

PENGARUH IMPLEMENTASI SHARIAH GOVERNANCE TERHADAP LOYALITAS NASABAH

(Studi Empiris pada Perbankan Syariah di Banjarbaru)

Nadya Muntaza

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Email: nadyamuntaza16@gmail.com

Sigit Arie Wibowo, S.E., M.Acc., Ak., CA

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

ABSTRACT

The research aims to examine the effect of sharia governance implementation on customer loyalty. The research used purposive sampling method. The analysis tool used is multiple regression with SPSS 21. Testing the quality of the data used in this research is a classic assumption test, while the hypothesis testing used the t test analysis method.

The results partial (t test) showed that the hypothesis 1 expressing that the transparency has a positive significant effect on customer loyalty. Hypothesis 2 expressing that the accountability doesn't has a positive significant effect on customer loyalty. Hypothesis 3 expressing that the responsibility has a positive significant effect on customer loyalty. Hypothesis 4 expressing that the independency has a positive significant effect on customer loyalty. Hypothesis 5 expressing that the fairness has a positive significant effect on customer loyalty. Hypothesis 6 expressing that the shariah compliance has a positive significant effect on customer loyalty.

Keywords: *Transparency, Accountability, Responsibility, Independency, Fairness, Shariah Compliance, Shariah Governance, Customer Loyalty*

1. PENDAHULUAN

Agama hadir dalam kehidupan masyarakat sebagai sebuah solusi termasuk dalam keuangan syariah. Ini merupakan hal yang bukan mustahil karena potensi Indonesia menjadi *global player* keuangan syariah sangat besar, diantaranya jumlah penduduk muslim yang besar menjadi potensi nasabah industri keuangan syariah, prospek ekonomi yang cerah, studi *Center for Islamic Studies in Finance, Economics, and Development* (CISFED) menyatakan prospek keuangan syariah 2017 di Indonesia dinilai cerah menyusul dukungan pemerintah yang mengeluarkan sejumlah regulasi disamping terus gencarnya sosialisasi, peningkatan *sovereign credit rating* Indonesia menjadi *investmen grade* yang akan meningkatkan minat investor untuk berinvestasi di sektor keuangan domestik termasuk industri keuangan syariah, dan memiliki sumber daya alam yang melimpah yang dapat dijadikan sebagai *underlying* transaksi industri keuangan syariah.

Perkembangan bank syariah di Indonesia yang semakin meningkat setelah pelarangan bunga yang ditetapkan melalui Keputusan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1 Tahun 2004 meliputi kegiatan, baik yang dilakukan oleh bank, asuransi, pasar modal, pegadaian, koperasi, dan lembaga keuangan lainnya maupun dilakukan oleh individu. Dengan ditetapkannya fatwa bahwa bunga bank haram diharapkan membawa implikasi yang positif bagi perbankan syari'ah. Fatwa ini akan meningkatkan animo masyarakat, terutama umat muslim untuk menggunakan produk dan jasa perbankan syariah dalam aktivitas ekonomi (mu'amalah). Peningkatan animo masyarakat pada gilirannya diperkirakan akan memengaruhi peningkatan jumlah dana yang berhasil dihimpun dan jumlah pembiayaan yang disalurkan oleh perbankan syari'ah. Seiring dengan itu perkembangan perbankan syari'ah secara kelembagaan juga diperkirakan mengalami peningkatan.”

Bank syariah dapat dijadikan alternatif bagi orang yang konsisten tidak ingin ada riba di setiap transaksi karena ingin patuh pada surah tentang larangan riba:

39. dan sesuatu Riba (tambahan) yang kamu berikan agar Dia bertambah pada harta manusia, Maka Riba itu tidak menambah pada sisi Allah. dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, Maka (yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya). Q.S Ar-rum 39

Dalam menerapkan pengembangan industri perbankan syariah, Bank Indonesia melakukan program-program inisiatif yang salah satunya adanya peraturan bank Indonesia No. 8/14/PBI/2006 Pasal 2 ayat (1) PBI dan juga tercantum dalam pasal 34 ayat 1 Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Dalam peraturan tersebut ditegaskan bahwa perbankan wajib melaksanakan prinsip-prinsip *good corporate governance* yang terdiri dari transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, kemandirian, dan keadilan di setiap kegiatan usahanya.

Menurut Intan dan Emile (2014) penerapan *shariah compliance* di perbankan syariah bertujuan untuk mengurangi praktik riba, gharar, dan semua transaksi yang tidak sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, dengan adanya penerapan *shariah compliance* akan menuntut perbankan untuk menjalankan bisnis yang berbasis pada keuntungan yang halal serta menjalankan amanah yang dipercayakan oleh nasabah dijalankan dengan baik seperti dalam hal pengelolaan zakat, infaq, dan shodaqoh.

Shariah governance dapat menjadi salah satu strategi yang dapat diterapkan perusahaan perbankan syariah dalam upaya memperbaiki reputasi dan kepercayaan pada perbankan syariah, serta melindungi kepentingan *stakeholders* dalam rangka mencitrakan sistem perbankan syariah yang sehat dan terpercaya, sehingga strategi ini dapat mempertahankan loyalitas nasabah. Banyaknya persaingan dalam jasa perbankan, sudah seharusnya perusahaan bank syariah berupaya menjaga kepercayaan dan kepuasan nasabah agar nasabah menjadi loyal.

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah transparansi berpengaruh terhadap loyalitas bank syariah di Banjarbaru?
2. Apakah akuntabilitas berpengaruh loyalitas bank syariah di Banjarbaru?
3. Apakah responsibilitas berpengaruh loyalitas bank syariah di Banjarbaru?
4. Apakah kemandirian berpengaruh loyalitas bank syariah di Banjarbaru?
5. Apakah keadilan berpengaruh loyalitas bank syariah di Banjarbaru?
6. Apakah shariah compliance berpengaruh loyalitas bank syariah di Banjarbaru?

2. KERANGKA TEORI DAN PENURUNAN HIPOTESIS

2.1 Kerangka Teoritas

2.1.1 Teori Behavior

Kesetiaan pelanggan dapat diukur dengan perilaku dan sikap. Ukuran pertama mengacu perilaku pelanggan pada pengulangan untuk memperoleh atau membeli kembali barang/jasa yang pernah dinikmati. Sedangkan ukuran sikap mengacu pada sebuah intensitas untuk memperoleh kembali dan merekomendasikan kepada orang lain (Getty dan Thompson, 2004).

2.1.2 Loyalitas

Loyalitas nasabah adalah kesetiaan nasabah terhadap produk-produk perbankan yang ditandai dengan dilakukannya pemakaian suatu produk perbankan secara berulang tanpa terpengaruh situasi serta berbagai strategi pemasaran untuk berpindah ke produk atau jasa perbankan lain karena sudah memiliki keyakinan dan sikap positif secara subjektif maupun objektif atas produk atau jasa perbankan tersebut (Ratnasari, 2011).

2.1.3 Shariah Governance

- a) Good Corporate Governance

Good Corporate Governance pada dasarnya merupakan suatu sistem (input, proses dan output) dan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan (stakeholder) terutama dalam arti sempit hubungan antara pemegang saham, dewan komisaris dan dewan direksi demi tercapainya tujuan perusahaan *good corporate governance* dimaksudkan untuk mengatur hubungan-hubungan tersebut dan mencegah terjadinya penyimpangan dalam menerapkan strategi perusahaan dan untuk memastikan bahwa apabila terjadi kesalahan-kesalahan maka akan dapat diperbaiki dengan segera (Faozan, 2015)

1. Transparansi

Keterbukaan Informasi menjadi konsep yang populer di berbagai tata kelola organisasi, instansi, dan perusahaan termasuk perusahaan perbankan. Transparansi perbankan diwajibkan mengungkapkan informasi secara relevan, akurat, dapat dibandingkan serta mudah diakses oleh *stakeholders* dan tentunya harus diiringi kebenaran atas informasi tersebut (Intan dan Emile, 2015).

2. Akuntabilitas

Penerapan akuntabilitas menuntut perbankan untuk menyampaikan informasi yang sebenarnya mulai dari informasi pengelolaan sumber daya, informasi layanan, informasi kebijakan yang diambil perusahaan apakah sesuai dengan ketentuan dan informasi kebijakan yang dapat di pertanggungjawabkan oleh perbankan (Intan dan Emile, 2014).

3. Responsibilitas

Pertanggungjawaban merupakan kesesuaian dalam melakukan pengelolaan suatu perusahaan terhadap

peraturan perundang-undangan yang berlaku (Arbiana, 2015).

4. Kemandirian

Kemandirian yaitu keadaan dimana suatu perusahaan dikelola dengan independen dan profesional tanpa adanya pengaruh dan tekanan dari pihak manapun (Intan dan Emile, 2014)

5. Keadilan

Keadilan atau sering yang disebut dengan *fairness* merupakan suatu keadilan dan kesetaraan dalam memenuhi hak-hak *stakeholders* yang timbul atas dasar perjanjian serta perundangan yang berlaku (Intan dan Emile, 2014).

b) *Shariah Compliance*

shariah compliance adalah ketaatan bank syariah terhadap prinsip-prinsip syariah bank syariah merupakan lembaga syariah Islam, khususnya menyangkut tata-cara bermuamalat secara Islam (Junusi,2012).

2.2 Penurunan Hipotesis

2.2.1 Pengaruh Transparansi Terhadap Loyalitas Nasabah

Loyalitas timbul atas dasar kepercayaan nasabah kepada jasa bank, nasabah membutuhkan transparansi dalam segala aspek yaitu pengungkapan informasi, pengelolaan keuangan yang dapat dipahami dan dapat di pertanggungjawabkan oleh bank tersebut. Hubungan transparansi dengan loyalitas adalah dengan adanya keterbukaan informasi, mudahnya mengakses informasi , akurat, tepat waktu dan dapat dipahami akan menjadikan nasabah percaya menggunakan layanan jasa bank membuat nasabah tetap loyal terhadap bank tersebut. Hal ini didukung dalam penelitian Jumaizi (2011), Umam (2011), dan Kaharuddin (2014) yang

menyatakan bahwa transparansi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis:

H1: Transparansi berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

2.2.2 Pengaruh Akuntabilitas Terhadap Loyalitas Nasabah

Hubungan akuntabilitas dengan loyalitas nasabah adalah ketika bank mampu memberikan pelayanan sesuai dengan prinsip akuntabilitas dan mampu melaksanakan tanggungjawab yang sudah dipercayakan nasabah, maka akan menjadikan nasabah tersebut loyal. Hal ini sesuai dengan penelitian Jumaizi (2011), Umam (2011), Kaharuddin (2014) yang menyatakan bahwa akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis:

H2: Akuntabilitas berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

2.2.3 Pengaruh Responsibilitas Terhadap Loyalitas Nasabah

Hubungan responsibilitas dengan loyalitas nasabah adalah apabila bank taat pada peraturan yang sudah ditetapkan dan peduli terhadap lingkungan di masyarakat maka tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank tersebut meningkat sehingga menjadikan nasabah loyal. Hal ini sesuai dengan penelitian Sofyan (2017), Umam (2011), dan Kaharuddin (2014) yang menyatakan bahwa responsibilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis.

H3: Responsibilitas berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

2.2.4 Pengaruh Kemandirian Terhadap Loyalitas Nasabah

Hubungan kemandirian dengan loyalitas nasabah adalah ketika bank syariah yang mampu melakukan kinerja dengan profesional tanpa ada tekanan dari pihak manapun dan menjamin melindungi kepentingan nasabah akan menjadi nilai tersendiri

bagi nasabah. Dengan begitu nasabah merasa aman karena bank melindungi kepentingan nasabah, sehingga nasabah akan bersikap loyal. Hal ini sesuai dengan penelitian Sofyan(2017), Umam (2011), dan Kaharuddin (2014) yang menyatakan bahwa kemandirian berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis:

H4: Kemandirian berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

2.2.5 Pengaruh Keadilan Terhadap Loyalitas Nasabah

Hubungan keadilan dengan loyalitas nasabah adalah ketika harapan mereka sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakan bahkan melebihi apa yang diharapkan. Keadilan tercipta apabila perusahaan bank syariah memberikan pelayanan yang sama dan tidak membeda - bedakan nasabah. Dengan demikian nasabah akan merasa lebih nyaman dan menjadi loyal. Hal ini sesuai dengan penelitian Intan dan Emile (2014), Umam (2011), dan Kaharuddin (2014) yang menyatakan bahwa keadilan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis:

H5: Keadilan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

2.2.6 Pengaruh Shariah Compliance Terhadap Loyalitas Nasabah

Hubungan shariah compliance dengan loyalitas nasabah adalah ketika shariah compliance dalam praktik perbankan dijalankan dengan baik, maka akan membuat nasabah semakin yakin pada bank syariah bahwa transaksi yang dilakukan sesuai dengan syariat islam. Adanya shariah compliance akan membuat loyalitas nasabah terhadap perbankan meningkat. Hal ini sesuai dengan penelitian Umam (2011), Junusi (2012), Intan & Emile (2014), yang menyatakan bahwa akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis:

H6: Shariah compliance berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

3. METODE PENELITIAN

3.1 Subjek dan Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan adalah perbankan syariah di Banjarbaru. Dengan sampelnya adalah nasabah perbankan syariah di Banjarnbaru

3.2 Jenis Data

Penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan yang menggunakan pendekatan kuantitatif

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan kuisisioner (angket)

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

a. Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, kemandirian, keadilan, dan shariah compliance.

1. Transparansi

Transparansi adalah pengungkapan informasi untuk semua pihak yang berkepentingan untuk mengetahui dengan pasti apa yang telah dan akan terjadi dalam proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan keterkaitan informasi baik yang materiil dan non materiil. Adapun dalam mengukur indikator yang digunakan untuk mengukur transparansi adalah keterbukaan dan informasi yang relevan dengan skala likert 5 Poin (Wardayati, 2011).

2. Akuntabilitas

Akuntabilitas adalah kewajiban individu atau penguasa untuk mempertanggung jawabkan pengelolaan tugas dan kewenangan

untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur akuntabilitas adalah kejelasan fungsi dan penilaian dalam kinerja dan pengambilan keputusan dengan skala likert 5 poin (Wardayati, 2011)

3. Responsibilitas

Responsibilitas adalah keadaan dimana perusahaan harus patuh pada hukum yang berlaku dalam melaksanakan semua kegiatan perusahaan serta bertanggungjawab kepada semua pihak yang berkepentingan. Menurut Wardayati (2011) adapun indikator yang digunakan untuk mengukur responsibilitas adalah taat pada peraturan

4. Kemandirian

Menurut Umam (2011) kemandirian adalah perbankan harus bersifat objektif serta bebas perbankan harus bersifat objektif serta bebas dari segala bentuk tekanan dalam setiap pengambilan keputusan ataupun tindakan agar hak dari setiap bagian yang ada didalam bank dapat terpenuhi semua sesuai dengan semestinya. Adapun dalam mengukur indikator kemandirian adalah pengelolaan yang professional dan tanggung jawab serta independen tanpa campur tangan siapapun dengan skala likert 5 poin (Junusi,2012).

5. Keadilan

Keadilan merupakan perlakuan yang adil dan setara tanpa membeda-bedakan. Keadilan adalah menempatkan sesuatu pada tempatnya. Untuk memenuhi hak-hak stakeholders yang timbul karena perjanjian dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur keadilan dan kesetaraan dengan skala likert 5 poin (Junusi, 2012).

6. *Shariah Compliance*

Shariah compliance adalah ketaatan bank syariah terhadap prinsip-prinsip syariah yang mana bertujuan untuk menjamin teraplikasinya prinsip-prinsip syariah di lembaga perbankan dan keuangan syariah. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur syariah compliance adalah bebas riba dan gharar, bisnis yang halal, pengelolaan usaha yang amanah dengan skala likert 5 poin (Junusi,2012).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah. Loyalitas adalah kesetiaan nasabah terhadap bank dalam bentuk keputusan untuk berlangganan dalam jangka waktu yang lama (Umam,2015). Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur loyalitas nasabah adalah repeat, retention, dan referral dengan skala likert 5 poin.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas instrumen ditemukan bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung $>$ dari r tabel (0,179) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Sehingga semua item pertanyaan memenuhi syarat atau dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya dan mampu mewakili variabel yang diteliti.

Uji reliabilitas dilakukan dengan teknik cronbach alpha dan membandingkan koefisiensi alpha dengan koefisien R yaitu 0,6 (Chamal, 2008). Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa semua variabel yang digunakan memiliki nilai cronbach alpha $>$ 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

4.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian normalitas menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* sebesar $0,110 > 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Uji

multikolinieritas dengan melihat VIF dan Tolerance. Diketahui nilai tolerance semua variabel independen dalam penelitian ini lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF untuk semua variabel independen kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dalam penelitian ini. Pengujian heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan analisis data dengan regresi berganda ditemukan koefisien determinasi (Adjusted R Square) adalah 0,561 atau 5,61% yang berarti variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 17,5%, sedangkan sisanya sebesar 43,9% (100%-56,1%) dijelaskan oleh variabel bebas lainnya yang tidak diamati dalam penelitian ini.

4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Transparansi	0,846	Reliabel
Akuntabilitas	0,852	Reliabel
Responsibilitas	0,850	Reliabel
Kemandirian	0,877	Reliabel
Keadilan	0,865	Reliabel
<i>Syariah Compliance</i>	0,869	Reliabel
Loyalitas	0,909	Reliabel

Tabel 2. Statistik Deskriptif Data Dari Responden

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Transparansi	120	15	25	21.30	2.113
Akuntabilitas	120	15	25	21.33	2.239
Responsibilitas	120	12	20	16.79	2.086
Kemandirian	120	12	20	16.78	1.902
Keadilan	120	12	20	16.61	1.889
Syariah Compliance	120	13	25	21.09	2.380
Loyalitas	120	14	30	23.96	3.270
Valid N (listwise)	120				

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.647	2.361		-1.121	.265
1 Transparansi	.289	.133	.187	2.175	.032
Akuntabilitas	-.229	.143	-.157	-1.608	.111
Responsibilitas	.317	.144	.202	2.193	.030
Kemandirian	.363	.159	.211	2.278	.025
Keadilan	.478	.166	.276	2.883	.005
Syariah Compliance	.284	.110	.206	2.571	.011

4.5.1 Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Tranparansi

Bank syariah sangat menjunjung tinggi transparansi kepada nasabah maupun dengan pihak-pihak terkait dengan bank syariah. Transparansi merupakan salah satu bentuk kebijaksanaan dari bank syariah untuk memberikan kemudahan

dalam mengakses semua kepentingan nasabah yang berhubungan dengan bank syariah seperti memberikan keterbukaan informasi keuangan dan non keuangan, penyampaian informasi yang jelas, relevan, dan tepat waktu. Dengan adanya kemudahan akses yang diberikan oleh bank syariah akan membuat nasabah merasa nyaman karena apa yang mereka butuhkan dapat terpenuhi.

Hasil pengujian hipotesis (H1) dengan uji t telah memberikan bukti bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara syariah compliance terhadap loyalitas nasabah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Umam (2011) yang menyatakan bahwa *good corporate governance* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan Jumaizi (2011) dan Kaharuddin (2014) yang menyatakan bahwa transparansi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

b. Uji Hipotesis Akuntabilitas

Bank syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang dalam melakukan aktivitas usahanya sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan. Bank Syariah harus menetapkan tanggungjawab yang jelas dari masing-masing unit kerja yang selaras dengan visi, misi, sasaran usaha dan strategi bank syariah. Bank syariah yang mampu memberikan pelayanan yang dibutuhkan nasabah dengan jelas, benar, dan bertanggungjawab jika ada kesalahan serta mampu melaksanakan tanggung jawab atas kewenangan yang diberikan maka akan membuat nasabah loyal terhadap perbankan tersebut.

Akan tetapi hasil pengujian hipotesis (H2) dengan uji t dalam penelitian ini menyatakan bahwa akuntabilitas tidak

berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini diduga karena nasabah hanya memperhatikan bagaimana pelayanan yang diberikan oleh setiap unit kerja bank syariah. Selain itu diduga rendahnya pengetahuan nasabah mengenai pentingnya informasi terkait kebijakan yang diambil oleh bank syariah menjadi salah satu penyebab mengapa akuntabilitas tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini sesuai dengan penelitian Intan dan Emile (2014) dan Rumadan (2018) yang menyatakan bahwa akuntabilitas tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

c. Uji Hipotesis Responsibilitas

Perbankan syariah dalam kelangsungan usahanya harus berpegang pada prinsip kehati-hatian dan menjamin dilaksanakannya peraturan yang ada. Bank syariah yang taat pada peraturan yang berlaku, bertanggungjawab pada layanan yang diberikan, tidak melakukan tindakan yang merugikan nasabah, serta peduli pada lingkungan menjadi salah satu pertimbangan nasabah untuk tetap loyal kepada bank syariah.

Pengujian hipotesis (H3) dengan uji t telah memberikan bukti bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara responsibilitas terhadap loyalitas nasabah. Hasil ini didukung dalam penelitian Umam (2011) yang menyatakan bahwa salah satu indikator untuk meningkatkan loyalitas nasabah adalah dengan meningkatkan prinsip responsibilitas pada perbankan syariah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Sofyan (2017) dan Kaharuddin (2014) yang menyatakan bahwa responsibilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah

d. Uji Hipotesis Kemandirian

Pengelolaan bank syariah secara profesional akan menjadi nilai tambah bagi bank syariah di mata nasabah. Bank syariah yang

mampu melakukan melakukan aktivitas usahanya dengan profesional, bebas dari segala tekanan dari pihak manapun, serta melindungi kepentingan nasabah akan membuat nasabah merasa aman dan terlindungi. Dengan adanya keamanan dan perlindungan dari bank syariah atas aktivitas yang dilakukan dengan nasabah hal tersebut membuat nasabah loyal kepada bank syariah sehingga dapat dikatakan bahwa kemandirian berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Hasil pengujian hipotesis (H4) dengan uji t telah memberikan bukti bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara kemandirian terhadap loyalitas nasabah. Hal ini sesuai dengan penelitian Umam (2011) yang menyatakan bahwa salah satu indikator untuk meningkatkan loyalitas nasabah adalah dengan meningkatkan prinsip kemandirian atau independensi pada perbankan syariah. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan Sofyan (2017) dan Kaharuddin (2014) yang menyatakan bahwa kemandirian berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

e. Uji Hipotesis Keadilan

Perlakuan bank syariah kepada nasabah dengan memperlakukan nasabah secara sama dan adil dalam memenuhi hak-hak nasabah membuat loyalitas nasabah kepada bank syariah semakin tinggi. Tidak hanya itu adanya kesempatan yang diberikan bank syariah kepada nasabah untuk memberikan masukan ataupun kritikan serta menindak lanjuti keluhan nasabah membuat loyalitas nasabah semakin meningkat. Semakin baik penerapan keadilan di perbankan syariah maka semakin meningkat loyalitas nasabah kepada bank syariah.

Pengujian hipotesis (H5) dengan uji t telah memberikan bukti bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara keadilan terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Umam (2011) yang menyatakan bahwa good corporate governance berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Intan dan Emile (2014) dan Kaharuddin (2014) yang menyatakan bahwa keadilan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

f. Uji Hipotesis Syariah Compliance

Adanya kesadaran masyarakat tentang pentingnya penerapan prinsip syariah dalam melakukan transaksi keuangan dan non keuangan membuat perbankan harus menerapkan syariah compliance dalam setiap unit usahanya. Faktor utama nasabah tetap loyal pada bank syariah adalah ketaatan mereka terhadap prinsip-prinsip syariah. Nasabah memutuskan untuk tetap mempertahankan bank syariah berkaitan dengan masalah keimanan dan keyakinan terhadap pengharaman riba bagi umat Islam.

Hasil pengujian hipotesis (H6) dengan uji t telah memberikan bukti bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara syariah compliance terhadap loyalitas nasabah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Intan dan Emile (2014) dan Junusi (2013) yang menyatakan bahwa syariah compliance berfungsi untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah terhadap bank.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, H. (2013). Perkembangan dan Prospek Perbankan Syariah Indonesia: Tantangan Dalam Menyongsong MEA 2015. *Milad Ke-8 Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI)*.
- Arbiana, E. S. (2015). Penerapan good corporate governance pada perbankan di indonesia. *Skripsi Uneversitas Negri Surabaya*.
- Asrori. (2011). Pengungkapan Syari'ah Compliance Dan Kepatuhan Bank Syariah Terhadap Prinsip Syariah. *Jurnal Dinamika Akuntansi*.
- Chapra, M. Umer dan Ahmed, Habib. (2002). *Islamic Governance In Islamic Financial Institutions*, Jeddah: Islamic Research dan Islamic Institute (IRTI), Islamic Development Bank (IDB).
- Donaldson, L., dan Davis, J. H. (1991). Stewardship Theory or Agency Theory: CEO Governance and Shareholder Returns. *Australian Journal of Mangement*, Vol. 16.
- Fadilah, S. (2009). Analisis Penerapan Good Governance Terhadap Ktnerja Organisasi Melalui Kepercayaan Konsumen OIeh: *Jurnal Akuntansi Riset, Prodi Akuntansi UPI*.
- Faozan, A. (2015). Implementasi Shariah Governance di Bank Syari'ah. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto*.
- Getty, J.M., and Thomson, K.N. (2004). The Relationship Between Quality, Satisfaction and Recommending Behaviour in Lodging Decision, *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, Vol.2.No.3:3-22.

- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Huse, M. (2014). *Boards , Governance and Value Creation : The Human Side of Corporate Governance*. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511611070>
- Intan, & Emile. (2014). Pengaruh Implementasi Syariah Governance terhadap Loyalitas. *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*.
- Jumaizi. (2011). Good Governance Badan Amil Zakat , Infak , dan Sedekah Dan Dampaknya Terhadap Keputusan dan Loyalitas Muzaki. *Majalah Ilmiah Informatika*.
- Junusi. (2012). Implementasi Syariah Governance Serta Implikasinya Terhadap Reputasi Dan Kepercayaan Bank Syariah. *Al-Tahrir*.
- Kaharuddin. (2014). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Reputasi Dan Customer Relationship Marketing (Crm) Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Skripsi*.
- Musanto, T. (2004). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan : Studi Kasus pada CV . Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurusan Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi – Universitas Kristen Petra*.
- Nazaruddin, Ietje & Agus Tri Basuki. (2016). Analisis Statistik Dengan SPSS. Danisa Media. Yogyakarta: 2015.
- Praditta, C. B. (2018). Penerapan Prinsip Good Corporate Governance Dalam

Upaya Plnmewujudkan Program Papua Terang. *National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development.*

Ratnasari, Y. (2011). Pengaruh Corporate Governance Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Dalam Sustainability Report. *Skripsi Universitas Diponegoro.*

Rukmiati, R. (2018). Pengaruh Implementasi Syariah Governance Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Perbankan Syariah Yang Terdaftar di Kota Malang). *Skripsi Universitas Islam Malang.*

Sofyan, M. (2017). Pengaruh CSR perusahaan terhadap citra merek dan loyalitas merek Pengaruh CSR perusahaan terhadap citra merek dan loyalitas merek. *Jurnal Siasat Bisnis.* <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art1>

Supriyatmini, T. (2005). Pengaruh kualitas Terhadap Loyalitas nasabah Pada Baitul Mal Wattamwil (BMT) KAFAH Semarang, Semarang: Unnes, 2005, hlm 41.

Umam. (2011). Governance Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bprs Artha Mas Abadi Pati) Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Syari ' Ah. *Skripsi Institut Agama Islam Negri Walisongo.*

Utomo, H. (2006), "Menggapai Loyalitas Nasabah" , *Tesis Manajemen Pemasaran*

Wardayati, S. M. (2011). Implikasi Syariah Governance Bank Syariah. *Walisongo.*

Wijaya. (2009). *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS.*