau 1%, sedangkan yang menjawab dengan lain-lain sebanyak 22 responden atau 11%. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang ada dalam karakteristik pekerjaan yaitu pelajar/mahasiswa dengan jumlah 124 responden atau 61%.

5. Pendapatan

Karakteristik selanjutnya adalah pendapatan dari responden. Peneliti memberikan beberapa kategori pendapatan dengan nominal < Rp. 1.000.000,

Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000, Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000, dan > Rp. 5.000.000. Dibawah ini merupakan data pendapatannya.

Tabel 4. 5 Pendapatan

Pendapatan	F	%
< Rp. 1.000.000	65	32%
Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000	94	46%
Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000	31	15%
> Rp. 5.000.000	13	7%
Total	203	100

Sumber: Data Diperoleh dari Responden (2023)

Dari tabel diatas dapat kita lihat jumlah pendapatan responden sangat beragam, dengan pendapatan < Rp. 1.000.000 sebanyak 65 responden atau 32%, pendapatan dengan Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 sebanyak 94 responden atau 46%, lalu ada pendapatan dengan Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000 sebanyak 31 responden atau 15%, dan terakhir dengan pendapatan > Rp. 5.000.000 hanya 13 responden atau 7%.

6. Pengguna bank syariah

Dalam kuesioner penelitian ini, peneliti mencantumkan pertanyaan apakah anda menggunakan bank *syariah*, dengan jawaban iya atau tidak.

Tabel 4. 6 Pengguna Bank Syariah

Pengguna bank syariah	F	%
Iya	203	91
Tidak	20	9
Total	223	100

Sumber: Data Diperoleh dari Responden (2023)

Pada tabel diatas, dapat dilihat dari jumlah responden sebanyak 223. Yang menjawab iya (pengguna bank *syariah*) sebanyak 203 responden atau 91%. Dan yang menjawab tidak (bukan pengguna bank *syariah*) hanya 20 responden atau 9%. Dalam penelitian ini, peneliti hanya mengambil data

sebanyak 203 responden, 20 responden tidak dapat digunakan karena bukan pengguna bank *syariah*.

7. Jenis bank *syariah*

Jenis bank *syariah* ini diperuntukan agar peneliti mengetahui responden merupakan nasabah dari bank *syariah* apa saja.

Tabel 4. 7 Jenis Bank Syariah yang digunakan

Jenis bank syariah	F	%
Bank <i>Syariah</i> Indonesia	185	83
Bank Muamalat	4	2
Bank mega <i>Syariah</i>	0	0
Bank <i>Syariah</i> Bukopin	0	0
Bank Panin Dubai <i>Syariah</i>	0	0
Bank Victoria <i>Syariah</i>	0	0
Bank BCA <i>Syariah</i>	4	2
Bank Aladin <i>Syariah</i>	1	0
Bank Tabungan Pensiunan Nasional <i>Syariah</i>	0	0
Bank Aceh <i>Syariah</i>	1	0
BPD Nusa Tenggara Barat <i>Syariah</i>	0	0
Bank Jabar Banten <i>Syariah</i>	0	0
Lainnya	28	13
Total	223	100

Sumber: Data Diperoleh dari Responden (2023)

Dari tabel diatas, bahwa pengguna atau nasabah bank *syariah* indonesia sebanyak 185 responden atau 83%, pada nasabah bank muamalat sebanyak 4 responden atau 2%. Nasabah Bank BCA *Syariah* sebanyak 4 responden atau 2%, pada bank Aladin *Syariah* sebanyak 1 responden atau 0% dan yang menjawab lainnya atau bukan nasabah bank *syariah* sebanyak 28 responden atau 13%. Dapat disimpulkan pengguna bank *syariah* mayoritas

merupakan nasabah bank *syariah* indonesia dengan jumlah 185 responden atau 83%.

C. Hasil Uji Instrumen Data dan Hipotesis

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan metode analisis multivariant yang dapat digunakan untuk menggambarkan keterkaitan hubungan linier secara simultan antara variabel pengamatan (indikator) dan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung (variabel laten) (Prihandini & Sunaryo, 2011). PLS atau sering disebut sebagai PLS-SEM ini merupakan generasi kedua SEM. Generasi pertama SEM disebut sebagai CB-SEM atau Covarian Based Structural Equation Modeling. Dibandingkan dengan generasi pertama atau CB-SEM, PLS-SEM memiliki tingkat fleksibilitas yang lebih tinggi untuk penelitian regresi yang menghubungkan anatar teori dan data, serta mampu melakukan analisis jalur (path) dengan variabel laten. Menurut Wold (1985) dalam Ghozali (2008), PLS merupakan metode analisis yang powerfull, karena tidak didasarkan pada banyak asumsi. Menurut Lin et al (2019), menjelaskan bahwa PLS-SEM lebih efisien untuk analisis data dengan sampel kecil dibandingkan dengan metode Covarian varian Based SEM (CB-SEM).

a. Convergent Validity

Menurut (Rifai, Wijaya, & Suharto, 2021) Convergent Validity adalah model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan korelasi antar item skor atau Component score yang diestimasi dengan software SmartPLS. Ukuran untuk indikator refleksif individual dikatakan tinggi jika nilai cross loading $\geq 0,7$ dengan konstruk yang diukur.

b. Average Variance Extracted (AVE)

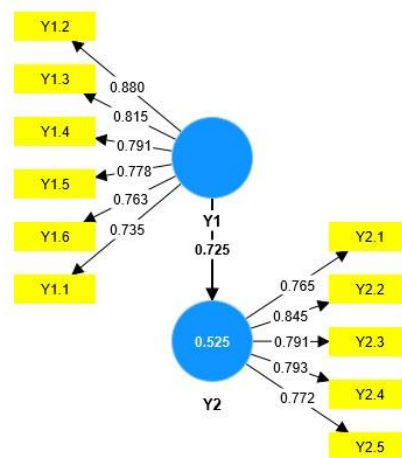
Di dalam analisis faktor confirmatory, presentase rata-rata nilai AVE antar item atau idnidkator suatu set konstruk laten merupakan ringkasan convergent indicator. Konstruk yang baik itu jika nilainya $AVE \geq 0,5$.

c. Discriminant Validity

Menurut Gefen & Straub (2005), discriminant validity adalah cara dalam menilai seberapa berbeda suatu konstruk dengan konstruk lainnya, yang dapat diketahui dengan cara membandingkan antara nilai AVE dari kedua konstruk dengan nilai kuadrat korelasi antara dua konstruk yang di uji. Validitas diskriminan dapat dilihat dari cross loading dengan konstruknya, setiap indikator yang ada dalam suatu konstruk mempunyai perbedaan dengan indikator di konstruk yang lainnya yang dapat ditunjukkan dengan nilai loading yang lebih tinggi dari konstuknya sendiri.

1. Model Penelitian

Pengujian model dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menguji validitas dan reliabilitas masing-masing konstruk.



Gambar 4. 1 Metode Penelitian

Gambar diatas menunjukkan bahwa semua indikator memiliki nilai loading > 0.7, dan memenuhi convergent validity.

Langkah selanjutnya adalah menilai outer model dengan melihat *cross loading*, *discriminant validity*, dan *composite reliability*. Hasil dari *outer*

model menunjukkan hasil pengujian reliabilitas dan validitas untuk masing-masing variabel.

2. Evaluation of Measurement Model (Outer Modal)

a. Uji Convergent Validity

Convergent validity mengukur besarnya korelasi antara konstruk dengan variabel laten. Dalam mengevaluasi *convergent validity* dari pemeriksaan individual item reability, dapat dilihat dari standarized loading factor. Uji validitas indikator reflektif dengan program **SmartPLS** dapat dilihat dari nilai *loading factor* untuk tiap indikator konstruk (Ghozali & Latan, 2015). *Rule of thumb* untuk menilai validitas konvergen adalah nilai *loading factor* harus lebih dari 0.7

	Y1	Y2
Y1.2	0.880	
Y1.3	0.815	
Y1.4	0.791	
Y1.5	0.778	
Y1.6	0.763	
Y2.1		0.765
Y2.2		0.845
Y2.3		0.791
Y2.4		0.793
Y2.5		0.772
Y1.1	0.735	

Gambar 4. 2 Uji Convergent Validity

Dapat dilihat dari gambar diatas bahwa outer loading memiliki nilai lebih dari 0.7, yang dimana data diatas telah memenuhi syarat lulus uji convergent validity sehingga instrumen indikator layak dan valid untuk mengukur variabel eksogen yang ada pada penelitian ini, sehingga dapat melanjutkan ke tahap berikutnya.

b. Average Variance Extrated (AVE)

Menurut (Ghozali & Latan, 2015) bahwa nilai Average variance inflation factor (AVE) harus lebih besar dari 0.5.

Tabel 4. 8 Average Variance Extrated (AVE)

	Average Variance extracted (AVE)
Y1	0.632
Y2	0.630

Sumber: Data Diolah menggunakan SmartPLS (2023)

Dari tabel diatas, bahwa setiap variabel mempunyai nilai lebih dari 0.5, maka dari itu instrumen dari indikator ini dapat dikatakan lolos dalam nilai outer loading, dan dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

c. Discriminant Validity

HTMT adalah nilai korelasi yang dimiliki oleh variabel-variabel itu sendiri, dalam tahap uji discriminant validity ini adalah mencari nilai fornell lacker yang mana syaratnya ialah nilai tersebut harus $> 0,7$.

Tabel 4. 9 Discriminant Validity

Y1	0.795
Y2	0.794

Sumber: Data Diolah menggunakan SmartPLS (2023)

Syarat lolos uji disciminant validity adalah HTMT harus Y1 dengan Y1 sebesar 0,795 atau $>0,7$ lebih besar dari nilai korelasi dengan variabel lainnya. Nilai Y2 dengan Y2 0.794 atau $>0,7$ dan leih besar dari nilai korelasi dengan variabel lainnya. Dapat disimpulkan variabel diatas memiliki nilai HTMT yang nilainya memenuhi syarat, maka dari itu uji discriminant validiy dalam penelitian ini dikatakan lolos dan dapat lanjut ke tahap berikutnya.

d. Cross Loading

Nilai cross loading adalah nilai ukuran dari discriminant validity. Nilai ini diharapkan tinggi untuk konstruk yang sudah diukur dan dibandingkan dengan nilai loading ke konstruk yang lainnya atau bisa dikatakan nilai korelasi antara indikator dengan satu variabel serta variabel lainnya. Dengan nilai batasan yang harus di peroleh adalah >0.5 .

Gambar 4. 3 Cross Loading

	Y1	Y2
Y1.2	0.880	0.590
Y1.3	0.815	0.541
Y1.4	0.791	0.531
Y1.5	0.778	0.665
Y1.6	0.763	0.632
Y2.1	0.658	0.765
Y2.2	0.596	0.845
Y2.3	0.542	0.791
Y2.4	0.523	0.793
Y2.5	0.533	0.772
Y1.1	0.735	0.444

Sumber: Data Diolah menggunakan SmartPLS (2023)

Nilai pada gambar diatas menyajikan nilai cross loading antara seluruh instrumen kepuasan dengan nilai variabelnya lebih besar dari variabel lainnya. Kemudian nilai antara loyalitas nilai variabelnya lebih besar dari variabel lainnya. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai cross loading memenuhi syarat uji discriminant validity. Setelah semua 4 tahapan uji validitas terpenuhi dan memenuhi syarat, maka instrumen indikator dan variabel pada penelitian ini dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian ini.

e. Composite Reliability

Mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflrktif daoat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Rule of Thumb untuk menilai reliabilitas konstruk adalah nilai Composite Reliability harus lebih besar dari 0.7

Tabel 4. 10 Composite Reliability

	Composite Reliability (rho_c)
Y1	0.911
Y2	0.895

Sumber: Data Diolah menggunakan SmartPLS (2023)

Tabel diatas menunjukkan nilai *composite reliability* dengan variabel Y1 0.911, variabel Y2 dengan nilai 0.895. Kesimpulan pada tabel diatas menunjukkan nilai *Composite Reliability* pada penelitian ini memiliki nilai lebih dari 0.7 yang berarti seluruh variabel pada penelitian ini memenuhi syarat lolos nilai *composite reliability*.

f. Cronbach's Alpha

Menurut Chin, yang dikutip oleh (Jogiyanto, 2011), Croncbach's alpha berfungsi agar mengetahui batas bahwa nilai reliabilitas suatu konstruk, sedangkan composite reliability dipakai untuk mengetahui nilai reliabilitas yang sebenarnya pada suatu konstruk. Nilai cronbach's alpha harus lebih besar dari 0.7.

Tabel 4. 11 Cronbach's Alpha

	Cronbach's alpha
Y1	0.883
Y2	0.853

Sumber: Data diolah SmartPLS (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's alpha pada penelitian ini semua variabel memiliki nilai diatas 0.7 dan dapat dinyatakan reliabel dan memuaskan setelah melalui uji reliabilitas dengan memiliki nilai lebih dari 0.7 yang berarti memenuhi syarat.

3. Evaluation of Structural Modal (Inner Model)

Model structural (*inner model*) dievaluasi dengan melihat presentase varians yang dijelaskan yaitu melihat R-Square untuk konstruk laten dependen dengan menggunakan ukuran stone-Geisser Q-Squareetest dan juga melihat besarnya koefisiein jalur strukturalnya. Nilai Q-Square >0 menunjukkan model memiliki predictive relevance, sebaliknya jika nilai Q-square <0 menunjukkan model kurang memiliki predictive relevance.

a. R Square

Menurut (Jogiyanto, 2011) bahwa niali R-Square digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Niali R-Square 0.75, 0.50, dan 0.25 masing-masing mengindikasikan bahwa model kuat, moderat, dan lemah (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel 4. 12 R Square

	R-square
Y2	0.525

Sumber: Data Diolah menggunakan SmartPLS (2023)

Pada tabel diatas nilai R-Square dengan Y2 (Loyalitas) sebesar 0.525, dapat disimpulkan bahwa nilai R-Square ini berada di model moderat (0.50)

b. Path Coefficients

Nilai path coefficient adalah nilai yang hasilnya menentukan arah hubungan variabel yang menunjukkan apakah variabel itu negatif atau positif dengan rentan nilai -1 sampai 1. Path coefficient dilakukan dengan melihat

nilai signifikan dan tanda path coefficient harus sesuai dengan teori yang dihipotesiskan. Apabila nilai R-square hanya memiliki variabel endogen, maka nilai path coefficient hanya muncul pada variabel eksogen.

Tabel 4. 13 Path Coefficients

	Y1	Y2
Y1		0.725

Sumber: Data Diolah menggunakan SmartPLS (2023)

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai path coefficient variabel pada kepuasan nilai path coefficient nya 0,725. Nilai dari variabel diatas > 0 dan analisi nilai menunjukkan bahwa variabel Y1 memiliki hubungan positif dengan Y2.

c. T Statistic (Bootstrapping)

Untuk mengetahui signifikansi keterdukungan hipotesis, skor koefisien yang ditunjukkan oleh nilai T statistic harus diatas 1,96 untuk hipotesis two tailed dan diatas 1,64 untuk hipotesis one tailed pada pengujian hipotesis dengan menggunakan alpha 5% dan power 80 persen (Hair et al, 2013).

Tabel 4. 14 Statistic (Bootstrapping)

	T statistics (O/STDEV)	P values
Y1 -> Y2	20.838	0.000

Sumber: Data Diolah menggunakan SmartPLS (2023)

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai variabel kepuasan (Y1) terhadap loyalitas (Y2) nilai T statistic nya sebesar 20,838 atau >1.96 dan p value nya 0,000 atau <0.05 , sehingga dapat dinyatakan variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan.

d. Predictive Relevance (Blindfolding)

Menurut Ghazali & Hengky (2015), uji Q Square merujuk pada nilai Goodness of Fit berada di nilai > 0 , maka dapat dikatakan model penelitian yang dibangun memiliki predictive relevance, sedangkan apabila nilai Q Square < 0 maka menunjukkan bahwa model kurang memiliki predictive relevance.

Tabel 4. 15 Predictive Relevance (Blindfolding)

	Q ² predict
Y2.1	0.417
Y2.2	0.344
Y2.3	0.286
Y2.4	0.260
Y2.5	0.274

Sumber: Data Diolah menggunakan SmartPLS (2023)

Dari tabel di atas nilai dari predictive relevance pada setiap variabel berada di nilai lebih dari 0 yang artinya nilai *predictive relevance* dari penelitian ini cukup baik.

e. Model Fit

Tahap selanjutnya setelah melakukan kualitas observasi maka peneliti harus mengevaluasi model observasi yang digunakan. Model fit ini adalah nilai yang menunjukkan seberapa baik model yang dimiliki untuk penelitian ini, dengan melihat nilai NFI. Di bawah ini adalah data nilai model fit.

Tabel 4. 16 Model Fit

	Saturated model	Estimated model
NFI	0.816	0.816

Sumber: Data Diolah menggunakan SmartPLS (2023)

Tabel di atas menunjukkan nilai NFI pada penelitian ini sebesar 0,816. Untuk menganalisis nilai ini caranya $100 \times 0,816 = 81,6\%$ yang artinya nilai

ini menunjukkan bahwa model yang dimiliki oleh penelitian ini dinyatakan fit atau cukup baik.

D. Pembahasan

1. Aset dan DPK Perbankan *Syariah* terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut Kasmir (2012), aset adalah harta atau kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan, baik pada saat tertentu maupun periode tertentu. Aset merupakan sumber ekonomi yang diharapkan dapat memberikan manfaat usaha di kemudian hari. Aset dimasukkan dalam neraca dengan berdasarkan pendapatan, dijelaskan bahwa aset merupakan kekayaan yang dimiliki perusahaan atau bank untuk memperoleh keuntungan atas kegiatan usaha yang dijalankan serta dinyatakan dalam satuan uang.

Aset dan DPK perbankan *syariah* pada penelitian ini adalah aset dan DPK (dana Pihak Ketiga). Dana pihak ketiga adalah dana-dana yang berasal dari masyarakat, baik perorangan maupun badan usaha yang diperoleh bank dengan menggunakan berbagai instrument produk simpanan yang dimiliki oleh bank. Dana pihak ketiga biasanya lebih dikenal dengan dana masyarakat, merupakan dana yang dihimpun oleh bank yang berasal dari masyarakat, meliputi masyarakat individu, maupun badan usaha.

Jadi salah satu faktor yang mempengaruhi pertumbuhan aset perbankan *syariah* adalah dana dari nasabah. Sedangkan nasabah memiliki potensi untuk beralih ke bank lain apabila kepentingannya dan kebutuhannya tidak terakomodir oleh bank *syariah*. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan bank *syariah* harus diselaraskan dengan kebutuhan dan kepentingan nasabah agar dapat menumbuhkan dan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah yang terus menerus diperoleh dari bank *syariah*, yang pada akhirnya akan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah itu sendiri.

Perkembangan perbankan *syariah* berdasarkan tahun 2022 menurut OJK.

Tabel 4. 17 Perkembangan Perbankan Syariah

Industri perbankan	Jumlah institusi	Jumlah kantor	Aset	DPK
BUS	13	2.007	531.860	429.029
UUS	20	438	250.240	177.034
Total	33	2.445	782.100	606.063

Sumber: Laporan OJK tahun 2022

Pada tabel diatas dapat lihat bahwa BUS dengan niai aset sebesar 531.860 dan DPK sebesar 429.029 atau tumbuh sebesar 66,30%. Jika dibandingkan dengn tahun 2021perkembangan perbankan *syariah* berada di angka 13,94%. Dan pada tahun 2022, perbankan *syariah* membuktikan resiliensinya dan mampu tumbuh positif, tercermin dari perkembangan total aset yang mencapai Rp. 782.100 Miliar atau tumbuh sebesar 15,63% (yoy).

Tabel 4. 18 Hasil Outer Model

Outer model	Nilai
AVE	0,632
Discriminant Validity	0,795
Composite Reliability	0,911
Cronbach's Alpha	0,883

Sumber: Data Diolah menggunakan SmartPLS (2023)

Pada tabel diatas menunjukkan Nilai outer model pada variabel kepuasan (Y1) dimana nilai AVE sebesar 0,632 atau >0.5 , nilai Discriminant Validity sebesar 0,795 atau >0.7 , nilai Composite Reliability sebesar 0,911 atau >0.7 dan nilai Cronbach's Alpha sebsar 0,883 atau >0.7 . Dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pada penelitian ini memenuhi syarat, maka instrumen dan variabel pada penelitian ini dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Penelitian ini memiliki korelasi (hubungan) antara variabel kepuasan dengan variabel aset dan dana pihak ketiga. Pada penelitian ini, data yang diperoleh dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa nasabah merasa puas dengan kualitas yang diberikan oleh bank *syariah*. Sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi meningkatnya aset dan dana pihak ketiga bank *syariah*. Dengan kata lain jumlah aset dan dana pihak ketiga ditentukan oleh kepuasan nasabah dan sisanya ditentukan oleh faktor lain selain kepuasan nasabah.

Dimana aset dan DPK perbankan syariah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, maka variabel aset dan DPK perbankan syariah sudah dipastikan memiliki relasi dengan kepuasan nasabah. uji hipotesis pertama menunjukkan adanya pengaruh dari aset dan DPK perbankan syariah terhadap kepuasan nasabah.

2. Aset dan DPK perbankan syariah terhadap loyalitas nasabah

Menurut (Warsito, 2018) loyalitas merupakan komitmen terhadap perusahaan, merk ataupun pemasok yang didasarkan atas sikap positif yang tercermin dalam bentuk pembelian yang berulang secara konsisten. Pelanggan yang benar-benar loyal bukan saja sangat potensial menjadi *word of mouth advertisers*, namun kemungkinan besar juga loyal pada portofolio produk dan jasa perusahaan selama bertahun-tahun.

Bisnis perbankan, selain aspek kepercayaan, juga penting memperhatikan peran penting masalah kualitas pelayanan. Pelayanan yang baik dapat menjadi memberikan aspek kepuasan dan menciptakan loyalitas nasabah. Peningkatan produk berupa pelayanan berbentuk fisik maupun non-fisik hingga layanan teknologi informasi dapat terus ditingkatkan agar berbanding lurus dengan kualitas layanan. Peningkatan ini perlu terus diperbaiki agar mendapat *value* yang baik dari nasabah.

Tabel 4. 19 Hasil Outer Model

Outer model	Nilai
AVE	0,630
Discriminant Validity	0,794
Composite Reliability	0,895
Cronbach's Alpha	0,853

Sumber: Data Diolah menggunakan SmartPLS (2023)

Pada tabel diatas menunjukkan Nilai outer model pada variabel loyalitas (Y2) dimana nilai AVE sebesar 0,630 atau >0.5 , nilai Discriminant Validity sebesar 0,794 atau >0.7 , nilai Composite Reliability sebesar 0,895 atau >0.7 dan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,853 atau >0.7 . Dapat disimpulkan bahwa variabel loyalitas pada penelitian ini memenuhi syarat, maka instrumen dan variabel pada penelitian ini dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Penelitian ini memiliki korelasi (hubungan) antara variabel loyalitas dengan variabel aset dan dana pihak ketiga. Pada penelitian ini, data yang diperoleh dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa nasabah merasa loyal, nasabah akan menunjukkan perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembeli yang secara berulang dari waktu ke waktu oleh beberapa faktor pengambilan keputusan. Nasabah yang setia adalah nasabah yang puas dengan produk tertentu sehingga mereka antusias untuk merekomendasikan kepada siapapun yang mereka kenal. Nasabah yang loyal juga menunjukkan kesetiaan mereka dengan membeli produk-produk lainnya dari perusahaan atau bank yang sama.

Aset dan DPK perbankan syariah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, uji hipotesis kedua menunjukkan adanya pengaruh dari aset dan DPK perbankan syariah terhadap loyalitas nasabah.

3. Kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah

Kotler dan Keller dalam (Taip, t.t.), menyatakan, bahwa kepuasan ekspresi perasaan pada seseorang. Ekspresi tersebut muncul setelah membandingkan hasil dari produk yang didapatkan, terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan adalah ekspresi atas penerimaan seseorang atas produk berupa barang atau jasa yang dikomparasi antara harapan dengan realita. Pelanggan dapat menunjukkan dua ekspresi atas pelayanan berupa jasa, yaitu ekspresi kekecewaan dan ekspresi kepuasan.

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai T Statistic 20,838 atau $>1,96$ serta P value 0,000 atau $< 0,05$, pada hubungan Y1 terhadap Y2. Hasil ini menunjukkan bahwa antara kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah terdapat pengaruh. Hipotesis pada penelitian ini adalah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank *syariah*, serta dengan ini hipotesis pada penelitian ini diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin puas nasabah, maka semakin tinggi loyalitas nasabah.

Indikator-indikator kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah menggambarkan pengaruh yang kuat terhadap loyalitas. Apabila kualitas pelayanan ditingkatkan untuk mencapai kepuasan yang diterima nasabah dapat dipertahankan dengan baik oleh bank *syariah*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau semakin baik kepuasan yang dirasakan oleh nasabah, maka semakin tinggi kecenderungan nasabah untuk loyal terhadap bank *syariah*. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Khan, Ali, Puah, Amin, & Mubarak, 2023) yang membuktikan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas.

Seorang nasabah yang puas merupakan nasabah yang merasa mendapatkan value dari mengatakan bahwa value adalah pelayanan yang berkualitas, maka kepuasan terjadi kalau nasabah mendapatkan pelayanan yang baik dan kepercayaan. Nilai bagi nasabah dapat diciptakan melalui kepercayaan untuk dapat mempengaruhi nasabah dalam pembelian ulang di masa

mendatang. Jika kepercayaan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya atau mampu memberikan kepuasan, maka di masa mendatang akan ada pembelian ulang (loyalitas). Nasabah yang puas akan menyampaikan rasa kepuasannya kepada orang lain, baik dalam bentuk cerita (*word of mouth*) atau memberikan rekomendasi.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan beberapa langkah penelitian menggunakan SEM PLS dan dengan pengolahan data terkait aset dan DPK perbankan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank *syariah*, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil uji hipotesis korelasi yang pertama menunjukkan bahwa aset dan DPK perbankan *syariah* **berpengaruh** terhadap kepuasan nasabah bank *syariah*.
2. Hasil uji hipotesis korelasi yang kedua menunjukkan bahwa target perbankan *syariah* **berpengaruh** terhadap loyalitas nasabah bank *syariah*.
3. Hasil uji hipotesis korelasi yang ketiga ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah **berpengaruh** terhadap loyalitas nasabah bank *syariah*.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari pembahasan diatas, maka peneliti menawarkan saran kepada;

1. Perbankan *Syariah* agar memperhatikan kebutuhan nasabah, bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan dalam rangka peningkatan kepuasan nasabah. perbankan syariah juga harus memperhatikan kebutuhan yang berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah. Sebab, loyalitas nasabah merupakan salah satu pilar penting bagi perbankan syariah dalam rangka pemenuhan aset dan DPK penamabahan aset dari dana pihak ketiga.
2. Peneliti Selanjutnya, peneliti menyarankan agar dapat menggunakan indikator lain, apabila hendak menguji pengaruh aset dan DPK perbankan syariah terhadap loyalitas nasabah. Peneliti telah menyimpulkan mengenai adanya kemungkinan lain dari aset dan DPK perbankan syariah yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Sehingga, peneliti selanjutnya perlu mencairitahu mengenai faktor

lain yang dapat menunjukkan adanya pengaruh langsung dari aset dan DPK perbankan syariah terhadap loyalitas nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, N., & Al-Amri, H. A. (2020). Service Quality Perception and Customer Satisfaction in Islamic Banks of Oman. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 499–504.
- Alnaser, F. M. I., Ghani, M. Abd., & Rahi, S. (2018). Service Quality in Islamic Banks: The Role of PAKSERV model, Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Accounting*, 4, 63–72.
- Amin, M. (2022). Relasi Sosial dalam Al-Qur'an . *Journal of Quran and Tafseer Studies*, 1(1), 30–47.
- Annisa, & Sari, L. W. (2023). Pengaruh Total Aset, Dana Pihak Ketiga dan Fincancing To Deposit Ratio terhadap Profitabilitas pada Bank Umum Syariah. *Jurnal Akuntansi, Bisnis Ekonomi Indonesia*, 2(1), 25–38.
- Asnawi, N., Sukoco, B. M., & Fanani, M. A. (2020). The Role of Service Quality within Indonesian Customers Satisfaction and Loyalty and Its Impact on Islamic Bank. *Journal of Islamic Marketing*, 11(1), 192–212.
- Fusva, A., Dean, D., Suhartanto, D., Syarif, Moch. E., Arifin, A. Z., Suhaeni, T., & Rafdinal, W. (2020). Loyalty formation and its impact on financial performance of Islamic banks – evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 12(9), 1872–1886. Emerald Publishing Limited. Diambil dari <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0258>
- Gennie, T. A. (2019). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan di Hotel Travelodge Batam. *JOM Fisip*, 6(1), 1–13.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris* (2 ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Haron, R., & Subar, N. A. (2020). Service Quality of Islamic Banks: Satisfaction, Loyalty and the Mediating Role of Trust. *Islamic Economic Studies*, 28(1), 1–23.
- Indra, F. S., Handayani, A. L., & Wafiyah, N. H. I. (2022). Analisis Asset dan Liabilitas Manajemen Perbankan Syariah terhadap Pengaruh Pembiayaan di Bank Syariah. *Al-Bayan: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, 2(1), 97–111.

- Jogiyanto, H. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. Yogyakarta: BPFE.
- Kashif, M., Wan Shukran, S. S., Rehman, M. A., & Sarifuddin, S. (2015). Customer satisfaction and loyalty in Malaysian Islamic banks:a PAKSERV investigation. *International Journal of Bank Marketing*, 33(1), 23–40. Emerald Group Publishing Limited. Diambil dari <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2013-0084>
- Khan, S. M., Ali, M., Puah, C.-H., Amin, H., & Mubarak, M. S. (2023a). Islamic bank customer satisfaction, trust, loyalty and word of mouth: the CREATOR model. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(5), 740–766. Emerald Publishing Limited. Diambil dari <https://doi.org/10.1108/JIABR-01-2022-0017>
- Khan, S. M., Ali, M., Puah, C.-H., Amin, H., & Mubarak, M. S. (2023b). Islamic Bank Customer Satisfaction, Trust, Loyalty and Word of Mouth: the Creator Model. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(5), 740–766.
- Manik, A. F. I. (2019). Customer Satisfaction and Loyalty in Islamic Banking: The Role of Quality, Economic, and Image. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 662). Institute of Physics Publishing.
- Mashuri. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan berdasarkan Perspektif Islam. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64.
- Masruron, M., & Aulia Adinda Safitri, N. (2021). ANALISIS PERKEMBANGAN PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA DI MASA PANDEMI COVID-19, 1(1).
- Moosa, R., & Kashiramka, S. (2023). Objectives of Islamic banking, customer satisfaction and customer loyalty: empirical evidence from South Africa. *Journal of Islamic Marketing*, 14(9), 2188–2206. Emerald Publishing.
- Muhith, A. (2012). SEJARAH PERBANKAN SYARIAH. *Attanwir: Jurnal Kajian Keislaman dan Pendidikan*, 01(2), 69–84.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Statistik Perbankan Syariah*. Jakarta.
- Rifai, A., Wijaya, A., & Suharto, R. B. (2021). Pengaruh Total Aset dan Pembiayaan serta Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah terhadap

Perumbuhan Ekonomika di Provinsi Kalimantan Timur. *Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman*, 6(2), 11–20.

Rohadatul Aisy, D., & Mawardi, I. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Aset Bank Syariah di Indonesia Tahun 2006-2015. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 3(3), 249–265. Diambil September 19, 2023, dari

https://repository.unair.ac.id/101309/1/Imron%20Mawardi_Karil%2016_Faktor%E2%80%93Faktor%20Yang.pdf

Ruslim, T. S., & Rahardjo, M. (2016). IDENTIFIKASI KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI SEGI HARGA DAN KUALITAS PADA RESTORAN ABUBA STEAK DI GREENVILLE. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 51–65. Diambil dari

<http://id.wikipedia.org/wiki/Harga>,

Seleky, R. (2019). Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga, Suku Bunga Kredit, Noan Performing Loan terhadap Pemebelian Kredit Bagi Usaha Kecil di Kota Ambon. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(2), 49–58.

Syafrida, ida, & Abror, A. (2011). Faktor-faktor Internal dan Eksternal yang mempengaruhi Pertumbuhan Aset Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, 10(1), 19–24.

Taip, R. I. (t.t.). Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada The Bagong Adventure-Museum Tubuh Kota Batu. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 1–16.

Wahyoedi, S. & S. (2019). *Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Studi Atas Religitas, Kualitas Layanan, Trust dan Loyalitas*. (Wurdiyanto, Ed.). Yogyakarta: Deepublish.

Warsito, W. S. (2018). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Perkreditan Rakyat Karyajatnika Sadya Cabang Dago Bandung. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manjemen*, 2(2), 225–232.

Widhiasti, I. N. (2021). Pengaruh Kualitas Aktiva Produktif terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(2), 200–208.

Yilmaz, V., Ari, E., & Gurbuz, H. (2018). Investigating the Relationship between Service Quality Dimensions, Customer Satisfaction and Loyalty

in Turkish Banking Sector: An Application of Structural Equation Model.
International Journal of Bank Marketing, 36(3), 423–440.

LAMPIRAN
KUESIONER PENELITIAN

**“RELASI ANTARA ASET DAN DPK PERBANKAN SYARIAH DENGAN
KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH DI YOGYAKARTA”**

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabaraakatuh

Perkenalkan saya Ririn Tri Utami (19423196), Mahasiswi Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian tugas akhir (Skripsi) saya dengan judul "**Relasi antara Aset dan DPK Perbankan Syariah dengan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah di Yogyakarta**".

Oleh karena itu saya mengharapkan kesediaan Saudara/i untuk menyisihkan waktu kurang lebih 5 menit untuk mengisi kuesioner ini. Peneliti menjamin bahwa data pribadi responden terjaga kerahasiaannya dan tidak akan disebar luaskan. Hasil dari penelitian ini digunakan hanya untuk kepentingan komersil. Bagi responden yang beruntung akan mendapatkan *e-money* dan akan di hubungi secara pribadi oleh peneliti.

Atas kesediaan dan partisipasi Saudara/i meluangkan waktu mengisi kuisisioner ini, saya ucapkan terima kasih. Semoga selalu diberikan kemudahan dan kelancaran dalam segala urusan. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakaatuh

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. NAMA

2. JENIS KELAMIN

- Laki-laki
- Perempuan

3. USIA

- 18 - 25 Tahun
- 26 - 30 Tahun
- 31- 40 Tahun
- 41 - 50 Tahun
- 51 – 60 Tahun
- Diatas 60 Tahun

4. PENDIDIKAN TERAKHIR

- SD
- SMP
- SMA
- Diploma (D1,D2,D3)
- Sarjana (S1,S2,S3)

5. PEKERJAAN

- Pelajar/Mahasiswa
- Karyawan Swasta
- Wiraswasta
- PNS
- Lain-lain

6. PENDAPATAN

- < Rp. 1.000.000
- Rp.1.000.000 – Rp. 3.000.000
- Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
- > Rp. 5.000.000

7. APAKAH ANDA MENGGUNAKAN BANK SYARIAH?

- Iya
- Tidak

8. BANK SYARIAH APA YANG ANDA GUNAKAN?

- Bank *Syariah* Indonesia
- Bank Muamalat
- Bank Mega *Syariah*
- Bank *Syariah* Bukopin
- Bank Panin Dubai *Syariah*
- Bank Victoria *Syariah*
- Bank BCA *Syariah*
- Bank Aladin *Syariah*
- Bank Tabungan Pensiunan Nasional *Syariah*
- Bank Aceh *Syariah*
- BPD Nusa Tenggara Barat *Syariah*
- Bank Jabar Banten *Syariah*
- Lainnya

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

KETERANGAN	SKOR
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

1. Variabel Y1 (Kepuasan)

No	Pertanyaan	Penilaian				
		5	4	3	2	1
1	Kualitas layanan Bank <i>Syariah</i> sangat baik					
2	Saya puas dengan produk dan layanan Bank <i>Syariah</i>					
3	Saya puas dengan saran layanan keuangan Bank <i>Syariah</i>					
4	Saya puas bahwa Bank menjalankan kewajibannya terhadap tanggung jawab sosial dengan serius					
5	Saya bersedia untuk kembali menggunakan produk/jasa yang ditawarkan oleh Bank <i>Syariah</i>					
6	Bank <i>Syariah</i> memberikan kemudahan dalam bertransaksi					

2. Variabel Y2 (Loyalitas)

No	Pernyataan	Penilaian				
		5	4	3	2	1
1	Saya mengatakan hal-hal positif tentang Bank <i>Syariah</i> kepada orang lain					
2	Saya merekomendasikan keluarga dan teman untuk bertransaksi dengan Bank <i>Syariah</i>					
3	Saya merekomendasikan Bank <i>Syariah</i> kepada seseorang yang mencari nasihat					

4	Saya melanjutkan perbankan dengan Bank <i>Syariah</i>					
5	Saya menggunakan produk layanan Bank <i>Syariah</i> secara berulang					

LAMPIRAN 2
HASIL UJI INSTRUMEN

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Apakah Anda menggunakan Bank Syariah?	Bank Syariah apa yang Anda gunakan?
1	Jamaluddin Assidiqy	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
2	Firda	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
3	Muhammad Iswan	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
4	Kurnia	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
5	Mohamad Rafli Syah Maulana	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
6	Aisyah	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
7	Affan	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
8	M Ilham Nazaruddin Noor	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
9	Aidah Fitriyah	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
10	Akmal	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
11	Sahrul nr	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
12	Surya Rifa	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
13	NURAUZIA RAHMA USTI	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
14	Muhammad Luqmannul Hakim	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
15	Syiva Syatila	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
16	Anggito Bimo Prasetyo	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
17	Nita	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	> Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
18	Syahrul Gunawan	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
19	Miftahul Anwar	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
20	Iska saputra	Laki-Laki	31-40 Tahun	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia

21	Farkhan Hadiyanto	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
22	Wakhida	Perempuan	26-30 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
23	Honesty	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Lain-Lain	< Rp. 1.000.000	Iya	Lainnya
24	Humam	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Lainnya
25	Zein Muhammad Fachri	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
26	Muti'ah	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
27	andi audrian firmansyah tenry bali	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
28	Rusma eka susanti	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
29	ANDI TAHRAN PURNOMO	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
30	randhy fauzan mahdy	Laki-Laki	26-30 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
31	Amel	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Lain-Lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
32	Aul	Perempuan	26-30 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Wiraswasta	> Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
33	arif maulana yusuf	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
34	Dody	Laki-Laki	26-30 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
35	Sitti Annisa Haerani	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
36	Satrio Fajar Romadhon	Laki-Laki	26-30 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Lain-Lain	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
37	Edy much cahyadi	Laki-Laki	41-50 Tahun	SMA	Karyawan Swasta	> Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
38	Nanda Chintya Devi	Perempuan	26-30 Tahun	SMA	Lain-Lain	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
39	Nurul Rohmahwati	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
40	Muhammad Novri Arfani	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
41	Aklima Salae	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
42	Galuh	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
43	Hanifa Tunisa	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
44	Haura	Perempuan	31-40 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	> Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
45	Aldi	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	> Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia

46	Dea Fatika Putri	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
47	prima kesuma	Perempuan	26-30 Tahun	Diploma (D1,D2,D3)	Lain-Lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
48	Fina Nurunnabila	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
49	Mukhamad Hanif Khoerul Anam	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
50	Fitria u.a	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
51	Arum Sulistyowati	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Lainnya
52	Darwizar	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
53	Siti Nurjema	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Aladin Syariah
54	Nadine Aulia Azzahra	Perempuan	18-25 Tahun	SMP	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
55	Aldona sintawati	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
56	Shofwatul Ummah	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Lainnya
57	Miftakhul Jannah	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
58	Nabil Fikri Palasenda	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
59	Dedy Dwi Cahyo Saputro	Laki-Laki	26-30 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
60	Abisarh Unus Qardhawi	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
61	AL	Perempuan	26-30 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Lain-Lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
62	Hayatul Makky	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
63	Yulia	Perempuan	26-30 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
64	Ulfah nurzuzimah	Perempuan	31-40 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
65	Misbah Nur Afraha	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
66	Arum sekar tolang	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
67	Bibit Fajar	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
68	siti ulfah	Perempuan	31-40 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
69	Qomar	Laki-Laki	31-40 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	> Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
70	Abdul Razak Has	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia

71	Alim	Laki-Laki	31-40 Tahun	SMA	Karyawan Swasta	> Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
72	Eustass	Laki-Laki	26-30 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Wiraswasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
73	Ratmoko	Laki-Laki	31-40 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	> Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
74	Yasminah Nur Fitriah	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
75	Doni Refa Septian	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
76	Rizkiansyah Eko Nurcahyo	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
77	Fachrina	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
78	Ika septiana susanti	Perempuan	18-25 Tahun	Diploma (D1,D2,D3)	Karyawan Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
79	Jaya Bhaharuddin Yusuf	Laki-Laki	18-25 Tahun	Diploma (D1,D2,D3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
80	Ria Hanafiah	Perempuan	31-40 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
81	Zumrotul M	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
82	LIA	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
83	Najib	Laki-Laki	31-40 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Lainnya
84	Ridha fadhila	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
85	Nurul	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
86	Sabrina Tribuana Citrawardhani	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
87	Leila Navisa Rabbaniyah	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Lain-Lain	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
88	Rumiyati	Perempuan	18-25 Tahun	Diploma (D1,D2,D3)	Karyawan Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
89	Nuhan Saai	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
90	Zaqi	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
91	Muhammad Dafa Alhaq	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
92	Revi	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
93	Arum setyawardani	Perempuan	31-40 Tahun	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
94	Indah Wulandari	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia

95	Nindri Nur Afifah	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
96	hazza	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
97	Fredy	Laki-Laki	26-30 Tahun	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
98	Dika	Laki-Laki	18-25 Tahun	Diploma (D1,D2,D3)	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Lainnya
99	Ana Mardiatius Soimah	Perempuan	31-40 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
100	Fauzan Khumasi	Laki-Laki	31-40 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
101	Alimatu Balqis	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
102	Haidar Daffa	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Lainnya
103	Muhammad Fadhel	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
104	Lahiq Murtadla	Laki-Laki	31-40 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Lain-Lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
105	Laief Bachtiar	Laki-Laki	26-30 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	> Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
106	Sursyahnani	Perempuan	41-50 Tahun	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
107	Nor Fadillah	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
108	Nuriya Fina Wahidah	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
109	Putri	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
110	Rizqika Ario Pratama	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
111	Muhammad Toha Saputra	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
112	Ayu Lestary	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Wiraswasta	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
113	alfian zabid	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
114	Nouval Solehudin Ali	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
115	Safrinal	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Lain-Lain	< Rp. 1.000.000	Iya	Lainnya
116	Budi anggari	Laki-Laki	26-30 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	> Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
117	Yolanderu Septiana	Perempuan	26-30 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	PNS	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
118	Palupi	Perempuan	31-40 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
119	Rizki Oktavianta	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia

120	Hanifah Rodhiatul Latifah	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
121	M RIZQON 'AFIF	Laki-Laki	31-40 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
122	Fauzan chandra	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
123	Alif	Laki-Laki	31-40 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
124	Kaukab	Laki-Laki	31-40 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
125	Sari	Perempuan	31-40 Tahun	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
126	Fauzan	Laki-Laki	31-40 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
127	Istiyono	Laki-Laki	41-50 Tahun	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
128	Mustakim	Laki-Laki	51-60 Tahun	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
129	Hafid	Laki-Laki	41-50 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
130	Agus nur cahyo	Laki-Laki	31-40 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
131	Wati	Perempuan	31-40 Tahun	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
132	Ghamalaisa Nurfathu Nisa	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Lain-Lain	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
133	Nastiti	Perempuan	31-40 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Lain-Lain	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
134	Bayu fahmi nugraha	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
135	Muhammad Nur Afif Afandi	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
136	Randy Firmansyah	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
137	Selly Viyolia	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
138	Evanti Rahma Wuryandari	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
139	Rizal Febrianto	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank BCA Syariah
140	Fadil Muhammad	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
141	Fikri Arya Ramadhan	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
142	Muhammad Sholeh As Syafii	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
143	Muktia Farah	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
144	Jabar As Siddiq	Laki-Laki	26-30 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	PNS	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Muamalat
145	Nanda Egita Anggraini	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Lain-Lain	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank BCA Syariah

146	Annisa Nanda Audia	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Muamalat
147	Rizka	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Wiraswasta	> Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
148	Arina	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
149	Rizal Zainudin	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
150	Khoerunnisha	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
151	Nurul Farhanah	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Lain-Lain	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
152	Langbhakti Nastia	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Lain-Lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
153	Nadlif	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
154	Salsa Yuni Prawesti	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
155	Mus'ad Muzakkir	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
156	Nabila Mumtazah Priyatna	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
157	Adelina tanjung	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
158	Arif Khoirul Umam	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
159	Mufidatun Hasanah	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
160	Pandini	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
161	Zidny Alfdy Marhaeni	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
162	Siti harlianti	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
163	Ulfia nur afifa	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
164	Fadhlan	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Lain-Lain	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
165	Muhammad Zidni Ilman Rafiudin	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
166	Aldona	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
167	Alifia Rahmadhanty	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
168	Febriana ayu putri	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Lainnya
169	Riyan indra wijaya	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
170	Hengky Kurniawan	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
171	Aklima Salae	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia

172	Imam zuhdi rahman	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
173	salsa	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank BCA Syariah
174	Adilatul Fauziah	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Lain-Lain	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Muamalat
175	Tri Hunon	Perempuan	51-60 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	PNS	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
176	Nadia Rachmawati Nur Hidayah	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Muamalat
177	Hidayatul Iqbal	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
178	Azriel Ghiffari Ramadhan Saleh	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
179	Febbi Rivani	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
180	Hasrullah Razki H M	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Lain-Lain	> Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
181	kayyis	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
182	Mizan	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
183	Muhammad Umair	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Aceh Syariah
184	Audry Fitri A	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
185	Widya	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
186	Kumala Maulidina Ritanto	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
187	Zaida	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
188	Emi Elisa	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
189	Aisyah Nur Syarifatul Maulidiyah	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
190	Muhammad ryas fatiha kesuma	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
191	Nidaan Khofiya	Perempuan	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
192	Ardi Yanuar	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
193	M hashfi juari	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	Karyawan Swasta	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
194	Bella Nabilah	Perempuan	26-30 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Lain-Lain	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
195	Selviani	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank BCA Syariah
196	Trianso Eko Putra	Laki-Laki	31-40 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Lain-Lain	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia
197	Krisma Kesuma Riya	Perempuan	26-30 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Lain-Lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank Syariah Indonesia

198	Aan	Perempuan	18-25 Tahun	SMP	Lain-Lain	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank <i>Syariah</i> Indonesia
199	Ahmad Iriawan	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Karyawan Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Lainnya
200	Rois Rahmat Ashidik	Laki-Laki	18-25 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank <i>Syariah</i> Indonesia
201	SITI KHOLIFAH	Perempuan	51-60 Tahun	Sarjana (S1,S2,S3)	Lain-Lain	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank <i>Syariah</i> Indonesia
202	Hasna Miladiya Mumtaz	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	Iya	Bank <i>Syariah</i> Indonesia
203	Ardhiva Salsabila Candra	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000	Iya	Bank <i>Syariah</i> Indonesia

LAMPIRAN 3
TABULASI DATA PENELITIAN

1. Variabel kepuasan nasabah bank syariah (Y1)

No	Kepuasan Nasabah (Y1)						Total
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	
1	4	4	5	5	5	5	28
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	24
5	3	3	3	3	3	3	18
6	5	5	5	5	5	4	29
7	4	4	3	5	5	4	25
8	3	4	4	4	4	4	23
9	5	5	5	5	5	5	30
10	4	4	4	4	4	3	23
11	5	5	5	5	5	5	30
12	4	3	2	3	3	4	19
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	2	3	4	4	4	21
16	3	3	3	4	4	4	21
17	5	5	5	5	5	5	30
18	5	4	4	5	5	5	28
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	5	4	5	4	28
21	4	4	4	4	4	4	24
22	5	5	5	5	5	5	30
23	3	3	3	3	3	3	18
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	3	4	4	3	3	21
26	4	5	5	5	4	4	27
27	4	5	4	4	3	4	24
28	3	3	3	3	3	3	18
29	4	4	4	4	3	3	22
30	4	4	4	4	4	3	23
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	3	3	3	3	3	19

33	3	3	3	4	2	3	18
34	2	4	4	2	5	2	19
35	4	5	4	5	5	5	28
36	3	3	3	3	3	3	18
37	4	4	3	3	4	4	22
38	4	3	4	3	4	3	21
39	4	4	4	4	3	4	23
40	4	4	4	4	4	4	24
41	5	5	5	4	4	4	27
42	5	4	4	4	4	4	25
43	4	4	5	4	5	4	26
44	4	4	4	4	5	4	25
45	5	5	5	4	4	4	27
46	5	5	5	4	4	5	28
47	5	5	5	4	4	4	27
48	5	4	4	4	4	5	26
49	5	4	5	5	5	5	29
50	3	4	4	4	4	4	23
51	5	4	4	4	3	4	24
52	5	5	5	5	5	5	30
53	4	4	5	5	4	4	26
54	5	4	4	4	4	4	25
55	5	5	5	5	5	5	30
56	3	3	3	4	3	3	19
57	4	4	4	4	4	4	24
58	2	3	3	3	1	4	16
59	4	4	4	4	4	2	22
60	3	3	3	3	3	3	18
61	4	4	4	5	5	4	26
62	4	4	4	4	4	4	24
63	4	4	4	3	3	5	23
64	5	5	5	5	5	5	30
65	4	4	4	4	3	4	23
66	4	4	4	3	3	3	21
67	5	4	4	4	5	4	26
68	5	5	5	5	5	5	30
69	4	4	4	4	4	4	24
70	3	3	3	3	3	3	18
71	5	5	5	5	5	5	30
72	4	4	4	4	4	4	24
73	5	4	5	4	5	5	28

74	4	4	4	5	4	4	25
75	4	4	4	4	4	4	24
76	5	5	5	5	5	5	30
77	4	4	4	3	4	4	23
78	4	4	4	3	4	4	23
79	4	4	4	5	4	5	26
80	3	3	3	3	3	3	18
81	4	4	4	4	3	4	23
82	3	3	3	3	3	3	18
83	4	4	4	4	4	3	23
84	5	5	5	5	3	3	26
85	4	3	3	1	3	4	18
86	4	4	5	4	4	4	25
87	4	4	4	4	4	4	24
88	4	5	4	5	4	4	26
89	5	5	5	5	5	4	29
90	4	4	4	4	4	4	24
91	4	4	4	5	3	4	24
92	5	4	4	4	4	4	25
93	5	5	5	5	5	5	30
94	4	4	4	4	4	4	24
95	4	4	4	4	4	4	24
96	4	4	4	5	4	4	25
97	4	4	4	4	4	5	25
98	4	4	4	4	3	4	23
99	4	4	3	4	4	4	23
100	4	4	4	4	4	4	24
101	5	5	5	5	5	5	30
102	4	5	5	5	5	4	28
103	5	5	5	5	5	5	30
104	4	4	4	4	3	3	22
105	5	1	3	3	1	1	14
106	4	4	5	5	5	4	27
107	4	4	2	2	5	4	21
108	3	3	4	4	3	3	20
109	4	4	4	3	4	4	23
110	3	3	4	4	3	3	20
111	4	5	4	4	4	5	26
112	4	4	4	4	3	4	23
113	5	5	5	5	4	5	29
114	5	4	4	3	4	4	24

115	5	5	5	5	5	5	30
116	5	5	5	5	5	5	30
117	4	4	4	4	4	4	24
118	4	4	4	4	4	4	24
119	4	4	4	4	4	4	24
120	4	4	4	4	4	4	24
121	4	4	4	4	4	4	24
122	5	4	4	4	4	4	25
123	4	4	4	3	4	4	23
124	4	4	4	4	4	4	24
125	4	4	4	3	4	4	23
126	4	4	4	4	5	4	25
127	4	4	4	4	3	4	23
128	4	4	4	4	4	4	24
129	4	4	4	4	4	4	24
130	4	4	4	4	5	4	25
131	4	4	4	4	4	4	24
132	4	4	2	4	5	5	24
133	4	4	4	4	4	4	24
134	4	4	4	4	4	3	23
135	5	4	3	4	5	5	26
136	4	4	4	4	4	4	24
137	3	4	3	3	5	5	23
138	3	4	4	4	4	5	24
139	4	4	4	4	4	4	24
140	4	4	4	4	4	4	24
141	3	3	3	4	5	5	23
142	5	5	5	5	4	5	29
143	4	4	4	4	3	4	23
144	4	5	4	5	4	4	26
145	4	4	5	4	5	5	27
146	3	4	4	4	5	5	25
147	4	4	4	4	3	4	23
148	4	4	4	4	4	4	24
149	5	5	5	4	4	4	27
150	4	4	4	4	3	4	23
151	4	4	5	4	4	4	25
152	4	4	4	4	5	5	26
153	4	4	4	4	4	4	24
154	4	4	4	4	4	4	24
155	4	5	5	4	5	5	28

156	4	5	5	5	5	5	29
157	4	4	4	3	3	4	22
158	5	5	4	5	4	5	28
159	4	4	4	3	4	4	23
160	3	3	3	3	4	2	18
161	4	4	4	4	4	3	23
162	5	5	5	5	4	5	29
163	4	4	4	4	4	4	24
164	4	4	4	4	4	4	24
165	2	3	3	3	3	3	17
166	5	5	5	5	5	5	30
167	5	5	5	5	5	4	29
168	4	4	4	4	4	4	24
169	4	4	4	4	4	5	25
170	5	5	5	5	5	5	30
171	5	4	4	5	4	5	27
172	4	4	3	5	4	4	24
173	4	5	5	5	4	4	27
174	4	4	4	5	4	5	26
175	4	4	4	4	4	4	24
176	4	4	4	4	4	4	24
177	4	4	4	4	4	4	24
178	4	5	5	5	5	5	29
179	3	3	3	4	3	3	19
180	4	4	4	4	4	5	25
181	4	4	4	5	4	5	26
182	3	4	3	3	3	5	21
183	4	4	4	4	4	4	24
184	4	4	4	4	4	4	24
185	5	5	4	4	4	4	26
186	3	3	3	4	4	3	20
187	4	5	5	5	4	5	28
188	5	5	5	5	5	5	30
189	4	4	4	4	4	4	24
190	3	3	3	3	4	4	20
191	4	5	5	5	5	5	29
192	4	5	4	4	5	4	26
193	4	4	4	3	3	5	23
194	5	4	4	4	4	5	26
195	5	5	5	5	4	4	28
196	5	4	4	4	4	4	25

197	4	4	4	4	5	5	26
198	4	4	4	4	4	4	24
199	4	3	4	3	2	2	18
200	5	4	4	5	5	4	27
201	5	5	4	4	4	3	25
202	4	3	3	4	3	5	22
203	2	3	3	3	3	2	16

2. Variabel Loyalitas Nasabah (Y2)

No	Loyalitas Nasabah (Y2)					Total
	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5	
1	4	5	5	4	4	22
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	3	19
4	4	3	3	3	3	16
5	3	3	3	3	2	14
6	5	5	5	5	5	25
7	3	4	2	3	4	16
8	4	4	4	5	4	21
9	5	5	5	5	5	25
10	4	5	4	4	5	22
11	5	5	5	5	5	25
12	3	3	2	3	3	14
13	5	5	5	5	5	25
14	4	4	5	4	3	20
15	2	4	4	4	4	18
16	3	3	3	3	2	14
17	5	5	5	5	5	25
18	4	5	5	4	5	23
19	5	5	5	4	4	23
20	5	4	4	5	5	23
21	3	4	4	4	4	19
22	5	4	4	4	5	22
23	4	3	3	3	3	16
24	4	4	4	3	2	17
25	5	4	5	4	4	22
26	4	5	5	5	5	24
27	4	3	4	3	4	18

28	4	4	3	4	4	19
29	4	3	3	3	3	16
30	4	4	4	4	4	20
31	4	3	4	4	3	18
32	2	2	2	4	4	14
33	2	2	4	3	4	15
34	4	4	4	4	3	19
35	5	5	5	5	5	25
36	3	3	3	3	3	15
37	3	3	3	4	4	17
38	4	4	3	4	3	18
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	3	4	4	19
41	4	4	3	4	5	20
42	4	4	4	4	4	20
43	5	4	4	5	4	22
44	4	5	5	5	5	24
45	4	5	4	4	5	22
46	4	4	4	4	4	20
47	5	5	5	4	4	23
48	4	4	4	4	4	20
49	5	5	5	5	4	24
50	4	4	4	4	4	20
51	4	3	3	3	4	17
52	5	5	5	5	5	25
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	3	3	18
55	5	5	5	5	5	25
56	4	4	4	4	4	20
57	5	4	4	4	4	21
58	3	2	3	3	3	14
59	4	3	3	4	3	17
60	3	3	3	3	2	14
61	5	5	5	5	4	24
62	4	4	4	4	4	20
63	5	4	3	4	3	19
64	4	4	4	4	4	20
65	4	3	3	3	3	16
66	4	3	3	3	2	15
67	4	4	4	4	4	20
68	5	5	5	5	5	25

69	4	3	5	5	4	21
70	3	3	3	3	3	15
71	5	5	5	5	5	25
72	4	3	3	2	3	15
73	5	5	4	4	5	23
74	4	3	3	4	4	18
75	3	3	3	4	4	17
76	5	5	5	5	3	23
77	4	5	5	5	4	23
78	4	4	4	4	4	20
79	5	5	4	4	4	22
80	3	5	4	4	4	20
81	3	3	3	4	3	16
82	3	3	3	3	3	15
83	4	3	4	4	4	19
84	3	4	4	4	5	20
85	3	4	4	4	4	19
86	5	4	3	5	4	21
87	4	4	4	4	4	20
88	5	5	4	4	5	23
89	5	4	3	4	3	19
90	4	3	3	4	4	18
91	4	3	3	4	4	18
92	4	4	5	5	4	22
93	4	5	5	5	5	24
94	3	3	3	4	3	16
95	4	4	4	4	4	20
96	4	4	4	4	4	20
97	4	3	4	4	5	20
98	3	3	3	4	4	17
99	4	4	4	4	4	20
100	4	4	3	4	2	17
101	5	5	5	5	5	25
102	3	4	5	3	4	19
103	5	4	5	5	5	24
104	2	2	2	4	3	13
105	3	1	3	1	1	9
106	4	5	5	4	5	23
107	2	2	1	5	5	15
108	3	4	4	3	3	17
109	4	3	2	4	5	18

110	4	4	4	4	4	20
111	5	5	5	4	4	23
112	4	5	5	5	4	23
113	5	4	4	4	4	21
114	4	4	4	5	5	22
115	5	4	4	4	4	21
116	5	5	5	5	5	25
117	3	3	3	3	3	15
118	4	4	4	4	4	20
119	3	4	3	2	2	14
120	4	4	4	4	4	20
121	4	4	4	4	4	20
122	3	4	3	4	4	18
123	4	5	5	4	5	23
124	4	4	4	4	4	20
125	4	3	3	4	4	18
126	5	4	4	4	4	21
127	4	4	4	4	4	20
128	4	4	3	4	4	19
129	4	4	5	4	4	21
130	5	3	4	4	3	19
131	4	4	4	4	4	20
132	4	5	5	5	5	24
133	4	4	3	4	4	19
134	3	4	3	3	3	16
135	5	5	3	4	5	22
136	4	4	4	3	3	18
137	4	5	3	5	5	22
138	4	4	3	5	5	21
139	4	4	4	4	5	21
140	4	4	4	4	4	20
141	4	4	3	5	5	21
142	5	4	5	4	5	23
143	3	3	3	3	3	15
144	4	4	3	4	5	20
145	4	5	4	5	4	22
146	4	4	3	5	5	21
147	4	3	4	3	4	18
148	4	4	4	5	4	21
149	4	4	4	4	4	20
150	3	4	3	3	3	16

151	4	4	4	4	3	19
152	5	5	5	5	5	25
153	4	4	4	4	4	20
154	5	3	3	3	3	17
155	3	5	5	5	5	23
156	4	3	4	5	4	20
157	3	3	3	3	3	15
158	4	4	3	4	4	19
159	4	3	4	3	4	18
160	3	4	2	4	2	15
161	3	4	5	4	5	21
162	5	4	4	4	4	21
163	4	4	4	4	4	20
164	3	4	3	4	4	18
165	3	3	3	3	3	15
166	5	5	5	5	5	25
167	5	5	3	5	5	23
168	4	4	4	4	4	20
169	4	5	4	5	5	23
170	4	4	4	4	4	20
171	4	4	4	5	5	22
172	4	4	3	4	5	20
173	4	3	3	4	3	17
174	4	4	4	5	5	22
175	4	3	4	4	4	19
176	4	3	3	3	3	16
177	4	5	5	5	5	24
178	5	3	5	5	5	23
179	4	4	3	4	4	19
180	4	3	4	5	5	21
181	4	5	4	4	4	21
182	4	4	5	4	5	22
183	4	4	4	4	4	20
184	4	4	4	4	4	20
185	4	4	3	3	3	17
186	3	4	3	4	4	18
187	5	5	4	4	4	22
188	4	4	4	4	4	20
189	4	4	4	4	4	20
190	3	3	4	4	4	18
191	5	5	5	5	5	25

192	4	4	5	5	5	23
193	4	4	3	4	4	19
194	4	4	4	4	4	20
195	4	4	4	4	4	20
196	5	5	5	5	5	25
197	5	4	4	4	5	22
198	3	3	3	4	4	17
199	3	2	1	3	3	12
200	5	5	4	4	5	23
201	4	4	4	4	4	20
202	4	4	4	5	5	22
203	3	2	2	4	3	14

LAMPIRAN 4

OUTPUT SEM PLS

1. Outer Loading

	Y1	Y2
Y1.2	0.880	
Y1.3	0.815	
Y1.4	0.791	
Y1.5	0.778	
Y1.6	0.763	
Y2.1		0.765
Y2.2		0.845
Y2.3		0.791
Y2.4		0.793
Y2.5		0.772
Y1.1	0.735	

2. AVE

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Y1	0.883	0.889	0.911	0.632
Y2	0.853	0.857	0.895	0.630

3. HTMT

	Y1	Y2
Y1	0.795	
Y2	0.725	0.794

4. Cross Loading

	Y1	Y2
Y1.2	0.880	0.590
Y1.3	0.815	0.541
Y1.4	0.791	0.531
Y1.5	0.778	0.665
Y1.6	0.763	0.632
Y2.1	0.658	0.765
Y2.2	0.596	0.845
Y2.3	0.542	0.791
Y2.4	0.523	0.793
Y2.5	0.533	0.772
Y1.1	0.735	0.444

5. Composite Reliability

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Y1	0.883	0.889	0.911	0.632
Y2	0.853	0.857	0.895	0.630

6. Cronbach's Alpha

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Y1	0.883	0.889	0.911	0.632
Y2	0.853	0.857	0.895	0.630

7. R-Square

	R-square	R-square adjusted
Y2	0.525	0.523

8. Path Coeffisien

	Y1	Y2
Y1		0.725
Y2		

9. T Statistic (Bootstrapping)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Y1 → Y2	0.725	0.727	0.035	20.838	0.000

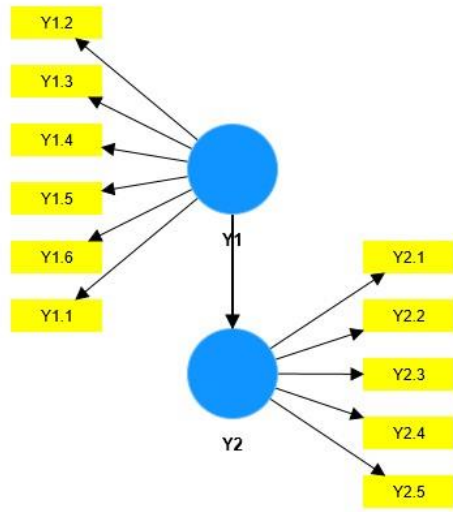
10. Blindfolding

	Q ² predict
Y2.1	0.417
Y2.2	0.344
Y2.3	0.286
Y2.4	0.260
Y2.5	0.274

11. Model Fit

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.089	0.089
d_ULS	0.521	0.521
d_G	0.205	0.205
Chi-square	243.998	243.998
NFI	0.816	0.816

LAMPIRAN 5
GAMBAR MODEL



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Ririn Tri Utami adalah nama penulis skripsi ini. Lahir pada tanggal 17 September 2000 di Palembang. Penulis merupakan Anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan bapak Sugiyanto dan almh Ibu Musrini. Penulis saat ini bertempat tinggal di Jl. Mandi Api 1 Ujung, No. 1348, RT.26, RW.08, Kelurahan : Srijaya, Kecamatan : Alang-alang Lebar, Palembang, Sumatera Selatan. Kontak penulis yang dapat dihubungi 081272941291 dan email r.tryatmaja20@gmail.com. Riwayat pendidikan penulis, pada tahun 2012 lulus dari SD Negeri 128 Palembang, tahun 2015 lulus dari SMP Muhammadiyah 4 Palembang, 2018 lulus dari SMA Negeri 11 Palembang, dan 2019 memasuki perguruan tinggi di Universitas Islam Indonesia Fakultas Ilmu Agama Islam Jurusan Ekonomi Islam.

Kegiatan penulis selama berada di bangku perkuliahan S1 yaitu:

1. Penulis bergabung dalam organisasi HMI (Himpunan Mahasiswa Islam) dan menjabat sebagai anggota sekaligus sekretaris Bidang PSDK (Pengembangan Sumber Daya Kader)
2. Penulis juga pernah menjadi panitia Pesona Ta'aruf sebagai Wali Jama'ah dan menjadi panitia Ta'aruf Mahasiswa sebagai Wali Jama'ah pada tahun 2020.
3. Penulis pernah bergabung dalam organisasi Lembaga Eksekutif Mahasiswa dan menjabat sebagai sekretaris bidang PSDM (Pengembangan Sumber Daya Kader) pada tahun 2021.

Akhir kata, berkat pertolongan dan perlindungan dari Allah SWT serta usaha dan doa yang selalu dipanjatkan, penulis mengucapkan banyak terimakasih dan bersyukur atas terselesaikannya skripsi tugas akhir ini dengan judul “Relasi antara Aset dan DPK Perbankan *Syariah* dengan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah di Yogyakarta”.