



Pengaruh Kualitas Pelayanan *Funding Officer* dan Bagi Hasil terhadap Loyalitas Nasabah Deposito pada BPRS Harta Insan Karimah Bekasi

Jerry Brilanda^{1*}, Senen²

¹²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas Pamulang

*Corresponding author: brillianda28@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History:

Diterima : Mei 2025

Disetujui : Juni 2025

Diterbitkan : Juli 2025

Keywords:

Service Quality, Profit Sharing,
Customer Loyalty

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of the Service Quality of Funding Officers and Profit Sharing on the Loyalty of Deposit Customers at BPRS Harta Insan Karimah Bekasi. This study is a quantitative research using data collection techniques through questionnaires. The sampling technique used is Non-Probability Sampling with Purposive Sampling method. The sample size was determined using the Slovin formula, with a population of 938 people, resulting in 100 respondents. The data analysis techniques used in this study include research instrument tests, classical assumption tests, linear regression tests, coefficient of determination tests, as well as t-tests and f-tests using SPSS version 25. The results of this study show the regression equation $\hat{Y} = 6.766 + 0.449(X1)$. The coefficient of determination (R) is 0.733 or 73.3%, and hypothesis testing shows the t-value > t-table or (3.228 > 1.660) with a significance value of $0.002 < 0.05$. This means that there is a significant effect of the Service Quality of Funding Officers on Customer Loyalty. The regression equation is $\hat{Y} = 2.627 + 0.674(X2)$. The coefficient of determination (R) is 0.788 or 78.8%, and hypothesis testing shows the t-value > t-table or (6.201 > 1.660) with a significance value of $0.000 < 0.05$. This means that there is a significant effect of the Profit Sharing variable on Customer Loyalty. The regression equation is $\hat{Y} = 3.022 + 0.166(X1) + 0.460(X2)$. The coefficient of determination (R²) is 0.805 or 80.5%, and hypothesis testing shows the f-value > f-table or (205.425 > 3.090) with a significance value of $0.000 < 0.05$. This means there is a significant effect of the Service Quality of Funding Officers and Profit Sharing on the Loyalty of Deposit Customers at BPRS Harta Insan Karimah Bekasi.

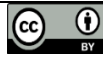
Kata Kunci:

Kualitas Pelayanan, Bagi Hasil,
Loyalitas Nasabah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan *Funding Officer* dan Bagi Hasil terhadap Loyalitas Nasabah Deposito pada BPRS Harta Insan Karimah Bekasi. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu Non-Probability Sampling dengan menggunakan metode Purposive Sampling. Pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan populasi berjumlah 938 orang, dari hasil perhitungan diperoleh sebanyak 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji regresi linear, uji koefisien determinasi, serta uji t dan uji f dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan persamaan regresi $\hat{Y} = 6,766 + 0,449(X1)$. Nilai koefisien determinasi (R) sebesar 0,733 atau 73,3% dan uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (3,228 > 1.660) dan nilai Sig. 0,002 < 0,05. Artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan *Funding Officer* terhadap Loyalitas Nasabah. Persamaan regresi $\hat{Y} = 2,627 + 0,674(X2)$. Nilai koefisien determinasi (R) sebesar 0,788 atau 78,8% dan uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (6,201 > 1,660) dan nilai Sig. 0,000 < 0,05. Artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel Bagi Hasil terhadap Loyalitas Nasabah. Persamaan regresi $\hat{Y} = 3,022 + 0,166(X1) + 0,460(X2)$. Nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,805 atau 80,5% dan uji hipotesis diperoleh nilai f hitung > f tabel atau (205,425 > 3,090) dan nilai Sig. 0,000 < 0,05. Artinya terdapat

pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan *Funding Officer* dan Bagi Hasil terhadap Loyalitas Nasabah Deposito pada BPRS Harta Insan Karimah Bekasi.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2025 by author

PENDAHULUAN

Perbankan syariah kini memainkan peran yang semakin penting dalam industri keuangan global, khususnya di negara-negara dengan populasi Muslim yang besar, seperti Indonesia. Perbankan syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip yang tidak hanya menghindari riba (bunga), tetapi juga menekankan pada keadilan, transparansi, dan berbagi risiko. Dengan pendekatan berbasis syariah ini, perbankan syariah menawarkan berbagai produk dan layanan yang tidak hanya menarik bagi konsumen Muslim tetapi juga bagi masyarakat umum yang mencari alternatif keuangan yang adil dan transparan. Salah satu lembaga perbankan syariah yang berperan penting di Indonesia adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), termasuk BPRS Harta Insan Karimah Bekasi (HIK Bekasi). Bank ini menyediakan produk-produk keuangan yang berorientasi pada prinsip syariah, salah satunya adalah produk deposito yang menarik bagi masyarakat.

BPRS HIK Bekasi, yang terletak di Kota Bekasi, merupakan lembaga keuangan syariah yang melayani masyarakat dengan berbagai produk, termasuk produk deposito, yang telah menjadi salah satu pilihan favorit bagi banyak nasabah. Sebagai salah satu BPRS yang beroperasi di Indonesia, HIK Bekasi harus menghadapi tantangan dalam mempertahankan loyalitas nasabah di tengah persaingan yang ketat dengan bank syariah lainnya. Salah satu faktor yang menjadi fokus dalam mempertahankan nasabah deposito adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh *funding officer*. Selain itu, bagi hasil yang ditawarkan juga menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan nasabah untuk tetap mempertahankan dananya di bank ini.

Deposito merupakan produk yang cukup populer di kalangan masyarakat, termasuk di perbankan syariah, karena dianggap sebagai investasi yang relatif aman dengan return yang menarik. Pada BPRS HIK Bekasi, produk deposito ditawarkan dengan berbagai pilihan jangka waktu, salah satunya adalah deposito dengan jangka waktu 12 bulan. Di balik produk tersebut, terdapat berbagai faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah, termasuk kualitas pelayanan dari *funding officer*, yang berperan sebagai penghubung antara bank dan nasabah dalam proses pembukaan dan pengelolaan deposito. *Funding officer* yang memiliki pengetahuan yang memadai, sikap empatik, responsif, dan dapat diandalkan, akan berperan penting dalam membentuk hubungan yang kuat dan saling menguntungkan antara bank dan nasabah.

Menurut data yang dihimpun oleh BPRS HIK Bekasi, jumlah nasabah deposito yang tetap mempertahankan dananya di bank ini mengalami penurunan dalam beberapa tahun terakhir. Misalnya, pada tahun 2021, terdapat 1.075 nasabah yang memilih untuk tidak mencairkan deposito mereka, namun angka tersebut menurun menjadi 1.040 pada tahun 2022, dan lebih signifikan lagi turun menjadi 938 pada tahun 2023. Meskipun jumlah total nasabah deposito selama tiga tahun terakhir mencapai 3.053, penurunan jumlah nasabah yang tidak mencairkan deposito menunjukkan adanya tantangan dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Data ini mengindikasikan bahwa ada faktor-faktor tertentu yang memengaruhi keputusan nasabah untuk mempertahankan atau menarik dananya, dan ini harus menjadi perhatian bagi pihak bank.

Loyalitas nasabah menjadi hal yang sangat penting dalam industri perbankan, termasuk di perbankan syariah. Loyalitas dapat didefinisikan sebagai komitmen nasabah untuk terus menggunakan produk dan layanan suatu bank dalam jangka panjang. Dalam survei yang dilakukan di BPRS HIK Bekasi, sebagian besar nasabah menunjukkan bahwa mereka akan merekomendasikan produk deposito bank ini kepada teman atau keluarga, yang mencerminkan

adanya kepuasan terhadap layanan yang diberikan. Namun, meskipun banyak nasabah yang bersedia merekomendasikan produk deposito, tingkat loyalitas yang lebih dalam, seperti kesediaan untuk tetap memilih BPRS HIK Bekasi meskipun ada tawaran lebih menarik dari bank lain, masih terbilang cukup bervariasi.

Sebagai contoh, hasil survei menunjukkan bahwa sekitar 46,67% nasabah cenderung akan tetap memilih BPRS HIK Bekasi meskipun ada tawaran lebih baik dari bank lain, sementara 53,33% lainnya mungkin akan mempertimbangkan untuk berpindah ke bank lain jika ada tawaran yang lebih menguntungkan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun banyak nasabah yang merasa puas dengan produk deposito yang ditawarkan, mereka masih sensitif terhadap faktor eksternal seperti suku bunga atau bagi hasil yang ditawarkan oleh bank pesaing. Dengan demikian, BPRS HIK Bekasi perlu lebih berhati-hati dalam menjaga loyalitas nasabah, termasuk dengan memberikan pelayanan yang lebih baik dan penawaran yang lebih menarik.

Dalam hal ini, kualitas pelayanan dari funding officer menjadi faktor yang sangat penting. Kualitas pelayanan dapat mencakup berbagai aspek, mulai dari fasilitas yang disediakan oleh bank, sikap dan empati yang ditunjukkan oleh funding officer, hingga responsivitas mereka dalam menangani masalah atau keluhan nasabah. Survei yang dilakukan terhadap nasabah menunjukkan bahwa mayoritas nasabah merasa puas dengan fasilitas yang disediakan oleh funding officer, seperti ruang pertemuan yang nyaman dan alat presentasi yang memadai. Selain itu, 80% nasabah merasa bahwa funding officer menunjukkan sikap peduli dan perhatian terhadap kepuasan mereka. Namun, masih ada ruang untuk perbaikan, terutama dalam hal responsivitas terhadap masalah atau keluhan nasabah, di mana 26,67% nasabah merasa bahwa penanganan masalah masih dapat diperbaiki.

Selain kualitas pelayanan, faktor lain yang memengaruhi loyalitas nasabah deposito adalah bagi hasil yang ditawarkan oleh bank. Bagi hasil ini menjadi insentif utama bagi nasabah untuk memilih produk deposito pada bank syariah. BPRS HIK Bekasi menawarkan nisbah bagi hasil yang cukup kompetitif, meskipun ada penurunan dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2021, nisbah bagi hasil untuk deposito 12 bulan adalah 45% untuk nasabah dan 55% untuk bank, dengan tingkat return setara (eq. rate) sebesar 11,20%. Namun, pada tahun 2022 dan 2023, eq. rate mengalami penurunan menjadi 8% dan 7,15% secara berturut-turut. Meskipun penurunan ini terjadi, bagi hasil BPRS HIK Bekasi masih lebih tinggi dibandingkan dengan beberapa bank syariah lainnya, seperti BPRS AlSalaam dan BPRS Artha Madani, yang menawarkan bagi hasil yang lebih rendah.

Faktor lain yang perlu diperhatikan adalah bahwa penurunan bagi hasil yang diberikan oleh BPRS HIK Bekasi mungkin memengaruhi keputusan nasabah untuk tetap menempatkan dananya di bank ini. Nasabah yang sebelumnya tertarik dengan produk deposito karena bagi hasil yang menguntungkan mungkin mulai mempertimbangkan untuk mencari alternatif lain jika mereka merasa bank lain menawarkan bagi hasil yang lebih tinggi. Oleh karena itu, bank perlu mencari cara untuk meningkatkan daya tarik produk deposito, baik melalui peningkatan kualitas pelayanan maupun dengan menyesuaikan tingkat bagi hasil yang lebih kompetitif.

Secara keseluruhan, meskipun BPRS HIK Bekasi telah menawarkan produk deposito yang menarik dan memiliki pelayanan yang cukup memadai, penurunan jumlah nasabah deposito dalam tiga tahun terakhir menunjukkan bahwa masih ada faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Faktor-faktor ini mencakup kualitas pelayanan dari funding officer, tingkat bagi hasil yang ditawarkan, serta faktor eksternal seperti penawaran lebih menguntungkan dari bank lain. Untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah, BPRS HIK Bekasi perlu fokus pada penguatan hubungan dengan nasabah, peningkatan kualitas pelayanan, serta penyesuaian strategi bagi hasil agar nasabah merasa lebih dihargai dan tetap setia.

Adapun research gap yang dapat ditarik dari analisis ini adalah kurangnya studi yang secara spesifik menghubungkan antara kualitas pelayanan funding officer dengan loyalitas

nasabah deposito di BPRS, serta pengaruh perbedaan tingkat bagi hasil terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah untuk produk deposito mereka. Studi lebih lanjut yang mengeksplorasi faktor-faktor ini secara mendalam dapat memberikan wawasan yang lebih baik mengenai apa yang sebenarnya mendorong loyalitas nasabah dalam konteks perbankan syariah.

KAJIAN LITERATUR

Kualitas Pelayanan

Menurut Ningsih, dkk (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Menurut Sapruni & Akib (2020:3) Kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk atau jasa pelayanan, manusia, proses, dan lingkungan secara langsung dapat memenuhi keinginan para pelanggannya, sehingga tercapai kepuasan. Kualitas pelayanan sangat tergantung dari persepsi masyarakat sebagai pengguna jasa, karena merekalah yang menikmati layanan, sehingga secara otomatis dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi keinginannya. Masyarakat menilai kualitas pelayan tidak hanya dilihat dari segi hasil pelayanan yang mereka terima, tetapi penilaian ini juga dilihat dari segi proses pelayanan. Menurut Insani & Setiyariski (2020) kualitas pelayanan adalah sesuatu pelayanan yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi keinginan yang sesuai dengan yang mereka harapkan dan butuhkan.

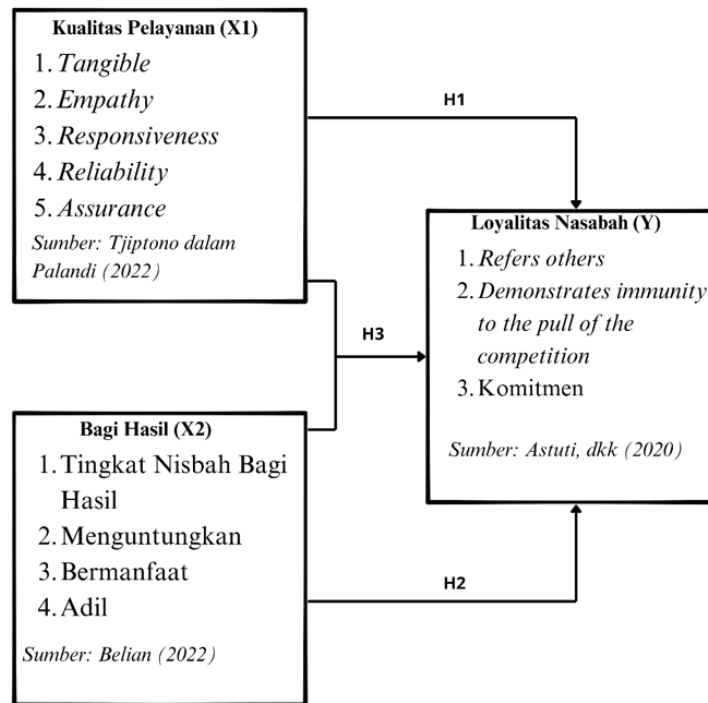
Bagi Hasil

Menurut Yunimar (2021) bagi hasil adalah prinsip pembagian resiko dan keadilan transaksi keuangan dalam hukum islam, Dimana kerugian dan keuntungan akan dibagi dua antara pemilik dana dan pihak yang mengelola dana. Menurut Efrilyati, dkk (2024:37) Bagi hasil adalah pembagian hasil usaha dimana pemilik modal bekerja sama dengan pemilik modal untuk melakukan kegiatan usaha. Jika kegiatan usahanya menghasilkan keuntungan, maka dibagi dua dan ketika mengalami kerugian, dibagi juga. Sistem bagi hasil menjamin keadilan dan tidak ada pihak yang dieksploitasi. Pengertian bagi hasil adalah pembagian hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak yang disepakati yaitu nasabah dan bank syariah. Menurut Sehabudin, dkk (2024) bagi hasil merupakan pembagian atau hasil kegiatan antara nasabah dan bank syariah. Dalam prakteknya, hasil atau usaha yang diberikan oleh kedua belah pihak akan dibagi sesuai dengan bagian masing-masing pihak dalam akad. Menurut Nura, dkk (2023:910) Bagi hasil merupakan pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak pihak yang melakukan perjanjian yaitu pihak nasabah dan pihak bank syariah. Dalam hal ini, hasil atas usaha yang dilakukan akan dibagi sesuai dengan porsi masing-masing pihak yang telah disepakati dalam perjanjian. Pembagian hasil usaha dalam bank syariah ditetapkan dengan menggunakan nisbah. Nisbah yaitu persentase yang disetujui oleh kedua belah pihak dalam menentukan bagi hasil atas kerjasama usaha yang dilakukan.

Loyalitas Nasabah

Menurut Putera dkk (2021:4) menjelaskan loyalitas pelanggan sebagai dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk/jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian berulang-ulang tersebut. Pelanggan (*customer*) berbeda dengan konsumen (*consumer*), seorang dapat dikatakan sebagai pelanggan apabila orang tersebut mulai membiasakan diri untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut Tjiptono dalam Zulkarnain (2020:6) “Loyalitas pelanggan dalam konteks pemasaran jasa sebagai respons yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh

komitmen yang mendasari kontinuitas relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa yang sama atas dasar dedikasi maupun kendala pragmatis”. Menurut Kotler dan Keller (2016:138) mendefinisikan bahwa “loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang di sukai di masa depan, meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.”



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Hipotesis

- H1: Diduga terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan *Funding Officer* (X₁) terhadap Loyalitas Nasabah Deposito Pada BPRS Harta Insan Karimah Bekasi
- H2: Diduga terdapat pengaruh Bagi Hasil (X₂) terhadap Loyalitas Nasabah Deposito Pada BPRS Harta Insan Karimah Bekasi
- H3: Diduga terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan *Funding Officer* (X₁) dan Bagi Hasil (X₂) secara bersama-sama Terhadap Loyalitas Nasabah Deposito Pada BPRS Harta Insan Karimah Bekasi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2018:13) yaitu: “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Penelitian ini dilakukan di BPRS Harta Insan Karimah Bekasi yang beralamat di Komplek Ruko Grandmall Blok A19-20, Kecamatan Medan Satria, Kota Bekasi, Jawa Barat 17135. Dalam penelitian ini variabel yang dimaksud adalah Kualitas Pelayanan *Funding Officer* (X₁) dan Bagi Hasil (X₂) sebagai variabel bebas, Loyalitas Nasabah Deposito (Y) sebagai variabel terikat. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Deposito pada BPRS Harta Insan Karimah Bekasi yang berjumlah 938 nasabah. Berdasarkan

hasil perhitungan rumus slovin, maka didapat sebanyak 90,36 sampel yang kemudian peneliti bulatkan menjadi 100 sampel atau responden. Metode analisis kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan alat bantu program *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) IBM* Versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,766	1,102		6,140	0,000
	Kualitas Pelayanan	0,449	0,027	0,856	16,414	0,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

(Sumber: Data Diolah SPSS, 2025)

Berdasarkan tabel 1, diperoleh hasil persamaan regresi $\hat{Y} = 6,766 + 0,449(X_1)$. Dari persamaan di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut: Nilai konstanta sebesar 6,766 menunjukkan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan diabaikan, maka Loyalitas Nasabah diperkirakan hanya akan bernilai 6,766 poin. Nilai Kualitas Pelayanan sebesar 0, 449 berarti jika konstanta tetap dan tidak ada perubahan, maka setiap kenaikan 1 (satu) unit variabel Kualitas Pelayanan akan menyebabkan peningkatan Loyalitas Nasabah sebesar 0, 449 poin.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Bagi Hasil Terhadap Loyalitas Nasabah

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,627	1,160		2,264	0,026
	Bagi Hasil	0,674	0,035	0,888	19,113	0,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

(Sumber: Data Diolah SPSS, 2025)

Berdasarkan tabel 2, diperoleh hasil persamaan regresi $\hat{Y} = 2,627 + 0,674(X_2)$. Dari persamaan di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut: Nilai konstanta sebesar 2,627 menunjukkan bahwa jika variabel Bagi Hasil diabaikan, maka Loyalitas Nasabah diperkirakan hanya akan bernilai 2,627 poin. Nilai Bagi Hasil sebesar 0, 674 berarti jika konstanta tetap dan tidak ada perubahan, maka setiap kenaikan 1 (satu) unit variabel Bagi Hasil akan menyebabkan peningkatan Loyalitas Nasabah sebesar 0, 674 poin.

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,022	1,115		2,710	0,008
	Kualitas Pelayanan	0,166	0,051	0,316	3,228	0,002
	Bagi Hasil	0,460	0,074	0,607	6,201	0,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

(Sumber: Data Diolah SPSS, 2025)

Berdasarkan tabel 3, diperoleh hasil persamaan regresi $\hat{Y} = 3,022 + 0,166(X1) + 0,460(X2)$. Dari persamaan di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 3,022 menunjukkan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil diabaikan, maka Loyalitas Nasabah diperkirakan hanya akan bernilai 3,022 poin.
- Nilai Kualitas Pelayanan sebesar 0,166 berarti jika konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Bagi Hasil, maka setiap kenaikan 1 (satu) unit pada variabel Kualitas Pelayanan akan menyebabkan peningkatan Loyalitas Nasabah sebesar 0,166 poin.
- Nilai Bagi Hasil sebesar 0,460 menunjukkan bahwa jika konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada Kualitas Pelayanan, maka setiap kenaikan 1 (satu) unit pada variabel Bagi Hasil akan menyebabkan peningkatan Loyalitas Nasabah sebesar 0,460 poin.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.856 ^a	0,733	0,731	2,31007

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

(Sumber: Data Diolah SPSS, 2025)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4, nilai *output model summary* pada kolom *R Square* hasil *output* perhitungan sebesar 0,733. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan mempengaruhi Loyalitas Nasabah sebesar 73,3% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Bagi Hasil Terhadap Loyalitas Nasabah

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.888 ^a	0,788	0,786	2,05716

a. Predictors: (Constant), Bagi Hasil

(Sumber: Data Diolah SPSS, 2025)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 5, *output model summary* pada kolom *R Square* hasil *output* perhitungan sebesar 0,788. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Bagi Hasil mempengaruhi Loyalitas Nasabah sebesar 78,8% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Loyalitas Nasabah

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.899 ^a	0,809	0,805	1,96491

a. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

(Sumber: Data Diolah SPSS, 2025)

Berdasarkan tabel 6, dapat dilihat bahwa hasil uji determinasi pada *output model summary* dari hasil analisa regresi berganda pada kolom *Adjusted R Square* sebesar 0,805. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil berkontribusi sebesar 80,5% terhadap loyalitas nasabah, sementara sisa persentase dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (t) Variabel Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Loyalitas Nasabah

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,022	1,115		2,710	0,008
	Kualitas Pelayanan	0,166	0,051	0,316	3,228	0,002
	Bagi Hasil	0,460	0,074	0,607	6,201	0,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

(Sumber: Data Diolah SPSS, 2025)

Dapat kita lihat pada tabel 7, dapat dijelaskan hasil uji bahwa:

- Hasil hipotesis pada variabel kualitas pelayanan memperoleh *t hitung* sebesar 3,228 > 1,660 *t tabel* dan nilai *Sig.* 0,002 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan H₁ diterima, artinya terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.
- Hasil hipotesis pada variabel bagi hasil memperoleh *t hitung* lebih besar dari *t tabel* sebesar 6,201 > 1,660 dan nilai *Sig.* 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan H₂ diterima, artinya terdapat pengaruh antara variabel bagi hasil terhadap loyalitas nasabah.

Tabel 8. Hasil Uji Simultan(f) Variabel Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Loyalitas Nasabah

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1586,245	2	793,122	205,425	.000 ^b
	Residual	374,505	97	3,861		
	Total	1960,750	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan

(Sumber: Data Diolah SPSS, 2025)

Berdasarkan tabel 8, dapat dijelaskan bahwa Hasil hipotesis secara simultan memperoleh *f hitung* sebesar 205,425 > 3,090 *f tabel* dan nilai *Sig.* 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan H₃ diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan *Funding Officer* Dan bagi Hasil Terhadap Loyalitas Nasabah Deposito Pada BPRS Harta Insan Karimah Bekasi.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil regresi linier sederhana, diperoleh hasil persamaan regresi $\hat{Y} = 6,766 + 0,449(X_1)$. Dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai Kualitas Pelayanan sebesar 0,449 berarti jika konstanta tetap dan tidak ada perubahan, maka setiap kenaikan 1 (satu) unit variabel Kualitas Pelayanan akan menyebabkan peningkatan Loyalitas Nasabah sebesar 0,449 poin. Hasil uji koefisien determinasi nilai *output model summary* pada kolom *R Square* hasil *output* perhitungan sebesar 0,733. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan mempengaruhi Loyalitas Nasabah sebesar 73,3% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian ini. Hasil hipotesis pada variabel kualitas pelayanan memperoleh *t hitung* sebesar 3,228 > 1,660 *t tabel* dan nilai *Sig.* 0,002 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan H₁ diterima, artinya terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Pelayanan yang konsisten dan dapat diandalkan membangun rasa aman dan kepastian bagi nasabah. Ketika nasabah tahu mereka dapat bergantung pada *funding officer*

untuk memenuhi janji dan kebutuhan mereka, mereka lebih cenderung untuk tetap loyal. Dapat disimpulkan secara keseluruhan, kualitas pelayanan dari *funding officer* sangat mempengaruhi loyalitas nasabah. Pelayanan yang unggul dan perhatian yang tulus dapat membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan antara nasabah dan Bank.

Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil regresi linier sederhana diperoleh hasil persamaan regresi $\hat{Y} = 2,627 + 0,674(X_2)$. Dapat diartikan bahwa, nilai Bagi Hasil sebesar 0,674 berarti jika konstanta tetap dan tidak ada perubahan, maka setiap kenaikan 1 (satu) unit variabel Bagi Hasil akan menyebabkan peningkatan Loyalitas Nasabah sebesar 0,674 poin. Berdasarkan hasil koefisien determinasi didapat nilai *output model summary* pada kolom *R Square* hasil output perhitungan sebesar 0,788. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Bagi Hasil mempengaruhi Loyalitas Nasabah sebesar 78,8% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian ini. Hasil hipotesis pada variabel bagi hasil memperoleh *t hitung* lebih besar dari *t tabel* sebesar $6,201 > 1,660$ dan nilai *Sig.* $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan H_2 diterima, artinya terdapat pengaruh antara variabel bagi hasil terhadap loyalitas nasabah. Nasabah merasa lebih loyal ketika mereka percaya bahwa bagi hasil dibagi secara adil. Jika nasabah merasa bahwa lembaga keuangan berlaku adil dan mengikuti prinsip-prinsip syariah secara konsisten, mereka akan lebih cenderung untuk terus menggunakan layanan tersebut. Secara keseluruhan, bagi hasil memiliki dampak yang berarti terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Loyalitas Nasabah.

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda diperoleh hasil persamaan regresi $\hat{Y} = 3,022 + 0,166(X_1) + 0,460(X_2)$. Nilai konstanta sebesar 3,022 menunjukkan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil diabaikan, maka Loyalitas Nasabah diperkirakan hanya akan bernilai 3,022 poin. Berdasarkan hasil uji determinasi yang mendapatkan nilai *Adjusted R Square* 0,809, artinya kualitas pelayanan *funding officer* dan bagi hasil memiliki pengaruh sebesar 80,9% terhadap loyalitas nasabah deposito pada BPRS Harta Insan Karimah Bekasi, sisanya di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada pada penelitian ini. Kemudian pada uji hipotesis secara simultan (Uji F) diperoleh nilai hitung sebesar $205,325 > 3,090$ *f tabel* dan nilai *Sig.* $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan H_3 diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan *Funding Officer* Dan bagi Hasil Terhadap Loyalitas Nasabah Deposito Pada BPRS Harta Insan Karimah Bekasi. Kualitas pelayanan dan bagi hasil memainkan peran krusial dalam mempengaruhi loyalitas nasabah di lembaga keuangan, Kualitas pelayanan yang baik dan bagi hasil yang menguntungkan sering kali bekerja secara sinergis untuk menciptakan pengalaman nasabah yang positif. Nasabah yang menerima pelayanan yang baik dan hasil bagi hasil yang memuaskan cenderung lebih loyal. Nasabah yang puas dengan kedua aspek tersebut cenderung tidak hanya bertahan tetapi juga merekomendasikan lembaga keuangan kepada orang lain, yang dapat memperluas basis nasabah dan meningkatkan reputasi lembaga.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa variabel Kualitas Pelayanan mempengaruhi Loyalitas Nasabah sebesar 73,3%. Kemudian hasil uji hipotesis menunjukan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan *funding officer* terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa variabel Bagi Hasil mempengaruhi Loyalitas Nasabah sebesar 78,8%. Kemudian hasil uji hipotesis menunjukan bahwa terdapat pengaruh bagi hasil terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan *funding officer* dan bagi hasil memiliki pengaruh sebesar 80,5% terhadap loyalitas nasabah deposito pada BPRS Harta

Insan Karimah Bekasi. Kemudian hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *funding officer* dan bagi hasil berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, M. A. (2024). Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*. 7(1). 2620-7524.
- Arikunto, S. (2015). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Astawa, K., Nyoman, M., & Putu, T. V. (2023). Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian Untuk Mahasiswa D4/S1 Terapan. Purbalingga. Eureka Media Aksara.
- Astuti, Y. W., Ratno, A., & Ahmad, T. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. 19(3). 134-158.
- Aulia, M. R., & Hafasnuddin. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*. 6(1). 2614-7696.
- Azizah, A. A., Mufti, A. A., & Rofiul, W. (2024). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh E-Word Of Mouth Dan Kualitas Layanan Financial Technology Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. 10(02). 2198-2213.
- Belian, B., Ryzki, W., & Adi, I. W. (2022). Pengaruh Pengetahuan Produk, Bagi Hasil Dan Lokasi Terhadap Preferensi Nasabah Pembiayaan Mudharabah Di Bank Syariah Mandiri Kcp Rancaekek. *Jurnal Dimamu*. 1(2). 2809-2228.
- Efrilyati, W., Nur, A. B., & Laylan, S. (2024). Pengaruh Bagi Hasil, Kurs, Dan Inflasi Terhadap Pertumbuhan Pendapatan Bagi Hasil Nasabah Deposito Mudharabah (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia). *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*. 2(1). 2988-2230.
- Faiq, A., Masfiah., Kholil, B. (2024). Pengaruh Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bmt Ugt Nusantara Capem. *Jakpt*. 1(4). 3025-9223.
- Firdaus, M. Z. M. & Fatchan A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Nilai Pelanggan, Dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Anggota: Studi Pada Koperasi Syariah Binama Weleri. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*. 5(2). 2747-0490.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Insani, Y. D. & Ramdani, S. (2020). Meningkatkan Kualitas Pelayanan Front Office Department melalui Tugas Dan Tanggung Jawab Concierge Pada Hotel Savoy Homann. *Jurnal Kajian Parawisata*. 2(1). 2686-2522.
- Kotler, P Dan Amstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P. And Keller, Kevin L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition* New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

- Kurniyawati, E., & Fernaldi, A. R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Bprs Suriyah Cabang Salatiga). *Jurnal Baabu Al-Ilmi*. 5(2). 2527-4163.
- Natsir, U., & Anastasya, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Motor Honda Pada Pt. Daya Anugrah Mandiri Parepare. *Jurnal Kewirausahaan*. 8(4). 2338-2716.
- Ningsih, P., Tubagus, R. T., & Ermi, S. (2021). Pengaruh Komitmen Manajemen Puncak Dalam Kualitas Pelayanan Bprs Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Di Bpr Syariah Botani Dramaga Bogor, Jawa Barat). 1(1). 2808-4381.
- Nur'aeni, Susi, S., & Mimin, M. (2021). Pengaruh Fitur, Kualitas Produk Dan Bagi Hasil Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Rancaekek. *Indonesian Journal Of Economics And Management*. 02(01). 2747-0695.
- Nura, I., Nurlaila, & Marliyah. (2023). Pengaruh Car, Bopo, Fdr Dan Npf Terhadap Tingkatbagi Hasilmudharabah Dimediasi Roa Dibank Umum Syariah Indonesia. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*. 7(1). 2548-9224.
- Oneja, W., Putri, A. N., & Nova, E. (2024). Penerapan Sistem Bagi Hasil Budidaya Madu Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Di Desa Rantau Karya Kecamatan Geragai Kabupaten Tanjabtim. *Jiem*. 2(1). 3025-7859.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Sukarno Pressindo.
- Putera, A. D., Juhriyansyah, D., & Muhammad, R. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Penabung Aktif Pt Bank Bukopin Cabang Banjarmasin. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*. 10(2). 2541-1403.
- Rahayu, M. & Rahadyan, T. (2024) Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jaya Sampurna Toko Daging Di Lebak Bulus. *Journal Of Economic Academic*. 1(2). 74-84
- Ramadhan, M., Zaki, M. & Lisda, A. (2022). Analisis Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan, Dan Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Deposito Syariah. *Jurnal Akuntansi Dan Perbankan Syariah*. 5(2). 2621-4644.
- Santoso, S. (2015). *Spss20 Pengolahan Data Statistik Di Era Informasi*. Jakarta: Pt. Alex Media Komputindo, Kelompok Gramedia.
- Sapruni, & Karmila, A. (2020). Kualitas Pelayanan Publik Dalam Pembuatan Akte Kelahiran (Studi Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Poso). 15(1). 2722-8185.
- Sehabudin, D., Keuis, H. S., & Puput, N. (2024). Pengaruh Rate Bagi Hasil Deposito Terhadap Pertumbuhan Deposito Mudharabah Di Pt. Bprs Hik Parahyangan. *Journal Of Social Science Research*. 4(1). 2807-4238.
- Senoaji, F. (2021). Hubungan Antara Tanggung Jawab Sosial, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bsi Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. 1(2). 2807-5846.
- Sifki, N. & Ibram, P. D. (2022). Pengaruh Bagi Hasil, Biaya, Promosi, Efisiensi Operasional Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Jumlah Deposito Mudharabah. *Jurnal Akuntansi Syariah*. 6(1). 2657-1676.

- Sugiyono, (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Sugiyono, (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D. Bandung. Alfabeta.
- Syahputri, A. Z., Fay, D. F., & Ramadani, S. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran. 2(1). 160-166.
- Wahyoedi, S. & Saparso. (2019). Loyalitas Nasabah Bank Syariah. Yogyakarta. Deepublish.
- Yasin, M., Sabaruddin, G., & Andi, A. H. (2024). Metode Dan Instrumen Pengumpulan Data (Kualitatif Dan Kuantitatif). Journal Of International Multidisciplinary Research. 2(3). 3026-6874.
- Yentisna., Alvin, A., & Likanopa, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: Nasabah Kredit Konsumtif Pada Bank Nagari Capem M. Jamil). Jurnal Ekonomika Dan Bisnis. 4(4). 2807-8438.
- Yunimar, & Adi, P. (2021). Analisis Bagi Hasil Produk Deposito Berjangka Pada Koperasi Konsumen Pegawai Negeri Syariah Balikpapan Padang Panjang. Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan. 6(1).
- Yusuf, A. M. (2017). Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Kencana.
- Zulkarnain, R., Taufik, & Agus, D. R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Manajemen Dan Bisnis. Essn: 2686-5939 Issn: 2686-0554