

Pengaruh Spiritualitas Dan Pengetahuan Perbankan Syariah Pada Loyalitas Nasabah Bank Non Syariah

Maheswari Dewi Ayu Larasati^{1*}, Luqman Hakim²

¹Universitas Negeri Surabaya, maheswari.18058@mhs.unesa.ac.id

²Universitas Negeri Surabaya, luqmanhakim@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian dilakukan untuk menganalisis pengaruh spiritualitas dan pengetahuan perbankan syariah pada loyalitas nasabah bank non syariah dengan tujuan untuk mengetahui adakah spiritualitas dan pengetahuan perbankan syariah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah baik secara parsial maupun simultan. Penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Pengambilan data yang digunakan ialah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 385 responden. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa spiritualitas memiliki nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga variabel spiritualitas dapat memengaruhi loyalitas nasabah. Pengetahuan perbankan syariah memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga variabel pengetahuan perbankan syariah dapat memengaruhi loyalitas nasabah. Spiritualitas dan pengetahuan perbankan syariah secara simultan dapat memengaruhi loyalitas nasabah dikarenakan memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Variabel loyalitas nasabah dapat diinterpretasikan oleh variabel spiritualitas dan pengetahuan perbankan syariah sebesar 0,131 atau 13,1%, sedangkan 86,9% dapat diinterpretasikan dengan variabel di luar penelitian. Hasil analisis didapatkan simpulan bahwa spiritualitas dapat memengaruhi loyalitas nasabah bank non syariah, pengetahuan perbankan syariah juga dapat memengaruhi loyalitas nasabah bank non syariah, serta spiritualitas dan pengetahuan perbankan syariah dapat memengaruhi loyalitas nasabah bank non syariah secara simultan.

Kata Kunci: *Spiritualitas; pengetahuan perbankan syariah; loyalitas nasabah*

Abstract

The study was conducted to analyze the influence of spirituality and sharia banking knowledge to the loyalty of customer of non-sharia banks with the aim of knowing whether there are spirituality and sharia banking knowledge affecting the loyalty of customers both either partially and simultaneously. Research conducted using quantitative research with multiple linear regression analysis. The data collection used is purposive sampling with the number of samples by 385 respondents. The results of the research show that spirituality has a significance value of $0.001 < 0.05$, so that spiritual variables may affect customer loyalty. Sharia banking knowledge has significance value of $0.000 < 0.05$, so that the sharia banking knowledge variable can affect customer loyalty. Spirituality and knowledge of sharia banking simultaneously can affect the customer loyalty because it has a significance value of $0.000 < 0.05$. The customer loyalty variable can be interpreted by the spirituality variable and sharia banking knowledge of 0.131 or 13.1%, while 86.9% can be interpreted with the variables outside the research. The results of the analysis of the conclusion that spirituality may affect the loyalty of customer of non-sharia banks, sharia banking knowledge can also affect the loyalty of customer of non-sharia banks, as well as spirituality and knowledge of sharia banking may affect the loyalty of customer of non-syariah bank simultaneously.

Keywords: *Spirituality; sharia banking knowledge; customer loyalty*

*✉ Corresponding author: maheswari.18058@mhs.unesa.ac.id

PENDAHULUAN

Indonesia termasuk salah satu dari banyak negara di dunia yang mayoritas penduduknya beragama islam. Berdasarkan data Direktorat Jendral Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) per Juni 2021, Indonesia memiliki penduduk sejumlah 272,23 juta jiwa, dan sebanyak

236,56 juta jiwa beragama islam., namun menurut Erfianto Linangkung (2017) meskipun bank syariah sudah beroperasi selama beberapa dekade, penetrasinya masih sangat rendah. Potensi 87% penduduk muslim dari 290 ribu penduduk di negara ini belum bisa menjadi jaminan perkembangan industri perbankan syariah sesuai yang diharapkan. Usia produktif penduduk muslim dari 87% tersebut sebanyak 60%, tetapi penduduk yang memiliki rekening di bank syariah hanya 5,86% dari total penduduk usia produktif. Berdasarkan hal tersebut dapat diartikan bahwa hanya sekitar tujuh belas ribu penduduk Indonesia usia produktif yang memiliki rekening di bank syariah (Indonesia I. B., 2016).

Pada masa globalisasi ini, persaingan dalam perbankan sangat ketat untuk memperoleh hasil dari tujuan tiap bank. Persaingan dalam dunia perbankan semakin menjulang dan hal ini bank dituntut untuk lebih *concern* terhadap apa yang dibutuhkan nasabah. Bank berlomba-lomba untuk memenuhi setiap kebutuhan masyarakat dengan menawarkan berbagai keuntungan. Di bank konvensional sudah tidak asing dengan penawaran bunga yang tinggi sehingga masyarakat tertarik untuk bernasabah. Sedangkan bank syariah menawarkan hal yang berbeda dimana kesepakatan bukan berupa bunga melainkan bagi hasil atau keuntungan.

Spiritualitas bukan hanya tentang permasalahan agama atau sistem kepercayaan. Spiritualitas juga bersifat *universe*, dimana definisi dan tujuan hidup seseorang tidak tergantung pada agama manapun yang diyakini. spiritualitas dalam konteks agama islam dikatakan sebagai kehidupan imanitu sendiri yang di dalam agama islam bersumber pada kepercayaan bahwa tiada Tuhan selain Allah. Pengakuan dan kesaksian tersebut bersifat abadi, bukan bersifat insidental atau yang dapat berubah sewaktu-waktu. Hal tersebut juga menjadi tuntunan manusia atas tindakan dan implementasi dari iman untuk selalu melakukan hal baik dan menjauhi hal yang dilarang Tuhan, maka dapat diartikan bahwa pengakuan dan kesaksian iman dan ketuhanan tersebut dapat memberi dasar komitmen manusia dalam melakukan aktivitas keseharian (Rani, 2011). Dengan spiritualitas, menjadi penting untuk manusia selalu bersikap dan bertindak sesuai apa yang dipercayai dan diyakini. Pastinya sangat dianjurkan untuk selalu berbuat lebih baik dan mengoreksi kesalahan lampau agar lebih baik lagi dalam menjalankan kehidupan.

Pengetahuan merupakan kumpulan informasi yang dimiliki seseorang mengenai macam produk dan jasa. Menurut Sidi Gazalba (dalam kutipan buku Amsal Bakhtiar) pengetahuan merupakan apa yang diketahui atau hasil pekerjaan 'tahu' yang berasal dari 'kenal', 'sadar', 'insaf', 'mengerti', dan 'pandai'. Pengetahuan adalah semua yang dipunyai atau isi pikiran, maka pengetahuan ialah hasil dari proses dan usaha seseorang untuk tahu. Simpulannya yakni pengetahuan itu harus dicari, diamati dan digali, bukan suatu hal yang tersedia begitu saja. Pengetahuan merupakan hasil dari tahu setelah melakukan sesuatu dengan panca indra terhadap suatu objek (Saputra, 2020).

Di Indonesia telah terdapat Perbankan Syariah yang mengutamakan kehalalan tiap transaksinya. Apabila di bank konvensional masih terdapat unsur riba, maka bank syariah berusaha sangat berhati-hati dalam melakukan kegiatan operasional agar unsur riba tersebut tidak ikut serta dalam aktivitas perbankan. Dalam upaya bank syariah, pengetahuan terkait bank syariah sangat diperlukan untuk menarik perhatian masyarakat muslim untuk bernasabah secara halal. Dengan pengetahuan, masyarakat terutama yang beragam islam bisa memahami mengapa penting untuk pindah ke hal yang halal dan meninggalkan yang munkar dan haram, serta dalam pengambilan keputusan untuk bernasabah dengan bijak dari segi agamis yang tidak memperbolehkan suku bunga pada bank konvensional (Yuliawan 2011).

Loyalitas konsumen terbentuk dalam waktu yang tidak sebentar dan terdapat proses belajar dan juga pengalaman konsumen tersebut dari konsistensi pembelian yang dilakukannya. Menurut Kotler dan Keller (2009) loyalitas ialah komitmen seseorang untuk membeli berkala serta terus mendukung produk dan jasa yang disenangi di masa yang akan datang meski situasi dan kondisi usahapemasaran dapat berpotensi memengaruhi pelanggan berpaling (Ni'mah, 2018). Maka dari definisi loyalitas tersebut, dapat disimpulkan bahwa loyalitas dapat didefinisikan lebih kepada perilaku dan sikap seseorang. Seorang konsumen yang memiliki keloyalan akan berperilaku membeli secara teratur atau konsisten. Loyalitas konsumen ini juga menjadi salah satu pencapaiannya yang harus dipikirkan oleh para pembuat keputusan pada suatu entitas.

Berdasarkan data dan penjelasan yang telah disampaikan, masih terdapat banyak masyarakat muslim yang tetap loyal dengan bank konvensional, sedangkan para ulama telah membenarkan

bahwa bunga yang ditetapkan oleh bank termasuk riba dan haram hukumnya. Dengan anggapan lain, salah satu faktor penghambat pertumbuhan bank syariah di Indonesia dikarenakan kurangnya pemahaman masyarakat terkait bank syariah itu sendiri. Kurangnya pemahaman masyarakat ini dan persaingan pasar yang cukup tinggi menjadi tantangan tersendiri bagi bank syariah dalam bersaing dalam industri perbankan dengan bank konvensional.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Suhartanto (2020) bahwa loyalitas nasabah dapat dipengaruhi oleh tingkat religiusitas seseorang, serta penelitian yang telah dilakukan oleh Jahaludin (2015) bahwa pengetahuan terkait perbankan syariah dapat memikat dan menarik seseorang untuk memutuskan untuk menjadi nasabah wadi'ah. Namun hal tersebut bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Ireland (2018) bahwa masyarakat muslim masih berkeinginan untuk pindah ke bank konvensional untuk mendapat keuntungan dari suku bunga.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka akan dianalisis untuk mengetahui apakah spiritualitas dan pengetahuan bank syariah dapat memengaruhi loyalitas nasabah non bank syariah. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui adakah spiritualitas memengaruhi loyalitas nasabah, adakah pengetahuan perbankan syariah memengaruhi loyalitas nasabah, serta apakah spiritualitas dan pengetahuan perbankan syariah dapat memengaruhi secara simultan loyalitas nasabah. Sampel yang digunakan adalah masyarakat muslim yang masih aktif bernasabah di bank konvensional. Dengan variabel-variabel yang digunakan dalam analisis, diharapkan dapat melihat potensi masyarakat muslim tetap loyal terhadap bank konvensional atau kemungkinan berpindah ke bank syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang digunakan dalam riset ini untuk menguji suatu objek dengan menggunakan populasi dan sampel dan dengan teknik pengambilan data berupa instrumen penelitian, analisis data statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan sebelumnya (Sugiyono, 2017:8). Pengujian dilakukan untuk melihat hasil spiritualitas dan pengetahuan perbankan syariah terdapat pengaruh terhadap loyalitas nasabah bank non syariah atau tidak.

Data primer didapatkan dari hasil angket, kuesioner atau wawancara. Data primer merupakan sumber data yang secara langsung memperlihatkan data kepada pengambil data. Sumber data primer didapat melalui kegiatan wawancara atau observasi langsung di lapangan (Sugiyono, 2016: 225). Penelitian ini menggunakan data primer dengan teknik *purposive sampling* dalam pengambilan data, dengan pertimbangan dan batasan tertentu dalam penentuan sampel. Berikut beberapa kriteria yang harus dipenuhi: masyarakat Indonesia yang berada di Surabaya, beragama islam, dan aktif menjadi nasabah di bank non syariah (konvensional).

Pada penelitian ini, populasi masyarakat muslim yang masih menjadi nasabah aktif bank konvensional di Surabaya tidak diketahui secara pasti dan tidak ada data tercatat, maka ukuran sampel ditentukan menggunakan *degree of variability* menggunakan rumus Cochran dengan tingkat kepercayaan 95% yaitu: $n = \frac{z^2 pq}{e^2} = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,5)^2} = 384,5$ dan dibulatkan menjadi 385 orang.

Kuesioner menjadi alat pengambilan data dengan memberi pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden. Variabel spiritualitas akan diukur dengan 16 indikator: kehadiran Tuhan, hubungan sesama, kegembiraan beribadah, kekuatan agama dan spiritualitas, kenyamanan agama dan spiritualitas, kedamaian batin, bantuan Tuhan, bimbingan Tuhan, rasa cinta Tuhan secara langsung, rasa cinta Tuhan melalui orang lain, kekaguman ciptaan Tuhan, rasa syukur atas karunia, rasa peduli, menerima orang lain, rasa ingin lebih dekat dengan Tuhan, dan seberapa dekat dengan Tuhan. (Underwood & Teresi, 2002 dalam Wilujeng, 2019). Variabel pengetahuan perbankan syariah diukur dengan 3 indikator: pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan pemakaian (Saputra, 2020). Dan untuk variabel Loyalitas diukur dengan 4 indikator: melakukan pembelian berulang dan teratur, membeli antar lini produk dan jasa, mereferensikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing (Griffin, 2005 dalam Ni'mah, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hubungan Antar Variabel

Spiritualitas dalam hal ini adalah spiritualitas dalam islam, yaitu seberapa taat seseorang dengan Tuhan Allah SWT. Dengan tingkat ketaatan tersebut akan berpengaruh dengan kesetiaan nasabah bank non bank syariah karena di dalam bank non syariah tersebut masih mengandung unsur riba, dimana riba tersebut jelas dilarang dan haram hukumnya.

Pengetahuan perbankan syariah ialah seberapa mengenal para nasabah bank konvensional terkhusus yang beragama islam dengan perbankan syariah dan sistem, serta produk-produk yang ditawarkan perbankan syariah. Dengan tingkatan pengetahuan tersebut akan berpengaruh dengan kesetiaan nasabah bank non syariah, karena di dalam perbankan syariah tidak ada unsur riba yang ditawarkan.

Uji Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan gambaran seluruh variabel yang diteliti serta karakteristik data. Pengolahan data dalam analisis statistik deskriptif menggunakan alat bantu SPSS Versi 25. Suatu data dapat dijelaskan menjadi informasi yang dapat dengan mudah dipahami adalah tujuan analisis statistik deskriptif. Jumlah responden sebanyak 385 responden sesuai dengan pengukuran sampel yang telah ditentukan, diambil data dari 50 responden untuk pengujian validitas dan reliabilitas, setelah pengurangan data responden terdapat 355 data responden untuk diteliti. Statistik deskriptif menjadi sebuah informasi yang mudah dipahami dengan membagi kriteria variabel menjadi tiga kriteria: rendah, sedang, dan tinggi. Berikut merupakan hasil uji statistik deskriptif dari penelitian ini:

Tabel 1.
Perhitungan Kelas Variabel Penelitian

Kelas	Variabel Penelitian		
	Spiritualitas	Pengetahuan Perbankan Syariah	Loyalitas Nasabah
Skor Minimal	16	6	5
Skor Maksimal	80	30	25
Selisih Skor	64	24	20
Lebar Kelas	21,33	8	6,67
Batas Kelas I	37,33	14	11,67
Batas Kelas II	58,67	22	18,33
Batas Kelas III	80	30	25

Sumber: Data diolah peneliti(2022)

Dalam mengetahui predikat dari tiap variabel yang digunakan, maka dilakukan analisis atas distribusi frekuensi yang telah dilakukan pada tabel 1, sehingga nilai setiap variabel dapat diketahui kelasnya. Keterangan kriteria dari masing-masing kelas yaitu kelas I untuk kategori rendah, kelas II untuk kategori sedang, dan kelas III untuk kategori tinggi. Berikut merupakan hasil kriteria masing-masing interval kelas dan variabel yang digunakan:

Tabel 2.
Ringkasan Kriteria Variabel Penelitian

Kelas	Kriteria dan Range Kelas		
	Spiritualitas	Pengetahuan Perbankan Syariah	Loyalitas Nasabah
I	16 - 37,33	6 – 14	5 - 11,67
II	> 37,33 - 58,67	> 14 – 22	> 11,67 - 18,33
III	> 58,67 - 80	> 22 – 30	> 18,33 – 25

Sumber: Data diolah peneliti (2022)

Pada tabel 2 diperlihatkan mengenai kriteria dan range kelas tiap variabel. Pada kelas I spiritualitas memiliki range kelas 16-37,33, pengetahuan perbankan syariah dengan range 6-14, dan loyalitas nasabah dengan range 5-11,67. Pada kelas II spiritualitas memiliki range >37,33-58,67, pengetahuan perbankan syariah dengan >14-22 dan loyalitas nasabah dengan >11,67-18,33. Untuk kelas III spiritualitas dengan range >58,67-80, pengetahuan perbankan syariah dengan range >22-30 dan loyalitas nasabah dengan range 18,33>25. Hasil distribusi frekuensi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.
Tabel Distribusi Frekuensi

Variabel	Nilai Minimal	Nilai Maksimal	Rata-Rata	Rendah	Sedang	Tinggi
Spiritualitas	16	80	69.91	6	22	307
Pengetahuan Perbankan Syariah	6	30	21.15	45	138	152
Loyalitas Nasabah Non-Syariah	5	25	17.73	26	156	153

Sumber: Data diolah peneliti (2022)

Berdasarkan tabel 3 mengenai distribusi frekuensi, tercatat bahwa variabel spiritualitas memiliki nilai minimal sebesar 16, nilai maksimal 80, dan nilai rata-rata 69,91. Dalam variabel spiritualitas pada tabel distribusi frekuensi terdapat 6 responden memiliki tingkat spiritualitas rendah, 22 responden memiliki tingkat spiritualitas sedang, serta 307 responden memiliki tingkat spiritualitas tinggi, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa, sebanyak 91,64% responden memiliki tingkat spiritualitas tinggi.

Berdasarkan tabel 3 mengenai distribusi frekuensi, tercatat bahwa variabel pengetahuan perbankan syariah memiliki nilai minimal sebesar 6, nilai maksimal 30, dan nilai rata-rata sebesar 21,15. Dalam variabel pengetahuan perbankan syariah pada tabel distribusi frekuensi terdapat 45 responden memiliki tingkat pengetahuan perbankan syariah rendah, 138 responden memiliki tingkat pengetahuan perbankan syariah sedang, serta 152 responden memiliki tingkat pengetahuan perbankan syariah tinggi, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa, sebanyak 45,37% responden memiliki tingkat pengetahuan perbankan syariah tinggi.

Berdasarkan tabel 3 mengenai distribusi frekuensi, tercatat bahwa variabel loyalitas nasabah memiliki nilai minimal sebesar 5, nilai maksimal sebesar 25, dan nilai rata-rata sebesar 17,73. Dalam variabel loyalitas nasabah non syariah pada tabel distribusi frekuensi terdapat 26 responden memiliki tingkat loyalitas nasabah rendah, 156 responden memiliki tingkat loyalitas nasabah sedang, serta 153 responden memiliki tingkat loyalitas nasabah tinggi, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, sebanyak 46,56% responden memiliki tingkat loyalitas nasabah pada bank non syariah yang sedang.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk menguji item di setiap indikator, dengan bantuan *software* SPSS versi 25. Penggunaan taraf signifikansi pada uji validitas, menggunakan nilai sebesar 5%. Apabila $r_{xy} > r_{tabel}$ maka item tersebut dinyatakan valid. Indikator variabel spritualitas dengan enam

belas item, indikator pengetahuan perbankan syariah dengan enam indikator, dan variabel loyalitas nasabah sebanyak lima item. Masing-masing variabel yang diuji validitas menunjukkan nilai signifikansi

$>0,05$, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa indikator pada setiap variabel dinyatakan valid.

Uji reliabilitas diketahui melalui nilai *cronbach alpha*. Variabel penelitian dianggap valid dan reliabel apabila memiliki nilai signifikansi $>0,60$. Pada variabel spiritualitas (X1) memiliki nilai signifikansi 0,772, pada variabel pengetahuan perbankan syariah (X2) memiliki nilai signifikansi 0,81, dan pada variabel loyalitas nasabah (Y) memiliki nilai signifikansi 0,818, sehingga didapatkan simpulan bahwa ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian dapat dinyatakan reliabel atau konsisten.

Uji Normalitas, Multikolinearitas dan Heteroskedastisitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui sebaran nilai residual data telah terdistribusi secara normal. Dalam mengetahui apakah data tersebut telah normal, maka nilai signifikansi $>0,05$. Mengambil hasil uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov – Smirnov*, diketahui bahwa nilai signifikansi yang didapat sebesar 0,200, sehingga didapatkan simpulan bahwa data residual sudah terdistribusi normal.

Uji multikolinearitas dimaksudkan untuk menguji adakah korelasi antara variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi. Model regresi dikatakan baik jika antara variabel independen tidak terdapat korelasi atau tidak terdapat gejala multikolinearitas. Kriteria pengambilan keputusan yaitu saat nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 maka multikolinearitas tidak terjadi dalam model regresi begitu juga sebaliknya, serta nilai VIF kurang dari 10,00 maka multikolinearitas tidak terjadi dan begitu pula sebaliknya. Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dianalisis, diperlihatkan bahwa nilai *tolerance* pada variabel spiritualitas (X1) dan pengetahuan perbankan syariah (X2) senilai 0,775 yang melebihi 0,10 dan pada nilai VIF senilai 1,290 yang kurang dari 10,00, maka dari hasil tersebut didapatkan simpulan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji terjadinya ketidaksamaan variasi dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi, jika memiliki perbedaan maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas saat nilai signifikansi lebih besar 0,05 begitu juga sebaliknya. Mengacu pada hasil uji heteroskedastisitas, diperlihatkan bahwa nilai signifikansi spiritualitas (X1) adalah 0,311 dan pengetahuan perbankan syariah (X2) 0,301 yang lebih besar dari 0,05 maka didapatkan simpulan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis deskriptif digunakan untuk menguji dengan menggambarkan berbagai karakteristik data berasal dari satu sampel.

Tabel 4.
Ringkasan Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t_{hitung}	Sig.
Konstanta	9,388	7.304	0,000
Spiritualitas	0,067	3.308	0,001
Pengetahuan Perbankan Syariah	0,174	3.951	0,000

Sumber: Data diolah peneliti (2022)

Nilai konstanta berdasarkan tabel 4 pada variabel spiritualitas (X1) dan variabel pengetahuan perbankan syariah (X2) sebesar 9,388. Nilai koefisien variabel spiritualitas sebesar 0,067 maka dapat diasumsikan apabila terjadi peningkatan dalam variabel spiritualitas satu satuan, maka dapat menyebabkan peningkatan variabel loyalitas nasabah, dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.

Nilai koefisien pengetahuan perbankan syariah sebesar 0,174 maka dapat diasumsikan apabila terjadi peningkatan dalam variabel pengetahuan perbankan syariah satu satuan, maka dapat menyebabkan peningkatan variabel loyalitas nasabah, dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.

Uji Simultan F

Uji simultan atau biasa disebut uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara bersamaan atau simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2017:192). Jika levelsignifikansi F lebih kecil dari 0.05 maka H0 ditolak dan Ha diterima, maka variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan, begitupun sebaliknya. Berikut merupakan hasil dari analisis uji simultan dari variabel yang digunakan:

Tabel 5.
Uji Simultan

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Square	DF	Mean Squares	F	Sig.
1	Regression	732.482	2	366.241	25.113	.000 ^b
	Residual	4841.798	332	14.584		
	Total	5574.281	334			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Perbankan Syariah, Spiritualitas
Sumber: Data diolah peneliti (2022)

Pada tabel 5 diperlihatkan bahwa nilai signifikansi adalah 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka didapatkan simpulan bahwa spiritualitas (X1) dan pengetahuan perbankan syariah (X2) memengaruhi loyalitas nasabah bank non syariah (Y) secara simultan.

Uji T Parsial

Uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh yang dimiliki variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (Sujarweni, 2018:141). jika nilai t-hitung lebih kecil dari 0.05 maka H0 ditolak dan Ha diterima, maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan, begitupun sebaliknya.

Tabel 6.
Uji t Parsial
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.388	1.285		7.304	.000
	Spiritualita	.067	.020	.192	3.308	.001
	Pengetahuan Perbankan	.174	.044	.230	3.951	.000
	Syariah					

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah
Sumber: Data diolah peneliti (2022)

Variabel spiritualitas (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 maka didapatkan simpulan bahwa terdapat pengaruh secara positif terhadap loyalitas nasabah bank non syariah (Y) (H1 diterima). Dapat ditafsirkan bahwa nasabah bank non syariah yang memiliki spiritualitas tinggi akan menurunkan keloyalitasannya pada bank konvensional. Hal ini disebabkan karena semakin dekat dan tinggi nilai spiritualitas seseorang akan memengaruhi tingkat loyalitas seseorang pada bank konvensional yang diyakini oleh beberapa responden masih terdapat unsur riba dalam kegiatan operasional bank non syariah.

Variabel pengetahuan perbankan syariah (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka didapatkan simpulan bahwa terdapat pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah bank non syariah (Y) (H2 diterima). Dapat ditafsirkan bahwa nasabah bank non syariah yang memiliki pengetahuan tentang perbankan syariah cukup tinggi akan menurunkan tingkat kelayakannya pada bank non syariah.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi R² digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel dependen (Sujarweni, 2018:142). Semakin kecil atau mendekati angka 0, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen semakin terbatas. Namun, jika nilai koefisien R² semakin mendekati 1 maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen semakin baik.

Tabel 7.
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.362 ^a	.131	.1263	.819

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Perbankan Syariah, Spiritualitas

Sumber: Data diolah peneliti (2022)

Pada tabel diperlihatkan nilai *R Square* memiliki nilai 0,131 atau 13,1% dan dapat dideskripsikan loyalitas nasabah bank non syariah dapat didefinisikan oleh variabel spiritualitas dan pengetahuan perbankan syariah sebesar 13,1% dan sisanya 86,9% dapat didefinisikan oleh variabel diluar penelitian ini.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang telah disusun berdasarkan tujuan dalam penelitian ini ialah:

H1 : diduga spiritualitas memengaruhi loyalitas nasabah non bank syariah

H2 : diduga pengetahuan perbankan syariah memengaruhi loyalitas nasabah non bank syariah

H3 : diduga spiritualitas dan pengetahuan perbankan syariah secara simultan memengaruhiloyalitas nasabah non bank syariah

maka, dari hasil uji analisis dapat ditarik simpulan bahwa hipotesis diatas dapat diterima.

Pengaruh Spiritualitas terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil dari uji parsial t menunjukkan hasil $0,001 < 0,05$, sehingga didapatkan simpulan bahwa spiritualitas mampu memengaruhi loyalitas nasabah. Apabila tingkat spiritualitas nasabah tinggi, maka tingkat loyalitas nasabah non bank syariah menurun. hal tersebut dikarenakan, tingginya tingkat spiritualitas seseorang, menyebabkan orang tersebut tidak menjadi nasabah bank non syariah, hal ini diyakini bahwa bank non syariah dalam kegiatan operasionalnya mengandung riba dan hal tersebut dilarang dalam kepercayaan yang diyakini. Hal tersebut diperkuat dengan hasil penelitian dari Ni'mah (2018) dan Aminah (2015) bahwa jika semakin tinggi nilai spiritualitas yang diterapkan dalam operasional oleh bank syariah, maka nasabah dapat meyakini bahwa nilai-nilai yang diterapkan oleh bank syariah telah sesuai dengan prinsip serta nilai-nilai islam, sehingga nasabah semakin setia dan tetap menggunakan produk bank syariah dan loyalitas nasabah juga meningkat pada bank syariah. Nilai spiritualitas tinggi menurunkan loyalitas nasabah bank non syariah karena diyakini bank syariah lebih menerapkan asas dan nilai islami dengan menjauhkan hal yang dilarang agama dalam pelaksanaan kegiatan bernasabahnya.

Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil dari uji parsial t menunjukkan hasil $0,000 < 0,05$, sehingga didapatkan simpulan bahwa pengetahuan perbankan syariah mampu memengaruhi loyalitas nasabah. Apabila seseorang mengetahui ilmu atau pengetahuan mengenai perbankan syariah, maka dipastikan cenderung memilih perbankan syariah sebagai bank yang digunakan. Dengan mengetahui mengenai pemahaman dalam pengetahuan perbankan syariah, dapat menurunkan loyalitas nasabah perbankan non syariah. Hal tersebut dikuatkan oleh hasil penelitian dari Saputra (2020) dan Haida (2021) menyebutkan bahwa apabila seseorang telah mengetahui serta memahami perbankan syariah berarti seseorang itu telah memiliki informasi dan pengetahuan berkenaan dengan perbankan syariah, sehingga lebih mengenal perbankan syariah, baik secara tersirat atau tersurat. Pengetahuan seseorang terkait bank syariah tinggimenurunkan loyalitas nasabah bank non syariah karena diyakini jika seseorang memahami *benefits* dari segi agama dan ekonomi yang berada di bank syariah maka seseorang tersebut lebih condong bernasabah dengan bank syariah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, didapatkan simpulan bahwa spiritualitas dapat memengaruhi loyalitas nasabah bank non syariah, pengetahuan perbankan syariah juga dapat memengaruhi loyalitas nasabah bank non syariah, serta spiritualitas dan pengetahuan perbankan syariah dapat memengaruhi loyalitas nasabah bank non syariah secara simultan. Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu penelitian ini masih memiliki keterbatasan sehingga disarankan untuk memperbanyak rujukan, memperluas wilayah populasi, serta dapat melakukan penelitian setema dengan variabel lain yang dapat memengaruhi variabel yang telah diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Abhimantra, A., Maulina, A. R., & Agustianingsih, E. 2013. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah." *Prosiding PESAT* 5.
- Aminah, A. 2015. "Pengaruh Spiritualitas Di Tempat Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Melalui Variabel Mediator Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasi Di BMI, BSM, Dan BRIS KC Malang." *Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*.
- Asnawi, N., Sukoco, B.M. and Fanani, M. A. 2020. "The Role of Service Quality Within Indonesian Customers Satisfaction and Loyalty and Its Impact on Islamic Banks." *Journal of Islamic Marketing* Vol. 11. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2017-0033>
- Awan, H.M. and Shahzad Bukhari, K. 2011. "Customer's Criteria for Selecting an Islamic Bank: Evidence From Pakistan." *Journal of Islamic Marketing* Vol. 2. <https://doi.org/10.1108/17590831111115213>
- Charles Makanyeza, Lovemore Chikazhe. 2017. "Mediators of The Relationship Between Service Quality and Customer Loyalty: Evidence From The Banking Sector in Zimbabwe." *Journal of Bank Marketing* Vol. 35 (Issue: 3). <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2016-0164>
- Faisal, M., Akhtar, A. and Rehman, A. 2014. "Attitude of Muslims and Non-Muslims towards Islamic Banking – An Exploratory Study in India." *The Developing Role of Islamic Banking and Finance: From Local to Global Perspectives (Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis)* Vol. 95. [https://doi.org/10.1108/S1569-3759\(2014\)0000095017](https://doi.org/10.1108/S1569-3759(2014)0000095017)
- Ghamry, S., & Shamma. 2020. "Factors Influencing Customer Switching Behavior in Islamic Banks: Evidence From Kuwait." *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0021>
- Haida, N., Pratama, G., Sukarnoto, T., & Widiawati, W. 2021. "Pengaruh Pemahaman Masyarakat Tentang Riba Terhadap Minat Bertransaksi Di Bank Syariah." *Ecobankers: Journal of Economy and Banking* Vol. 2 (Issue 2):131–39.

- Hardianto, D.S. and Wulandari, P. 2016. "Islamic Bank VS Conventional Bank: Intermediation, Fee Based Service Activity and Efficiency." *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* Vol. 9 (No 2):296–311. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-01-2015-0003>
- Ireland, J.J. 2018. "Just How Loyal Are Islamic Banking Customers?" *International Journal of Bank Marketing* Vol. 36 (No. 3):410–22. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2016-0138>
- Ishak, M. Z., & Azzahroh, E. P. 2017. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening." *Jebis (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam) Journal Of Islamic Economics And Business* Vol. 3 (Issue 1):26–38.
- Jalaludin, A. 2018. "Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Wadiah." *Jurnal Ekonologi Ilmu Manajemen* Vol. 2 (Issue 1):95–100.
- Khamis, F.M. and AbRashid, R. 2018. "Service Quality and Customer's Satisfaction in Tanzania's Islamic Banks: A Case Study at People's Bank of Zanzibar (PBZ)." *Journal of Islamic Marketing* Vol. 9 (No. 4):884–900. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2016-0068>
- Majeed, M.T. and Zainab, A. 2018. "Sharia'h Practice at Islamic Banks in Pakistan." *Journal of Islamic Accounting and Business Research* Vol. 9(No. 3):274–89. <https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2015-0011>
- Mauricio Losada-Otalora, Carlos Augusto Valencia Garcés, Jorge Juliaio-Rossi, Pedro Mario Donado, Efraín Ramírez F. 2018. "Enhancing Customer Knowledge: The Role of Banks in Financial Well-Being." *Journal of Service Theory and Practice*. <https://doi.org/10.1108/JSTP-09-2017-0176>
- Mbawuni, J. and Nimako, S.G. 2018. "Muslim and Non-Muslim Consumers' Perception Towards Introduction of Islamic Banking in Ghana." *Journal of Islamic Accounting and Business Research* Vol. 9 (No. 3):357–77. <https://doi.org/10.1108/JIABR-04-2016-0050>
- Mbawuni, J. and Nimako, S.G. 2018. "Muslim and Non-Muslim Consumers' Perception Towards Introduction of Islamic Banking in Ghana." *Journal of Islamic Accounting and Business Research* Vol. 9 (No. 3):357–77.
- Ni'mah A. A. 2018. "Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Presepsi Harga Dan Spiritualitas Terhadap Loyalitas Nasabah." *Doctoral Dissertation, IAIN Salatiga*.
- Prijanto, B., Pulung, R. F., & Sari, A. R. 2021. "Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Di Kota Depok Menggunakan Carter Model." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* Vol. 4 (No. 1):178–94.
- Saputra, R. 2020. "Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah." *Doctoral Dissertation, IAIN Padangsidimpuan*.
- Saud, I. M., Teguh, I., & Nugraheni, P. 2018. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah Perbankan Konvensional Beralih Ke Perbankan Syariah (Studi Empiris Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Di DIY)." *InFestasi* Vol. 14 (Issue 2):133–45.
- Suhartanto, D., Gan, C., Sarah, I.S. and Setiawan, S. 2020. "Loyalty Towards Islamic Banking: Service Quality, Emotional or Religious Driven?" *Journal of Islamic Marketing* Vol. 11 (No. 1):66–80. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2018-0007>
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D Dan Penelitian Pendidikan)*. Bandung: PT. Alfabeta CV.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta CV.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supriadi, S., & Ismawati, I. 2020. "Implementasi Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah Untuk Mempertahankan Loyalitas Nasabah." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* Vol. 2 (No. 1):41–50.
- Thaker, H. M. T., Sakaran, K. C., Nanairan, N. M., Thaker, M. A. M. T., & Hussain, H. I. 2020. "Drivers of Loyalty Among Non-Muslims Towards Islamic Banking in Malaysia: Evidence from SmartPLS." *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 2. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-07-2018-0211>
- Utami, M., Handayani, T., & Pusporini. 2019. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah." *In Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics* Vol. 2:170–78.

- Wahyoedi, S. 2019. "Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Studi Atas Religitas, Kualitas Layanan, Trust Dan Loyalitas." *Deepublish*.
- Wahyuni, T. 2017. "Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Ajb Bumiputera Syariah Cabang Lemabang Palembang." *Doctoral Dissertation, UIN Raden Fatah Palembang*.
- Wilujeng, A. n.d. "Hubungan Spiritualitas Dengan Pencapaian Aktualisasi Diri Pada Remaja Kelas X Di SMA Nurul Islam Antirogo Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember."
- Wulandari, W. P. 2020. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Muslim Untuk Memilih Bank Konvensional (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kabupaten Pinrang)." *Doctoral Dissertation, IAIN Parepare*.
- Yatie, V. A., & Ary, V. I. V. I. E. T. A. 2014. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung: Studi Kasus Bank Syariah Di Surabaya." *Jurnal Akuntansi UNESA* Vol. 3 (No. 1).
- Yuliawan, E. 2011. "Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung." *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil: JWEM* Vol. 1 (No. 1).
- Zarrouk, H., Ben Jedidia, K. and Moualhi, M. 2016. "Is Islamic Bank Profitability Driven by Same Forces as Conventional Banks?" *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* Vol. 9 (No. 1):486–66. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-12-2014-0120>