

TESIS

PENGARUH *SHARIAH COMPLIANCE* DAN *SPIRITUAL MARKETING* TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KC PALEMBANG SUDIRMAN



Oleh :

ALFIRA NURJANNAH

NIM : 2130605005

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH
PALEMBANG
2023**

Pernyataan Keaslian

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alfira Nurjannah

NIM : 2130605005

Jenjang : S2 Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa Tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya

Palembang, Juni 2023



Alfira Nurjannah
Nim. 2130605005



**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Jl. Prof. KH Zainal Abidin Fikri KM 3,5

Telp. (0711), Fax (0711) 354668, Website: <http://radenfatah.ac.id>

PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul : Pengaruh *Shariah Compliance* dan *Spiritual Marketing*
terhadap Loyalitas nasabah dengan Kepuasan sebagai
Variabel Intervening di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC
Palembang Sudirman

Ditulis oleh : Alfira Nurjannah

NIM : 2130605005

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister
Ekonomi Syariah (M.E)

Palembang, Juli 2023

Dekan,

Dr. Heri Janaidi, MA
NIP. 196901241998031006

PERSETUJUAN AKHIR TESIS

Tesis berjudul : Pengaruh *Shariah Compliance* dan *Spiritual Marketing* terhadap Loyalitas nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Palembang Sudirman

Yang ditulis oleh:

Nama : Alfira Nurjannah

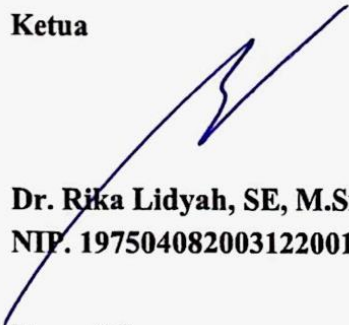
NIM : 2130605005

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Telah dimunaqosyahkan dalam sidang terbuka pada tanggal 27 Juni 2023 dan dapat disetujui sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E.) pada Program Studi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

TIM PENGUJI

Ketua



Dr. Rika Lidyah, SE, M.Si, Ak, CA
NIP. 197504082003122001

Penguji I

Dr. Mismiwati, SE. MP
NIP. 196810272014112001

Penguji II

Dr. Maftukhatusolikhah, M.Ag
NIP. 197509282006042001

Sekretaris



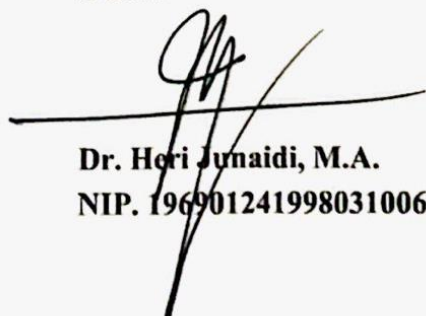
Disfa Lidian Handayani, SEI, MEI
NIP. 1989070220118012002

Ttd:.....


Ttd:.....


MENGESAHKAN

Dekan



Dr. Heri Junaidi, M.A.
NIP. 196901241998031006

Ketua Prodi



Dr. Maftukhatusolikhah, M.Ag
NIP. 197509282006042001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

MOTTO

“Usaha dan doa tergantung pada cita-cita. Manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya”

Jalaludin Rumi

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT, atas berkat dan rahmatnya saya bisa menyelesaikan tesis ini dengan lancar dan baik. Semoga keberhasilan penyelesaian tesis ini menjadi langkah awal untuk masa depan saya dalam menggapai cita-cita. Saya persembahkan tesis kepada:

1. Bahagiaku, sedihku, lelahku, sujudku, doaku, air mataku, dan ikhtiarku aku tujukan kepada ALLAH SWT, yang meridhoi serta menerangi jalanku.
2. Kedua orang tuaku, Ayahku Marlian Syahri dan Ibuku Rosmala Dewi yang selalu mendoakanku, memberiku cinta dan skasih sayang serta dukungan.
3. Suamiku tercinta, Riefqi Khoirul ‘Azmi yang selalu mencurahkan rasa cinta dan ketulusan serta dukungannya padaku baik secara moril maupun materil.
4. Adik-adikku, Indah Nur Safitri, Suci Nur Kamila, dan Muhammad Sultan Hasbyallah yang selalu memberiku semangat.

5. Mertua, Adik Ipar, Keluarga besar serta sahabatku, terimakasih atas doa dan motivasinya.
6. Teman-teman seperjuangan Magister Ekonomi Syariah Angkatan 2021, semoga sukses selalu kedepannya.
7. Almamaterku

Kata Pengantar



Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa kehadiran Allah SWT, berkat Rahmat dan Hidayah-Nya lah sehingga saya dapat menyelesaikan tesis tepat pada waktunya.

Tesis yang penulis buat dengan judul **“Pengaruh *Shariah Compliance* Dan *Spiritual Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Di Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kc Palembang Sudirman”** disusun guna memenuhi syarat kelulusan dan memperoleh gelar Master (S2) pada program studi Magister Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan yang di berikan selama penyusunan Tesis ini kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini
2. Prof. Dr. Hj. Nyayu Khodijah, S.Ag., M.Si, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
3. Dr. H. Heri Junaidi, M.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
4. Dr. Maftukhatusolikhah, M.Ag, Ketua Prodi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
5. Dr. Mismiwati, SE. MP, selaku Dosen Penguji 1

6. Dr. Maftukhatusolikhah., M.Ag, selaku Dosen Penguji 2
7. Dr. H. Heri Junaidi. MA, selaku Dosen Pembimbing 1
8. Dr. Chandra Zaki Maulana, SE. MM, selaku Dosen Pembimbing 1
9. Kedua orang tuaku, suamiku, dan adik-adikku tercinta yang selalu memberikan dukungan moril maupun materil serta doa sehingga penulis menyelesaikan Tesis ini.
10. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
11. Semua teman-teman seperjuangan Magister Ekonomi Syariah

Penulis menyadari bahwa penyusunan Tesis ini masih memiliki banyak kekurangan, karenanya Penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun agar dapat digunakan demi perbaikan Tesis ini. Penulis juga berharap agar Tesis ini akan memberikan banyak manfaat bagi semua pihak yang memerlukannya.

Palembang, Juli 2023 Penulis

Alfira Nurjannah
NIM. 2130605005

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB –INDONESIA

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah Sistem Transliterasi Arab-Latin Berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri P&K RI no. 158/1987 dan No. 0543b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf A	Nama Latin	Huruf	Keterangan
ا	Alief	-	Tidak dilambangkan
ب	Ba>'	B	-
ت	Ta>'	T	-
ث	S a>'	S	s dengan titik di atasnya
ج	Ji>m	J	-
ح	H{a>'	H{	h dengan titik di bawahnya
خ	Kha>'	Kh	-
د	Da>l	D	-
ذ	Z a>l	Z	z dengan titik di atasnya
ر	Ra>'	R	-
ز	Za>'	Z	-
س	Si>n	S	-
ش	Syi>n	Sy	-
Huruf A	Nama Latin	Huruf	Keterangan
ص	S{a>d	S{	s dengan titik di bawahnya
ض	D{a>d	D{	d dengan titik dibawahnya
ط	T{a>'	T{	t dengan titik di bawahnya

ظ	Z{a>’	Z{	z dengan titik di bawahnya
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atasnya
غ	Gain	G	-
ف	Fa>’	F	-
ق	Qa>f	Q	-
ك	Ka>f	K	-
ل	La>m	L	-
م	Mi>m	M	-
ن	Nu>n	N	-
و	Wa>wu	W	-
ه	Ha>’	H	-
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya>’	Y	-

B. Ta’Marbuthah

1. Ta’ marbuthah sukun ditulis b contoh بعبادة ditulis bi’idabah.
2. Ta’ marbuthah sambung ditulis بربعبادة ditulis bil’ibadati rabbih.

C. Huruf Vokal

1. Vokal Tunggal

Vokal yang ada di dalam bahasa arab :

- i. Fathah = a
- ii. Kasrah = i
- iii. Dhammah = u

2. Vokal Rangkap

Lambang yang digunakan pada vokalrangkap yaitu gabungan antara harakat dengan huruf transliterasi yang berupa gabungan huruf.

- a. (اِ) = ay

b. (يـ) = iy

c. (او) = aw

d. (وـ) = uw

A. Vokal Panjang

a. (ا) = a

b. (ي) = i

c. (و) = u

D. Kata Sandang

Penulis al-qamariyah dan al-syamsiyyah menggunakan al-:

1. Al—qamariyah, contohnya :”الحمد” ditulisal-hamd

2. Al-syamsiyyah, contohnya :”النمل” ditulisal-naml

E. Daftar-daftar Singkatan

Adapun daftar-daftar singkatan, diantaranya :

H= Hijriyah

M= Masehi

h.= halaman

SWT.= subhanahu wa ta’ala saw.

SAW= sallahu ‘alaihi wa sallam

QS.= Al-Qur’an Surah

HR.= Hadist Riwayat

Terj.= Terjemahan

F. Lain-lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (seperti kata *ijma'*, *nas*, dll) tidak mengikuti pedoman transliterasi ini dan ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai Pengaruh *Shariah Compliance* dan *Spiritual Marketing* terhadap Loyalitas nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Palembang Sudirman.

Penelitian ini menggunakan menggunakan *Theory of Planned Behavior* sebagai grand teori. Dalam penelitian ini dimasukkan variabel Kepuasan sebagai variabel mediasi untuk melihat pengaruhnya apakah mampu memediasi variabel *Shariah Compliance* dan *Spiritual Marketing* terhadap loyalitas nasabah. Metodologi yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif dengan alat uji *SmartPLS.3*. Hasil olah data dalam penelitian ini meliputi *outer model* dan *inner model*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *outer model* terpenuhi dengan nilai validitas dan reliabilitas yang layak. Pada *inner model* menyatakan *Shariah Compliance* dan *Spiritual Marketing* mempengaruhi kepuasan sebesar 84%, sedangkan pengaruh *Shariah Compliance* dan *Spiritual Marketing* terhadap Loyalitas Nasabah dimediasi oleh Kepuasan sebesar 75% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Variabel *shariah compliance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai *p-value* $0,000 < 0,05$ dan *spiritual marketing* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai *p-value* $0,029 < 0,05$ namun variabel *shariah compliance* tidak mempengaruhi loyalitas nasabah secara langsung dengan nilai *p-value* $0,936 > 0,05$ dan *spiritual marketing* tidak mempengaruhi loyalitas nasabah secara langsung dengan *p-value* $0,382 > 0,05$. Dalam uji signifikansi pengaruh tidak langsung dinyatakan kepuasan mampu memediasi secara penuh (*full mediation*) pengaruh antara variabel *shariah compliance* dengan nilai *p-value* $0,032 < 0,05$ dan *spiritual marketing* terhadap loyalitas nasabah dengan nilai *p-value* $0,001 < 0,05$.

Kata Kunci: *Shariah Compliance, Spiritual Marketing, Kepuasan, Loyalitas Nasabah*

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan	i
Abstrak.....	ii
Lembar Keaslian	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vi
Daftar Gambar	vii
Daftar Tabel.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	12
E. Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN TEORITIS	14
A. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	14
B. Loyalitas Nasabah	16
1. Definisi.....	16
2. Karakteristik	16
3. Indikator	17
C. <i>Shariah Compliance</i>	17
1. Definisi	17
2. Prinsip-prinsip.....	18
3. Ketentuan	20
4. Indikator.....	21
D. <i>Spiritual Marketing</i> (Pemasaran Islam)	21
1. Definisi.....	21
2. Prinsip- prinsip.....	23
3. Dimensi	24
4. Tipe	25
5. Keunggulan	27
6. Indikator.....	29
E. <i>Shariah Compliance</i> dan <i>Spiritual Marketing</i> dalam Bank Syariah.....	30

1. Definisi Bank Syariah	30
2. Landasan Hukum Operasional Bank Umum Syariah	30
3. Kegiatan Bank Syariah.....	31
4. Produk Bank Syariah	34
5. <i>Shariah Compliance</i> dalam Bank Syariah	40
6. <i>Spiritual Marketing</i> dalam Bank Syariah.....	44
F. Kepuasan.....	46
1. Definisi.....	46
2. Indikator	46
G. Kerangka Penelitian	47
H. Penelitian Terdahulu	47
I. Hipotesis Penelitian	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	61
A. Ruang lingkup Penelitian	61
B. Jenis dan Sumber Data.....	61
C. Populasi dan Sampel Penelitian	61
D. Operasional Variabel.....	63
E. Teknik Pengumpulan Data.....	64
F. Instrumen Penelitian	65
G. Teknik Analisis Data.....	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	69
A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	69
B. Deskripsi Responden	70
C. Instrumen Penelitian (<i>Outer Model</i>)	72
D. Analisis Hasil Penelitian (<i>Inner Model</i>)	77
E. Uji Hipotesis	79
F. Pembahasan Hasil Penelitian	82
BAB V PENUTUP.....	102
A. Kesimpulan	102
B. Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	70
Gambar 4.2 Pendidikan Terakhir Responden.	71
Gambar 4.3 Lamanya Responden Menjadi Nasabah	72
Gambar 4.4 Path Diagram.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Research Gap Shariah Compliance</i> terhadap Loyalitas Nasabah	5
Tabel 1.2 <i>Research Gap Spiritual Marketing</i> terhadap Loyalitas Nasabah.....	6
Tabel 1.3 <i>Research Gap Kepuasan</i> bterhadap Loyalitas Nasabah.....	6
Tabel 1.4 <i>Research Gap Shariah Compliance</i> terhadapKepuasan	7
Tabel 1.5 <i>Research Gap Spiritual Marketing</i> terhadap Kepuasan.....	7
Tabel 2.1 Tipe <i>Spiritual Marketing</i>	26
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	47
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	63
Tabel 4.1 Nilai <i>Loading Factor</i>	73
Tabel 4.2 AVE	75
Tabel 4.3 <i>Discriminant Validity</i>	76
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas	76
Tabel 4.5 <i>Coefficient of Determination</i>	77
Tabel 4.6 Signifikansi Pengaruh Langsung	78
Tabel 4.7 Signifikansi Pengaruh Tidak Langsung	79