



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 2263-2270

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia di Bireuen dalam Gadai Emas.

Cut Nanda Fermita^{1*}, Nurhayati², Julian Chandra³

Manajemen Ritel, Fakultas Ekonomi, Universitas Almuslim

cutnandafermita@umuslim.ac.id¹, nurhayati277@umuslim.ac.id², cepazchandra@gmail.com³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas nasabah dengan Kepuasan sebagai variabel intervening di Bank Syariah Indonesia, Kabupaten Bireun, khususnya bagi nasabah yang melakukan gadai emas. Sampel yang diambil sebanyak 230, dihitung dari lima kali jumlah indikator (46 x 5). Analisis data dilakukan menggunakan program SEM AMOS. Hasil regresi dengan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah. Selain itu, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan juga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas nasabah dalam melakukan gadai emas. Selanjutnya, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas nasabah dengan Kepuasan sebagai variabel intervening di Kabupaten Bireun.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, loyalitas, kepuasan

1. Latar Belakang

Industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat dinamis dan kompetitif. Dengan mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam, kehadiran bank syariah mendapat sambutan positif dari masyarakat. Prinsip operasional yang berdasarkan hukum syariah Islam dan menjauhi praktik riba menjadikan bank syariah semakin diminati dibandingkan bank konvensional. Produk-produk yang ditawarkan pun semakin beragam dan memiliki keunikan tersendiri.

Secara global, bank syariah pertama kali berdiri pada tahun 1963 di Mesir dengan nama My-Ghamr Bank, yang dipelopori oleh Ahmad El Najar dan didukung oleh Kerajaan Arab Saudi. Di Indonesia, inisiatif pendirian bank syariah dimulai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tahun 1990, melalui pembentukan kelompok kerja untuk merancang bank Islam. Proses ini diawali dengan lokakarya di Cisarua, Bogor, dan ditindaklanjuti pada Musyawarah Nasional IV MUI di Jakarta, yang menghasilkan mandat pembentukan Tim Perbankan MUI.

Selama lebih dari dua dekade, bank syariah di Indonesia menunjukkan kemajuan yang signifikan dari sisi kelembagaan maupun kinerja keuangan, termasuk peningkatan jumlah nasabah. Namun, tantangan pengembangan tetap ada, terutama dalam hal operasional dan model bisnis yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan nasional serta standar internasional.

Model bisnis bank syariah diharapkan tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga sejalan dengan nilai-nilai Maqasid al-Syariah, seperti keadilan, kemaslahatan, dan keseimbangan. Model ini harus mendukung sektor riil dan mampu bertahan dalam situasi krisis, serta menjadi bagian dari cetak biru pengembangan perbankan syariah nasional, termasuk dalam Arsitektur Perbankan Indonesia (API) dan Arsitektur Keuangan Syariah Indonesia (AKSI).

Sebagai contoh keberhasilan, PT Bank Syariah Indonesia mencatatkan peningkatan laba bersih sebesar 67% secara tahunan (year-on-year) pada Triwulan III tahun 2018, mencerminkan pertumbuhan yang sehat dan prospektif bagi masa depan perbankan syariah di Indonesia. Pembiayaan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan di bank syariah. Pembiayaan merupakan kegiatan penyaluran dana kepada masyarakat. Terdapat beberapa akad yang digunakan dalam pembiayaan salah satunya adalah akad rahn atau gadai.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa loyalitas nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, dan kepuasan nasabah. Ketiga variabel tersebut memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas terhadap perusahaan. pelayanan tidak hanya berdampak langsung terhadap loyalitas, tetapi juga berdampak tidak langsung melalui kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi. (Alawiyah, 2022). Signifikan (Kasdaryanti, 2023). Sementara itu, studi lain menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. (Nurinsan, 2022).

Kepuasan nasabah sendiri didefinisikan sebagai perasaan yang muncul setelah pelanggan menyelesaikan transaksi pembelian atau penggunaan layanan (Lestari, R. E., Meiria, E., & Saharuddin, 2023). Konteks layanan gadai emas di Bank Syariah Indonesia Kota Bireuen, sebagian nasabah mengungkapkan tingkat kepuasan yang tinggi. Mereka merasa terbantu secara finansial berkat adanya fasilitas gadai emas, yang menunjukkan bahwa layanan ini memberikan manfaat langsung dan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap bank.

Loyalitas nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh kepuasan, tetapi juga oleh kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan terhadap penyedia jasa. Kualitas pelayanan mencerminkan keseluruhan ciri dan karakteristik jasa yang mampu memberikan kepuasan kepada pengguna. Meskipun kualitas jasa lebih sulit diukur dibandingkan dengan produk fisik, pelanggan tetap memberikan penilaian berdasarkan kesesuaian layanan dengan harapan mereka. Oleh karena itu, pemahaman terhadap harapan konsumen menjadi penting dalam merancang layanan yang efektif.

Menurut Lewis kualitas layanan diukur dari sejauh mana layanan yang diberikan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan (Fatonah, 2021). Studi lain menjelaskan kualitas merupakan kondisi dinamis yang mencakup aspek produk, jasa, proses, manusia, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sementara itu, American Society for Quality Control mendefinisikan kualitas sebagai kemampuan suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.

Penelitian lain menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Bachri, 2020). Di samping itu, kepercayaan juga merupakan faktor penting yang memengaruhi loyalitas dan kepuasan nasabah. Kepercayaan mencerminkan keyakinan konsumen terhadap keandalan dan integritas penyedia jasa, serta berperan penting dalam membangun hubungan jangka panjang (Azmi, 2022). Penelitian yang mendukung bahwa kepercayaan memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, dengan kepuasan sebagai variabel perantara (Wulan, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia Kota Bireuen. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengkaji peran kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Bank Syariah Indonesia yang beralamatkan jalan Banda Aceh No.8, Geulumpang Payong, Jeumpa, kabupaten Bireuen. objek penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia yang melakukan gadai emas. Ruang lingkup penelitian adalah variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan dan loyalitas. Jenis data yang digunakan adalah kuantitatif yang dijabarkan dengan deskripsi. Data yang digunakan data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada nasabah Bank Syariah Indonesia kota Bireuen yang melakukan gadai emas. Populasi penelitian berjumlah 230 nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Bireuen yang melakukan gadai emas. teknik penarikan sampel dilakukan dengan non probability sampling dengan teknik purposive sampling. jumlah indikator adalah sebanyak 46 indikator dikalikan dengan 5, sehingga jumlah sampel minimum untuk penelitian ini adalah sebanyak 230 sampel.

Metoda analisa data dilakukan dengan analisis deskriptif dan analisis verifikatif Analisis deskriptif merupakan pengolahan data terhadap karakteristik dan jawaban responden dengan menggunakan tabel frekuensi dan

persentase serta rata-rata hitung (mean). Analisis verifikatif adalah analisis untuk menguji pengaruh antar variabel dan analisis efek mediasi. Analisis verifikatif dalam penelitian ini menggunakan perangkat Structural Equation Modeling (SEM) melalui program Analysis of Moment Structure (AMOS).

3. Hasil dan Diskusi

Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan produk pembiayaan berbasis jaminan emas yang menjadi solusi cepat untuk memperoleh dana tunai. Produk ini menawarkan biaya yang relatif murah, pelayanan yang nyaman, serta jaringan layanan yang luas di seluruh Indonesia. Keunggulan lainnya mencakup keamanan, kemudahan, dan kecepatan transaksi, serta integrasi dengan fasilitas lain seperti rekening tabungan dan ATM.

BSI menerapkan Financing to Value (FTV), yaitu rasio antara nilai pembiayaan yang diberikan dengan nilai agunan emas. Untuk emas perhiasan, FTV ditetapkan sebesar 80%, sedangkan untuk emas lantakan sebesar 95%, sesuai ketentuan Bank Indonesia.

Akad yang digunakan adalah Qardh dalam rangka Rahn, yaitu pinjaman yang disertai penyerahan barang jaminan kepada bank, dan biaya pemeliharaan dikenakan melalui akad Ijarah. Karakteristik utama produk ini meliputi:

1. Berdasarkan prinsip syariah (akad Qardh dan Ijarah).
2. Biaya administrasi dan asuransi dibayar saat pencairan.
- Biaya pemeliharaan dihitung per 15 hari dan dibayar saat pelunasan.
4. Biaya terdiri dari biaya administrasi (dibayar di awal) dan biaya pemeliharaan (dibayar di awal atau akhir).
5. Jangka waktu gadai selama empat bulan dan dapat diperpanjang.

Saat ini, layanan Gadai Emas tersedia di 396 cabang BSI di seluruh Indonesia. BSI juga telah bermitra dengan PT Pos Indonesia, dan PT Bank Sinar Harapan Bali untuk mempermudah akses dan transaksi nasabah.

Jenis kelamin nasabah pegadaian emas di Bank Syariah Indonesia sebagian besar responden berjenis kelamin Laki-laki sebanyak 122 orang atau 55% dari total responden. Sementara jenis kelamin perempuan adalah sebanyak 100 orang atau 45% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki lebih suka bertransaksi dengan produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia di Kota Bireuen.

Indikator yang disajikan disini adalah indikator-indikator yang telah melalui proses analisis faktor konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis/CFA) dengan Structural Equation Modelling

(SEM) Amos. Untuk melihat deskripsi jawaban responden dianalisis dengan pendekatan perangkat Statistical Package for Social Science (SPSS).

Indikator KP1 adalah tentang kecermatan karyawan, KP2 tentang kejelasan standar pelayanan, KP3 tentang kemampuan karyawan menggunakan alat bantu, KP4 tentang keahlian karyawan, KP5 adalah tentang responsif karyawan, KP15 tentang keadilan karyawan melayani dan KP16 tentang karyawan menghargai nasabah.

Tabel 1
Deskripsi Jawaban Responden terhadap Kualitas Pelayanan

Item	N	Minimum	Maximum	Mean
KP1	222	1	5	3,95
KP2	222	1	5	4,06
KP3	222	1	5	3,88
KP4	222	1	5	3,88
KP5	222	1	5	4,02
KP15	222	1	5	4,07
KP16	222	1	5	4,00
Valid (Listwise)				3,98

Tabel 1 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegadaian emas Bank Syariah Indonesia di Kota Bireuen memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 3,98. Nilai menunjukkan bahwa jawaban terhadap variabel kualitas pelayanan pada transaksi pegadaian emas Bank Syariah Indonesia di Kota Bireuen sudah baik. Bank Syariah Indonesia memiliki karyawan yang cermat dalam melayani sehingga nasabah tidak dirugikan dan karyawan mampu menggunakan peralatan teknologi secara mahir.

Variabel kepuasan nasabah memiliki sebelas indikator, namun setelah melalui proses analisis faktor konfirmatori variabel ini menjadi lima indikator yang memiliki nilai faktor loading yang sesuai. Indikator pertama KPS1 adalah tentang kepuasan setelah menggunakan produk, KPS2 tentang harga yang rendah, KPS3 tentang sistem yang efektif, KPS5 tentang kehandalan karyawan, dan terakhir adalah KPS11 tentang efisiensi pelayanan. Adapun deskripsi jawaban untuk variabel kepuasan nasabah adalah sebagai berikut.

Tabel 2
Deskripsi Jawaban Responden terhadap Kepuasan

Item	N	Minimum	Maximum	Mean
KPS1	222	1	5	3,74
KPS2	222	1	5	3,58
KPS3	222	1	5	3,77
KPS5	222	1	5	3,72
KPS11	222	1	5	3,86
Valid (Listwise)				3,73

Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa kepuasan nasabah pada pegadaian emas Bank Syariah Indoensia di Kota Bireuen memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 3,73. Nilai menunjukkan bahwa jawaban terhadap variabel kepuasan nasabah di pegadaian emas Bank Syariah Indonesia di Kota Bireuen telah baik. Secara umum, nasabah merasa puas dengan sistem pegadaian yang efektif dan efisien.

Variabel loyalitas nasabah memiliki lima indikator. namun setelah melalui proses analisis faktor konfirmatori variabel ini tetap memiliki lima indikator karena semua nilai faktor loading lebih besar dari 0,60. Indikator pertama LYT1 adalah tentang keinginan menggunakan kembali, LYT2 tentang telah terbiasa menggunakan produk gadai emas, LYT3 tentang tetap menggunakan produk nasabah di masa mendatang, LYT4 tentang merasa yakin dengan merek BSM, dan terakhir adalah LYT5 tentang kesediaan merekomendasikan kepada orang lain.

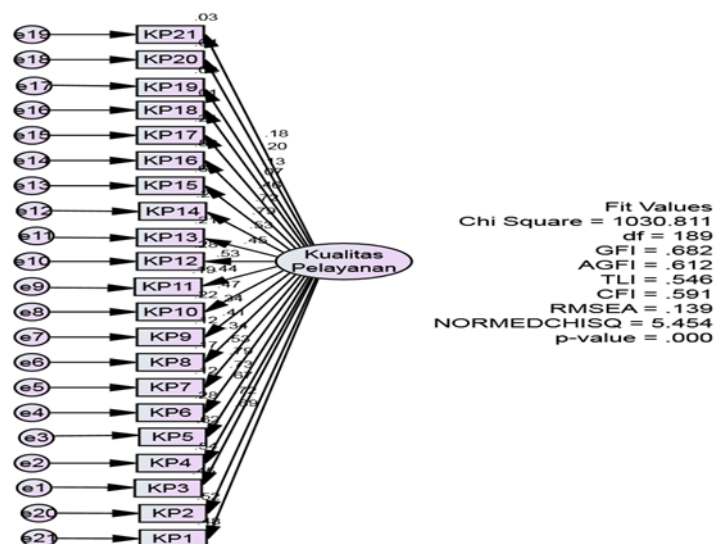
Adapun deskripsi jawaban untuk variabel loyalitas nasabah tersebut adalah sebagai berikut.

Tabel 3
Deskripsi Jawaban Responden terhadap Loyalitas Nasabah

Item	N	Minimum	Maximum	Mean
LYT1	222	1	5	3,87
LYT2	222	1	5	3,75
LYT3	222	1	5	3,73
LYT4	222	1	5	3,86
LYT5	222	1	5	3,80
Valid (Listwise)				3,80

Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa loyalitas nasabah pada pegadaian emas Bank Syariah Indonesia di Kota Bireuen memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 3,80. Nilai menunjukkan bahwa jawaban terhadap variabel loyalitas nasabah di pegadaian emas Bank Syariah Indonesia di Kota Bireuen sudah baik. Bank Syariah Indonesia mampu mempertahankan loyalitas nasabah untuk tetap menggunakan produk gadai emas dan nasabah bersedia menceritakan hal positif kepada orang lain serta merekomendasinya.

Variabel ini terdiri dari dua belas indikator yaitu KP1 tentang kecermatan karyawan, KP2 tentang kejelasan standar pelayanan, KP3 tentang kemampuan karyawan menggunakan alat bantu, KP4 tentang keahlian karyawan, KP5 tentang karyawan merespon setiap nasabah, KP6 tentang pelayanan disampaikan secara cepat dan tepat, KP7 tentang pelayanan disampaikan secara hati-hati, KP8 tentang merespon semua keluhan, KP9 tentang pelayanan disampaikan secara tepat waktu, KP10 tentang jaminan legalitas, KP11 tentang kepastian biaya, KP12 tentang karyawan mendahulukan kepentingan nasabah, KP13 tentang karyawan melayani dengan sikap ramah, KP14 tentang karyawan bersikap sopan, KP15 tentang karyawan bersikap adil, KP16 tentang karyawan menghargai setiap nasabah, KP17 tentang penampilan karyawan rapi, KP18 tentang kenyamanan tempat, KP19 tentang kedisiplinan karyawan, KP20 tentang kemudahan proses dan akses pelayanan, KP21 tentang penggunaan teknologi. Adapun model analisis faktor konfirmatori untuk kualitas pelayanan adalah seperti yang terlihat pada gambar berikut.



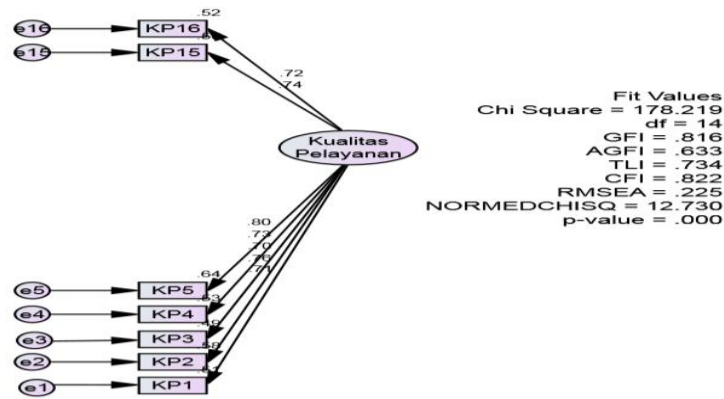
Gambar 1. Analisis Faktor Konfirmatori Kualitas Pelayanan

Dari dua belas indikator tersebut memiliki nilai faktor loading bervariasi. Indikator yang dapat digunakan dalam analisis ini adalah yang memiliki faktor loading di atas 0,6. Untuk lebih jelas dapat dilihat tabel berikut.

Tabel 4
Nilai Faktor Loading dari Indikator Variabel Kualitas Pelayanan

Indikator	Faktor Loading	Cut Off	Kesimpulan
KP1 <--- Kualitas_Pelayanan	0,694	≥ 0,6	Valid
KP2 <--- Kualitas_Pelayanan	0,718	≥ 0,6	Valid
KP3 <--- Kualitas_Pelayanan	0,671	≥ 0,6	Valid
KP4 <--- Kualitas_Pelayanan	0,732	≥ 0,6	Valid
KP5 <--- Kualitas_Pelayanan	0,788	≥ 0,6	Valid
KP6 <--- Kualitas_Pelayanan	0,526	≥ 0,6	Tidak Valid
KP7 <--- Kualitas_Pelayanan	0,340	≥ 0,6	Tidak Valid
KP8 <--- Kualitas_Pelayanan	0,410	≥ 0,6	Tidak Valid
KP9 <--- Kualitas_Pelayanan	0,341	≥ 0,6	Tidak Valid
KP10 <--- Kualitas_Pelayanan	0,470	≥ 0,6	Tidak Valid
KP11 <--- Kualitas_Pelayanan	0,437	≥ 0,6	Tidak Valid
KP12 <--- Kualitas_Pelayanan	0,527	≥ 0,6	Tidak Valid
KP13 <--- Kualitas_Pelayanan	0,454	≥ 0,6	Tidak Valid
KP14 <--- Kualitas_Pelayanan	0,532	≥ 0,6	Tidak Valid
KP15 <--- Kualitas_Pelayanan	0,787	≥ 0,6	Valid
KP16 <--- Kualitas_Pelayanan	0,720	≥ 0,6	Valid
KP17 <--- Kualitas_Pelayanan	0,461	≥ 0,6	Tidak Valid
KP18 <--- Kualitas_Pelayanan	0,072	≥ 0,6	Tidak Valid
KP19 <--- Kualitas_Pelayanan	0,131	≥ 0,6	Tidak Valid
KP20 <--- Kualitas_Pelayanan	0,202	≥ 0,6	Tidak Valid
KP21 <--- Kualitas_Pelayanan	0,180	≥ 0,6	Tidak Valid

Dari tabel 4 di atas terlihat bahwa terdapat empat belas indikator yang tidak memenuhi syarat, sementara hanya tujuh indikator yang sudah berada di atas 0,6. Untuk lebih jelasnya, tujuh indikator yang sudah tepat dapat dilihat pada gambar model analisis faktor konfirmatori baru berikut ini.



Gambar 2 Model Analisis Faktor Konfirmatori Kualitas Pelayanan Baru

Nilai faktor loading dari indikator kualitas yang valid dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 5
Nilai Faktor Loading Kualitas Pelayanan

Indikator			Faktor Loading	Cut Off	Kesimpulan
KP1	<---	Kualitas_Pelayanan	0,694	≥ 0,6	Valid
KP2	<---	Kualitas_Pelayanan	0,718	≥ 0,6	Valid
KP3	<---	Kualitas_Pelayanan	0,671	≥ 0,6	Valid
KP4	<---	Kualitas_Pelayanan	0,732	≥ 0,6	Valid
KP5	<---	Kualitas_Pelayanan	0,788	≥ 0,6	Valid
KP15	<---	Kualitas_Pelayanan	0,787	≥ 0,6	Valid
KP16	<---	Kualitas_Pelayanan	0,720	≥ 0,6	Valid

Setelah analisis faktor konfirmatori dilakukan, maka model tersebut dilakukan pengujian validitas konstruk. Adapun analisis validitas konstruk adalah sebagai berikut.

Tabel 6
Hasil Validitas Konstruk Kualitas Pelayanan

Indikator			Standard Loading (SL)	Standard Loading (SL) ²	1 – Standard Loading (1-SL) ²
KP1	<---	Kualitas_Pelayanan	0,694	0,482	0,518
KP2	<---	Kualitas_Pelayanan	0,718	0,516	0,484
KP3	<---	Kualitas_Pelayanan	0,671	0,450	0,550
KP4	<---	Kualitas_Pelayanan	0,732	0,536	0,464
KP5	<---	Kualitas_Pelayanan	0,788	0,621	0,379
KP15	<---	Kualitas_Pelayanan	0,787	0,619	0,381
KP16	<---	Kualitas_Pelayanan	0,720	0,518	0,482
Jumlah			5,110	3,742	3,258
Construct Reliability (CR)=(SL) ² /((SL) ² +(1-SL) ²)			0,907		
Variance Extracted (VE)=(SL ²)/(SL ² +(1-SL ²))				0,535	
Discriminant Validity (DV)=√VE					0,731

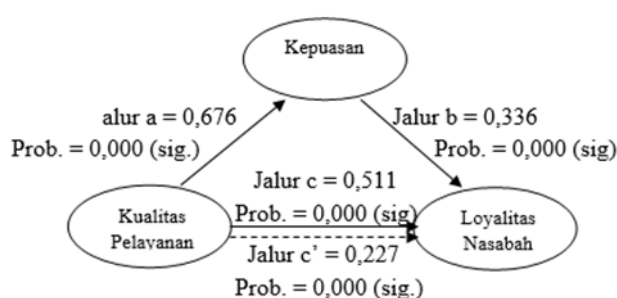
Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai construct reliability sebesar 0,907 dimana nilai ini jauh dari lebih besar dari 0,70. Nilai variance extracted diperoleh sebesar 0,535 dimana nilai ini lebih besar dari 0,50 yang disyaratkan. Sementara discriminant validity adalah sebesar 0,731 dimana nilai ini lebih besar dari 0,70. Dengan demikian, variabel kualitas pelayanan telah memenuhi validitas konstruk.

Tabel 7
Assessment of Normality

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
KEP4	1.000	5.000	-.674	-1.193	-.515	-1.601
KPS5	1.000	5.000	-.778	-1.838	.379	1.179
KP4	1.000	5.000	-.544	-1.384	-1.019	-1.168
KP3	1.000	5.000	-.531	-1.301	-.602	-1.873
LYT5	1.000	5.000	-1.077	-1.700	1.068	1.320
LYT4	1.000	5.000	-.876	-1.445	.302	.940
LYT3	1.000	5.000	-.905	-1.628	.509	1.581
LYT2	1.000	5.000	-.784	-1.875	.241	.748
LYT1	1.000	5.000	-.855	-1.315	.189	.589
KPS11	1.000	5.000	-.979	-2.088	1.440	2.479
KPS3	1.000	5.000	-.664	-1.132	-.241	-.750
KPS2	1.000	5.000	-.404	-1.511	-.521	-1.620
KPS1	1.000	5.000	-.772	-1.798	.050	.154
KEP8	1.000	5.000	-.501	-2.118	-.674	-2.096
KEP7	1.000	5.000	-.337	-2.093	-.649	-2.018
KEP6	1.000	5.000	-.615	-1.827	-.388	-1.206
KEP5	1.000	5.000	-.665	-1.136	-.532	-1.655
KP16	1.000	5.000	-.790	-1.910	.075	.233
KP15	1.000	5.000	-.972	-1.043	.094	.293
KP5	1.000	5.000	-1.063	-1.611	.137	.426
KP2	1.000	5.000	-.759	-1.719	-.555	-1.724
KP1	1.000	5.000	-1.094	-1.804	.568	1.765
Multivariate					8.606	1.923

Dari tabel tersebut terlihat bahwa nilai critical ratio skewness value berada dalam rentang $-2,580$ baik secara univariate maupun secara multivariate. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa data dalam penelitian ini telah memenuhi persyaratan normalitas data atau data telah berdistribusi secara normal.

Hubungan variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi variabel kepuasan dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 3. Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi variabel kepuasan

Berdasarkan gambar di atas model mediasi menunjukkan bahwa jalur a merupakan hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai estimasi 0,676 atau berpengaruh signifikan (0,000). Jalur b merupakan hubungan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dengan nilai estimasi 0,336 atau berpengaruh signifikan (0,000). Jalur c merupakan hubungan secara langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai estimasi 0,511 atau berpengaruh signifikan (0,000). Jalur c' merupakan hubungan tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan estimasi 0,227 atau berpengaruh signifikan (0,000). Nilai signifikansi jalur c' diperoleh dengan menggunakan kalkulator Sobel Test.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah gadai emas pada Bank Syariah Indonesia Kota Bireuen. Pada Tabel 5.19 menunjukkan bahwa C.R. atau tstatistik sebesar 9,078 lebih besar dari nilai ttable (1,96). Nilai probabilitas adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05. Dari kriteria tersebut menjelaskan bahwa hipotesis pertama dapat diterima, artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah gadai emas pada Bank Syariah Indonesia di Kota Bireuen. Penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan. Bank Syariah Indonesia Kota Bireuen telah memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya dalam bertransaksi gadai emas. Hal ini disebabkan Bank Syariah Indonesia telah memiliki sistem atau pelaksanaan yang sesuai harapan kedua belah pihak. Bank mendapatkan keuntungan dari sistem tersebut dan nasabah mendapatkan nilai atau manfaat yang sesuai dengan harapan. Kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah gadai emas pada Bank Syariah Mandiri Kota Bireuen. Pada Tabel 5.19 menunjukkan bahwa C.R. atau tstatistik sebesar 4,571 lebih besar dari nilai ttable (1,96). Nilai probabilitas adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05. Dari kriteria tersebut menjelaskan bahwa hipotesis ketiga dapat diterima, artinya variabel kepuasan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah gadai emas pada Bank Syariah Mandiri di Kota Bireuen. Penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. t table (1,96). Nilai probabilitas adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05. Dari kriteria tersebut menjelaskan bahwa hipotesis keempat dapat diterima, artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah gadai emas pada Bank Syariah Mandiri di Kota Bireuen. Penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah gadai emas pada Bank Syariah Mandiri Kota Bireuen melalui variabel kepuasan nasabah. Pada analisis efek mediasi sebelumnya menunjukkan bahwa jalur a merupakan hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah berpengaruh signifikan. Jalur b merupakan hubungan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah berpengaruh signifikan. Jalur c merupakan hubungan secara langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah berpengaruh signifikan. Jalur c' merupakan hubungan tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah juga berpengaruh signifikan. Dari kriteria tersebut menjelaskan bahwa hipotesis keenam dapat diterima, artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah gadai emas pada Bank Syariah Mandiri di Kota Bireuen melalui variabel kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah dapat memediasi secara parsial hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Referensi

- Alawiyah, W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Gadai Emas terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Kasdaryanti, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Gadai Emas terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Syariah Indonesia KC Bone. Skripsi, UIN Walisongo Semarang.
- Nurinsani, F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Gadai Emas terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sape. Skripsi, UIN Mataram. UIN Mataram Theses+I UIN Mataram Theses+I
- Wulan. (2021). Pengaruh Marketing Mix 7P terhadap Loyalitas Nasabah Produk Gadai Emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Muara Beliti. Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang. Repository UIN Raden Fatah Palembang
- Azmi, N. A. (2022). Pengaruh Kepatuhan Syariah, Kualitas Pelayanan, dan Pemasaran Relasional terhadap Loyalitas Nasabah Pegadaian Syariah UPS Beureunuen. Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh. UIN Ar Raniry Repository
- Bachri, N. (2020). Perilaku Nasabah Bank Syariah dalam Menggadaikan Emas. Buku, Universitas Malikussaleh. Digital Library Universitas Malikussaleh
- Fatonah, S. (2021). Analisis Implementasi Rahn, Qardh, dan Ijarah pada Transaksi Gadai Emas Syariah PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Serang. BanqueSyar'i, 3(2). Jurnal Alkhairat.
- Lestari, R. E., Meiria, E., & Saharuddin, D. (2023). Pengaruh Marketing Mix 5Cs terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Tangerang Selatan. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9(3).