

**PENGARUH PELAYANAN PRIMA DAN ETIKA BISNIS
ISLAM TERHADAP *CUSTOMER RETENTION* NASABAH
BANK MUAMALAT KOTA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh

M. NUR AKBAR

17 0402 0069

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2022

**PENGARUH PELAYANAN PRIMA DAN ETIKA BISNIS
ISLAM TERHADAP *CUSTOMER RETENTION* NASABAH
BANK MUAMALAT KOTA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh

M. NUR AKBAR

17 0402 0069

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

(Terpisah)



IAIN PALOPO

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : M. Nur Akbar
NIM : 17 0402 0069
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya sendiri.

Bilamana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

IAIN PALOPO

Palopo, 4 April 2022

Yang membuat pernyataan,



Nur Akbar

NIM 17 0402 0069

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Pelayanan Prima dan Etika Bisnis Islam terhadap *Customer Retention* Nasabah Bank Muamalat Kota Palopo yang ditulis oleh M. Nur Akbar, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0402 0069 mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Senin, 12 April 2022 Miladiyah bertepatan dengan tanggal 10 Ramadhan 1443 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 14 April 2022

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M. Ketua Sidang
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A Sekretaris Sidang
3. Dr. Takdir, SH., M.H. Penguji I
4. Abd. Kadir Arno, SE.Sy., M.Si. Penguji II
5. Nur Ariani Aqidah, SE., M. Sc. Pembimbing

Mengetahui :

a.n Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
NIP. 19610208 199403 2 001

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah

Hendra Safri, S.E., M.M.
NIP. 19861020 201503 1 001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى
آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah, segala Puji dan syukur ke hadirat Allah swt. Atas segala Rahmat dan Karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Optimalisasi Pembiayaan Modal Kerja terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia”, dapat diselesaikan tepat waktu dan sesuai dengan harapan.

Shalawat dan salam atas junjungan Rasulullah saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang Perbankan Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, Bapak Dr. H. Muammar Arafat, S.H., M.H. selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Bapak Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M. selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan

- Keuangan, Bapak Dr. Muhaemin, M.A. selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Ibu Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Bapak Dr. Muhammad Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Tadjuddin, S.E., M. Ak., CA. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. Takdir, S.H., M.H. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
 3. Bapak Hendra Safri, SE., M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo beserta para Dosen dan Staf yang telah banyak memberi arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
 4. Ibu Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc. selaku pembimbing utama, yang mana telah bersedia telaten dan sabar dalam membimbing dan mengarahkan saya selama menyusun penelitian ini.
 5. Bapak Dr. Takdir., S.H., M.H. selaku Penguji 1 yang telah banyak memberi arahan dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
 6. Bapak Abd. Kadir Arno, S.E.Sy., M.Si. selaku Penguji 2 yang juga telah banyak memberi arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
 7. Ibu Jumarni, ST., M.E.Sy. selaku Penasihat Akademik.
 8. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Madehang, S.Ag., M.A., beserta staf yang telah menyediakan buku-buku/literatur untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini.

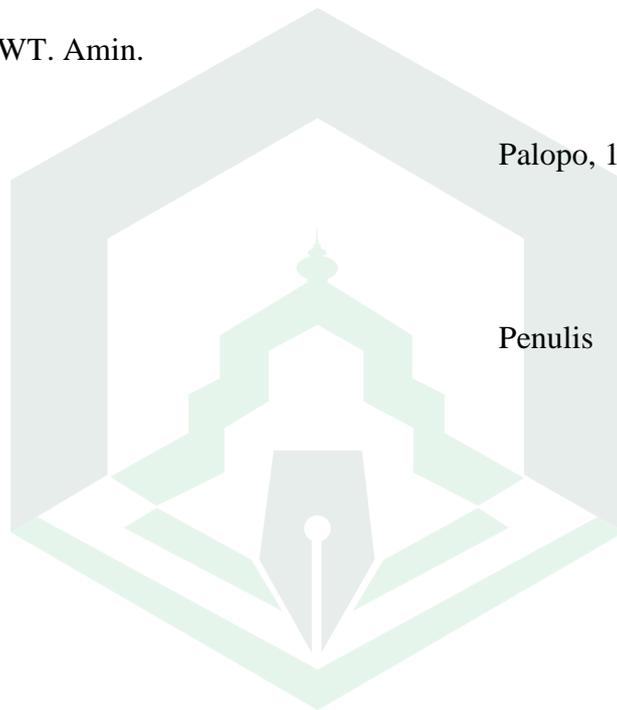
9. Para Staf IAIN Palopo, dan terkhusus kepada Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang banyak membantu saya terlebih dalam pengurusan berkas-berkas demi penyelesaian studi saya.
10. Kepada Pimpinan Bank Muamalat Kota Palopo, beserta seluruh pegawainya yang telah memberikan izin dan bantuan dalam melakukan penelitian.
11. Terkhusus kepada kedua orang tua saya tercinta Ayahanda Jaimin dan Ibunda Misnatin, yang dengan ikhlas mengasuh, mendidik dan membiayai penulis sedari kecil hingga saat ini. Terima kasih yang tak terkira untuk mereka berdua.
12. Kepada saudara-saudara sesusuan saya, kakak tertua Suparti beserta suami dan anak-anaknya (Lina dan Ria), kakak kedua Sujito beserta istri dan calon anaknya, serta kakak ketiga saya Bonari dan keluarganya. Saya ucapkan terima kasih banyak karna telah memberikan dukungan dalam segala bentuk dan kondisinya. Semoga Allah SWT mengumpulkan kita di surga-Nya kelak.
13. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo angkatan 2017 (khususnya kelas PBS B), teman-teman KKN angkatan 38 Desa Tamuku serta teman-teman komunitas dan organisasi (Earth Hour Kota palopo, KSEI SEA, LBC dan JARIKU) yang telah menemani masa-masa kuliah tatap muka saya dan memberi warna dalam dinamika mahasiswa.
14. Kepada teman dan sahabat setongkrongan Sahrul, Edwar, Hakmin, Indon, Aldi, Acon, Andri, Uppa, Puji, Irma, Mela, Tantri, dan Itta yang senantiasa memberi dukungan, motivasi dan teman healing saat kepala pening.

15. Kepada sahabat saya Amin Shalehuddin dan keluarga kecilnya, kepada saudari saya Niken Kumalasari yang tak bosan-bosan mendengar cerita saya, kepada penghuni Rumah Pink tempat kumpul sekaligus berbagi cerita dan rezeki.

Semoga setiap bantuan doa, dukungan, motivasi, dorongan, kerjasama dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak disisi Allah SWT. Amin.

Palopo, 10 Januari 2022

Penulis



IAIN PALOPO

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	b	Be
ت	Ta'	t	Te
ث	Ša'	š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	j	Je
ح	Ḥa'	ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	kh	Ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Žal	ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	Esdan ye
ص	Šad	š	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ža	ž	Zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	g	Ge
ف	Fa	f	Fa
ق	Qaf	q	Qi

ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	El
م	Mim	m	Em
ن	Nun	n	En
و	Wau	w	We
ه	Ha'	h	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِيّ	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اُوّ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>raudah al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al-madīnah al-fādilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbānā</i>
نَجِّينَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقِّق	: <i>al-haqq</i>
نُعِمْ	: <i>nu'ima</i>
عَدُوُّ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf ىber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ	: <i>'Alī</i> (bukan <i>'Aliyy</i> atau <i>A'ly</i>)
عَرَبِيٌّ	: <i>'Arabī</i> (bukan <i>A'rabiyy</i> atau <i>'Arabiy</i>)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ٱل (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang

ditransliterasi seperti biasa al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalāh</i> (bukan <i>az-zalzalāh</i>)
الفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan

bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah

9. *Lafz al-Jalālah*

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ

Dīnullāh

بِاللَّهِ

billāh

Adapun *tā'marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ

hum fī rahmatillāh

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang

penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh :

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT. = Subhanahu Wa Ta'ala

SAW. = Sallallahu 'Alaihi Wasallam

H = Hijriah

M = Masehi

QS = Qur'an Surah

HR = Hadits Riwayat

ICMI = Ikatan Cendekiawan Mulim Indonesia

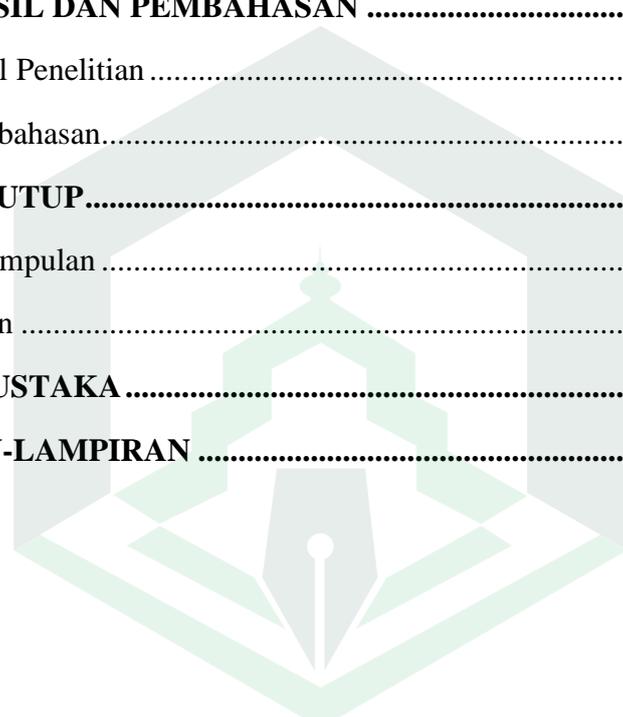


IAIN PALOPO

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAM JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	ix
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR KUTIPAN AYAT	xix
DAFTAR HADIS	xx
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
ABSTRAK	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	7
B. Landasan Teori.....	11
C. Kerangka Pikir	21
D. Hipotesis Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Jenis Penelitian.....	23

B. Lokasi dan Waktu Penelitian	23
C. Definisi Operasional	24
D. Populasi dan Sampel	26
E. Instrumen Penelitian	27
F. Teknik Pengumpulan Data.....	38
G. Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Hasil Penelitian	45
B. Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP.....	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN	70



IAIN PALOPO

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat 1 . QS. Al-isra/17: 7.....	13
Kutipan Ayat 2 . QS. An-Nisa/4: 58	18



IAIN PALOPO

DAFTAR HADIS

Hadis 1 . Hadis Tentang Pelayanan.....	13
--	----



IAIN PALOPO

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional	24
Tabel 3. 2 Skala Likert	28
Tabel 3. 3 Pernyataan Penelitian	29
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 2 Umur	48
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Linearitas Variabel X_1	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Linearitas Variabel X_2	53
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4. 10 Hasil Uji-T	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji-F	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji- R^2	60

IAIN PALOPO

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	21
Gambar 4. 1 Grafik Scatterplot	544



IAIN PALOPO

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 Hasil Uji Data Penelitian
- Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 6 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 7 Halaman Persetujuan Pembimbing
- Lampiran 8 Nota Dinas Pembimbing
- Lampiran 9 Halaman Persetujuan Tim Penguji
- Lampiran 10 Nota Dinas Tim Penguji
- Lampiran 11 Nota Dinas Tim Verifikasi
- Lampiran 12 Kartu Kontrol
- Lampiran 13 Buku Kontrol
- Lampiran 14 Berita Acara
- Lampiran 15 Riwayat Hidup

IAIN PALOPO

ABSTRAK

M. Nur Akbar, 2022. “*Pengaruh Pelayanan Prima dan Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Nasabah Bank Muamalat Kota Palopo*”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Nur Ariani Aqidah.

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh pelayanan prima dan etika bisnis Islam terhadap *Customer Retention* nasabah Bank Muamalat Kota Palopo. Bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh pelayanan prima dan etika bisnis Islam terhadap *customer retention*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan populasi adalah seluruh nasabah Bank Muamalat Kota Palopo yang berjumlah ±21.000 nasabah. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Teknik penentuan sampel menggunakan accidental sampling. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linear berganda. Alat analisis yang digunakan untuk membantu penelitian ini adalah SPSS versi 24. Dari hasil pengolahan data diketahui bahwa secara parsial variabel pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap *customer retention* dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$ dan nilai t-hitung $> t$ -tabel ($4,376 > 1,985$), selain itu variabel etika bisnis Islam juga berpengaruh signifikan terhadap *customer retention* dengan tingkat signifikansi $0,05 \leq 0,05$ dan nilai t-hitung $> t$ -tabel ($1,991 > 1,985$). Sedangkan secara simultan variabel pelayanan prima dan etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap *customer retention* dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$ dan nilai f-hitung $> f$ -tabel ($28,748 > 3,090$). Kemudian diketahui bahwa variabel pelayanan prima dan etika bisnis Islam mampu memengaruhi variabel *customer retention* sebesar 0,638 atau 63,8% dari jumlah total 100%, sedangkan sisanya yaitu 36,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan secara rinci pada penelitian ini.

Kata Kunci: Pelayanan Prima, Etika Bisnis Islam, *Customer Retention*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kompetisi perusahaan yang berkiprah disektor keuangan syariah dewasa ini terbilang cukup ketat, tidak terkecuali pada sektor perbankan syariah. Hal ini dikarenakan sebagai perusahaan yang menghimpun dana dari masyarakat luas, kompetisi bank syariah bukan hanya dengan sesama perbankan syariah saja tapi juga bank konvensional dan lembaga keuangan lainnya yang ikut serta di sektor keuangan. Maka dari itu, bank syariah harus meningkatkan kreatifitas dalam menyediakan produk dan pelayanan serta penerapan strategi-strategi perusahaan agar dapat bertahan didalam ketatnya persaingan bisnis sehingga nasabahnya tidak beralih ke bank lain.

Dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya, bank syariah harus menerapkan strategi yang kiranya dapat menunjang keberlangsungan bisnisnya. Diantara berbagai macam strategi perusahaan, strategi *customer retention* (mempertahankan pelanggan) merupakan pilihan strategi yang bisa diterapkan perbankan syariah diantara strategi-strategi lainnya.

Kotler dan Keller menyatakan bahwa retensi pelanggan dapat diartikan sebagai suatu bentuk ketertarikan batin antara pelanggan dengan produsen dimana hal ini dapat ditandai dengan pembelian berulang dalam jangka waktu tertentu. Retensi pelanggan dianggap lebih hemat biaya jika dibanding dengan

mengundang pelanggan anyar. Menarik pelanggan anyar dinilai membutuhkan biaya yang lebih besar beberapa kali lipat dibanding biaya yang digunakan untuk mempertahankan pelanggan yang lawas.¹ Untuk mempertahankan pelanggannya berbagai cara bisa diterapkan perusahaan, diantaranya ialah memberikan pelayanan prima kepada para pelanggan agar pelanggan merasakan pengalaman yang berbeda yang tidak diperoleh di perusahaan lain.

Adapun pelayanan prima ialah upaya untuk memberikan nilai lebih pada nasabah agar dapat mencapai ekspektasi nasabah atau pelanggan. Istilah pelayanan prima adalah terjemahan dari kata bahasa Inggris yaitu *'excellent service'* yang dapat diartikan sebagai pelayanan paling baik. Disebut paling baik, itu karena telah sesuai dengan standar operasional pelayanan yang berlaku di perusahaan.²

Demi kelancaran dan peningkatan industri perbankan syariah dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkualitas, Bank Indonesia mengeluarkan berbagai kebijakan yang dapat mendukung perkembangan unit usaha syariah dan cabang perusahaannya. Dengan kebijakan tersebut, diharapkan dapat menciptakan lingkungan industri yang kompetitif pada perbankan syariah.

¹ Kotler dan Keller dalam Melisa Wijaya Putri, Kardinal, dan Faradila Meirisa, "Analisis Pengaruh Customer Satisfaction, Customer Trust, Price Perception dan Brand Image Terhadap Retention Telkomsel (Studi Kasus pada Counter Agung Celuler di Kecamatan Sukarami Palembang)," No. Qs Economics (N.D.): 4-5.

² Febi Silvia, "Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II," *Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II*, 2012, 1-12, <http://eprints.unm.ac.id/10107/>.

Dalam upaya untuk menciptakan lingkungan persaingan bisnis yang berkualitas, ada yang dinamakan etika bisnis. Etika bisnis dapat di gunakan sebagai pengendali persaingan bisnis supaya bisnis tidak melanggar nilai dan norma yang ada sehingga tidak menimbulkan kerugian pada pihak lain. Disamping itu, persaingan bisnis dinilai etis ketika telah mematuhi segala nilai dan norma yang terkandung dalam etika bisnis.

Menurut Beekun, dalam pandangan kontemporer, ada 6 sistem etika yang menjadi patokan dalam pelaksanaan bisnis, diantaranya ialah *relativisme* (keperluan perorangan), *utilitarianisme* (kalkulasi keuntungan dan kerugian), *universalisme* (umum), hak (kebutuhan individu), keadilan distributif (kejujuran dan/atau keadilan) dan hukum abadi.³ Perihal ini juga yang digunakan sebagai acuan haluan etika bisnis Islam.

Etika bisnis Islam adalah suatu gabungan antara bisnis, nilai, dan spiritualitas. Didalam Islam, Etika bisnis memunyai sejumlah prinsip yang dijadikan patokan dasar ketika melaksanakan bisnis sesuai syariat, yaitu melalui keseimbangan atau biasa disebut keadilan (*‘Adl*), kebebasan berkehendak (*Free Will*), bertanggungjawab (*Responsibility*) dan kebenaran.⁴

Etika bisnis Islam yang diaplikasikan perbankan syariah diharapkan dapat menambah kualitas atau kemampuan perbankan syariah dalam operasional *internal* perbankan, pelayanan pada nasabah, dan dapat mendukung perbankan

³ Beekun dalam Disfa Lidian Handayani, “Etika Bisnis Islam: Sebuah Kajian Komparatif,” *Jurnal Baabu Al-Ilmi: Ekonomi dan Perbankan Syariah* 4, No. 1 (2019): 36, <https://doi.org/10.29300/Ba.V4i1.1852>.

⁴ Muhammad Faiz Rosyadi, “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention (Studi Kasus pada Bank Bpd Diy Cabang Syariah)” (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2012): 3-4, <https://docplayer.info/44172092-Pengaruh-Etika-Bisnis-Islam-Terhadap-Customer-Retention-Studi-Kasus-Pada-Bank-Bpd-Diy-Cabang-Syariah.html>.

syariah dalam mengimplementasikan *customer retention* (mempertahankan pelanggan) bagi nasabahnya. Karena pengaruh etika bisnis Islam cukup tinggi dalam meningkatkan *customer retention*, ini bersandarkan dari beberapa penelitian terdahulu, salah satunya ialah penelitian yang dilakukan Metta Ehda Agusti berjudul “Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kepuasan Pelanggan Terhadap *Customer Retention* (Studi Pada PT BPRS Adam Kota Bengkulu)”.⁵

Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa etika bisnis Islam dan kepuasan pelanggan memengaruhi *customer retention* dengan cukup besar. Akan tetapi, penelitian tersebut dilakukan di daerah yang berbeda dari lokasi penelitian penulis kali ini yaitu kota Palopo dan belum ada penelitian sejenis yang dilakukan di kota Palopo sehingga penulis tertarik untuk mengkaji ulang masalah tersebut. Adapun perusahaan yang ingin penulis kaji adalah perusahaan yang bergerak dibidang perbankan yaitu Bank Muamalat kota Palopo. Mengapa Bank Muamalat? Ini dikarenakan Bank Muamalat merupakan satu-satunya bank syariah dikota Palopo yang masih berdiri sendiri disaat bank-bank lain sebagai pesaingnya sudah merger menjadi satu sehingga memperkuat daya saingnya. Selain daripada itu menurut hasil dari pengamatan, penulis menyimpulkan bahwa perkembangan jumlah dan aktivitas nasabah Bank Muamalat Kota Palopo tergolong rendah jika dibandingkan dengan bank-bank syariah pesaingnya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas, maka penulis berminat untuk mengadakan kajian lanjutan dengan judul penelitian

⁵ Metta Ehda Agusti, “Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kepuasan Pelanggan Terhadap *Customer Retention* (Studi pada PT Adam Kota Bengkulu)” (Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2019): 19.

“PENGARUH PELAYANAN PRIMA DAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP *CUSTOMER RETENTION* NASABAH BANK MUAMALAT KOTA PALOPO”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, diperoleh suatu rumusan masalah yakni:

1. Apakah terdapat pengaruh pelayanan prima terhadap *customer retention* nasabah Bank Muamalat Kota Palopo?
2. Apakah terdapat pengaruh etika bisnis Islam terhadap *customer retention* nasabah Bank Muamalat Kota Palopo?
3. Apakah terdapat pengaruh secara simultan pelayanan prima dan etika bisnis Islam terhadap *customer retention* nasabah Bank Muamalat Kota Palopo?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, disimpulkan tujuan penelitian ialah untuk:

1. Menganalisis adanya pengaruh antara pelayanan prima terhadap *customer retention*.
2. Menganalisis adanya pengaruh etika bisnis Islam terhadap *customer retention*.
3. Menganalisis adanya pengaruh simultan variabel pelayanan prima dan etika bisnis Islam terhadap *customer retention*.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari dibuatnya riset ini ialah:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis dan akademis, diharapkan hasil dari riset ini bisa membuka pandangan dan turut menyumbang pengetahuan berkaitan dengan permasalahan yang dibahas, selain daripada itu semoga bisa digunakan sebagai sumber informasi bagi penulis dan pihak lainnya yang ingin belajar lebih lanjut tentang permasalahan yang diteliti.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan riset ini bisa menjadi target evaluasi lembaga keuangan syariah dalam menentukan kebijakan-kebijakan yang sehubungan dengan permasalahan ini. Disamping itu, diharapkan penelitian ini bisa menjadi sumber informasi ataupun rujukan penelitian-penelitian berikutnya.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Demi mendukung pembahasan mengenai penelitian ini, maka peneliti melakukan kajian pustaka terhadap riset-riset sebelumnya yang berhubungan dengan permasalahan ini. Berikut merupakan riset-riset sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini:

1. Irma dalam penelitiannya berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah pada BSI KCP Palopo Andi Djemma*. Penelitian ini berbentuk skripsi yang ditulis pada tahun 2021. Adapun tujuan dilakukannya riset ini ialah untuk menganalisis seberapa besar kualitas pelayanan dan penerapan nilai-nilai Islam dalam memengaruhi kepuasan nasabah pada BSI KCP Palopo Andi Djemma. Riset ini dilaksanakan menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil dari riset ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan penerapan nilai-nilai Islam berpengaruh signifikan pada kepuasan nasabah BSI KCP Palopo Andi Djemma.⁶ Kesamaan yang terdapat pada riset ini dengan riset yang akan penulis buat ada disalah satu variabelnya, dimana kedua penelitian tersebut sama-sama mengkaji pelayanan pada suatu perusahaan. Kemudian riset ini juga sama-sama memakai metode kuantitatif. Sedangkan pembeda dalam riset ini dengan riset yang penulis buat ada divariabel yang dipengaruhi,

⁶ Irma, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah pada BSI KCP Palopo Andi Djemma" (Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2021).

dimana variabel yang dipengaruhi pada penelitian Irma tersebut adalah kepuasan nasabah.

2. Metta Ehda Agusti dalam penelitiannya yang berjudul *Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Customer Retention (Studi Pada PT BPRS Adam Kota Bengkulu)*. Penelitian ini berbentuk ditulis ditahun 2019. Tujuan dari riset ini ialah mengukur bagaimana etika bisnis Islam dan kepuasan pelanggan memengaruhi *customer retention*. Riset ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif asosiatif, yang tujuannya ialah mencari tahu pengaruh dua atau lebih variabel. Hasil dari riset ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam dan kepuasan pelanggan memengaruhi secara signifikan *customer retention* pada PT BPRS Adam Kota Bengkulu.⁷ Persamaan riset ini dengan riset yang akan digarap penulis ada dijenis dan pendekatan penelitiannya, dimana jenis riset ini ialah kuantitatif asosiatif menggunakan pendekatan kuantitatif. Disamping itu, riset ini mengkaji hal yang sama yakni mengenai etika bisnis Islam dan *customer retention*. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabelnya, dimana variabel dari penelitian ini adalah kepuasan pelanggan sedangkan penelitian penulis adalah pelayanan prima. Disamping itu, terdapat juga perbedaan pada letak lokasi penelitiannya dimana ini dilakukan di BPRS Adam Kota Bengkulu sementara penelitian penulis letak lokasinya di Bank Muamalat Kota Palopo.

⁷ Agusti, "pengaruh etika bisnis islam dan kepuasan pelanggan terhadap customer retention (studi pada PT adam kota Bengkulu)."

3. Moch. Choirul Fahmi dalam penelitiannya yaitu *Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Membangun Loyalitas Pelanggan di Toko Bursa Sajadah Surabaya*. Skripsi tersebut ditulis pada tahun 2019. Pada penelitian ini, penulis bertujuan untuk membarikan penjelasan mengenai aplikasi etika bisnis Islam yang digunakan di toko Bursa Sajadah Surabaya dalam membentuk kesetiaan pelanggan. Jenis riset ini ialah penelitian kualitatif, dimana riset tersebut merupakan riset yang tujuannya untuk memberi pemahaman holistik, interpretive dan deskriptif tentang fenomena atau kejadian yang dirasakan oleh subjek penelitian, berupa kata-kata dan bahasa dengan cara ilmiah. Riset ini menggunakan informasi yang didapat melalui metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Berdasarkan riset tersebut diperoleh kesimpulan bahwa toko Bursa Sajadah menerapkan asas Etika Bisnis Islami yang diterapkan melalui empat aspek yaitu etika pelayanan, etika kualitas produk, etika pemasaran dan etika harga. Hal ini dapat memicu terciptanya loyalitas pelanggan terhadap toko Bursa Sajadah.⁸ Kesamaan riset tersebut dengan riset yang akan digarap penulis terletak pada kesamaan pembahasan, dimana kedua riset ini membahas mengenai etika bisnis Islam. Sementara perbedaannya terletak difokus penelitian. Dimana riset ini berfokus pada implementasi etika bisnis Islam dalam menaikan kesetiaan pelanggan pada suatu perusahaan sementara riset yang akan penulis buat berfokus pada pengaruh pelayanan dan etika bisnis Islam terhadap *customer retention* pada suatu perusahaan. Disamping itu, riset ini

⁸ Moch. Choirul Fahmi, "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Membangun Loyalitas Pelanggan di Toko Bursa Sajadah Surabaya" (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019): 15-90.

menggunakan metode kualitatif, sementara penelitian penulis menerapkan metode kuantitatif.

4. Trecya.S.M. Lompoliuw, Riane Johnly. Pio dan Roy F. Runtuwene dalam penelitiannya yang berjudul *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Customer Retention di PT. Erafone Mega Mall Manado*. Skripsi ini ditulis pada tahun 2019. Tujuan penulisan riset ini adalah untuk menganalisis bagaimana variabel kepercayaan, komitmen, komunikasi, dan penanganan keluhan memengaruhi *customer retention* baik secara serentak maupun sebagian terhadap produk handphone di PT.Erafone Mega Mall Manado. Jika dilihat dari tingkat eksplanasi, jenis riset ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Jenis data yang dipakai ialah data primer yang menggunakan kuisioner dan studi pustaka sebagai metode pengambilan data.

Berdasarkan penelitian tersebut, diperoleh hasil berupa:

- 1) Variabel kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *customer retention*, khususnya pelanggan PT.Erafon Manado.
- 2) Variabel Komitmen berpengaruh signifikan dan positif terhadap *customer retention*, khususnya pelanggan PT.Erafon Manado.
- 3) Variabel Komunikasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap *customer retention*, khususnya pelanggan PT.Erafon Manado.
- 4) Variabel Penanganan keluhan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *customer retention*, khususnya pelanggan PT. Erafon Manado.
- 5) Secara umum variabel bebas Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, dan Penanganan Keluhan pelanggan secara simultan berpengaruh langsung

terhadap variabel terikat *customer retention*, khususnya pelanggan yang berbelanja pada PT.Erafone Manado.⁹

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Trecya.S.M. Lompoliuw, Riane Johnly. Pio dan Roy F. Runtuwene dengan riset yang akan penulis kerjakan ialah sama-sama membahas tentang *customer retention* serta mamakai jenis riset yang sama yaitu pendekatan kuantitatif. Adapun faktor yang menjadi perbedaan penelitian yang dilakukan Trecya.S.M. Lompoliuw, Riane Johnly. Pio dan Roy F.Runtuwene dan penelitian yang penulis buat terletak pada variabel yang mempengaruhi *customer retention*, dimana pada penelitian ini Trecya. S. M. Lompoliuw dan kawan-kawan menggunakan 4 variabel yaitu: kepercayaan, komitmen, komunikasi dan penanganan keluhan sedangkan penelitian yang penulis buat menggunakan 2 variabel yaitu pelayanan prima dan etika bisnis Islam.

B. Landasan Teori

Sebagai dasar untuk mendukung riset ini, maka penulis mencantumkan teori yang dipakai pada riset ini. Teori utama yang peneliti gunakan ialah teori yang dikemukakan oleh Bain dan Company dalam buku Tjiptono yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan (*customer retention*) memiliki hubungan yang positif dengan profit perusahaan. Keuntungan rata-rata per pelanggan mengalami peningkatan bersamaan dengan berjalannya waktu sebab enam factor yaitu biaya akuisisi pelanggan, laba dasar, pertumbuhan

⁹ Lompoliuw, Pio, dan Runtuwene, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Customer Retention di PT. Erafone Mega Mall Manado": 115-120.

pendapatan, penghematan biaya, referral dan kualitas harga.¹⁰ Selain itu peneliti juga menyajikan konsep dan definisi lain yang berhubungan dengan variabel penelitian ini yaitu:

1. Teori Pelayanan Prima

Membahas mengenai pelayanan prima, Hessel Nogi S mengemukakan sebuah teori bahwa layanan yang berkualitas merupakan layanan yang dapat memenuhi keinginan lewat kegiatan sekelompok orang secara langsung dengan tujuan agar dapat membagikan rasa aman serta memberikan suatu keyakinan pada nasabah agar dapat menitipkan dananya maupun meningkatkan minat nasabah dalam menyimpan dana.¹¹ Ini artinya semakin tinggi kualitas layanan pada suatu perusahaan akan memberikan persepsi positif pelanggan terhadap perusahaan sehingga meningkatkan loyalitas untuk pembelian kembali.

Disamping itu, konsep Islam dalam memandang arti pelayanan juga merupakan hal yang teramat penting dalam kehidupan bermasyarakat. Sebab ajaran Islam memerintahkan manusia untuk selalu berbuat baik pada sesamanya, sebagaimana yang tertuang dalam qalam Allah SWT pada penggalan surah Al-Isra: 7 yaitu:

¹⁰Tjiptono dalam Katherine Utama, "Customer Retention," Binus univercity busines school, 2018, <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/08/29/customer-retention/>.

¹¹ Hessel Nogi S Tangkilisan, *Manajemen Publik* (Jakarta: PT Grasindo, 2005).

Kutipan Ayat 1 . QS. Al-Isra/17: 7

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْآخِرَةِ لِيَسُؤُوا وُجُوهَكُمْ وَلِيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ
كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلِيُتَبَرَّوْا مَا عَلُوا تُتَبَّرًا

Terjemahannya:

“Jika engkau berbuatbaik (berarti) engkau berbuat baik untukdirimu sendiri. Dan jika engkau berbuat buruk, maka (kerugian keburukan) itu untuk dirimu sendiri. Apa bila datang saat hukuman(keburukan) yang kedua,(kami bangkitkan musuh mu) untuk menyuramkan wajah mu lalu mereka masuk kemasjid (Masjidil Aqsa), sebagaimana ketika mereka memasukinya pertama kali dan mereka membinasakan apasaja yang mereka kuasai.” (QS. Al-Isra: 7).¹²

Selain dari pada qalam tersebut yang memberikan penekanan bahwa seorang manusia harus selalu berbuat baik pada sesama, pada penggalan hadits yang diriwayatkan oleh Imam Ahmad, Rasulullah SAW pernah bersabda dengan bunyi:

Hadis 1 . Hadis tentang pelayanan

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لِيَمُنَّا بِالنَّاسِ شَيْئًا فَأَحْتَجِبْنَا وَلِيَأْصَعُوا لِحَاجَتِهِ أَحْتَجِبْنَا اللَّهُ هَيَّوَمَ

الْقِيَامَةِ

Terjemahannya:

“Barang siapa di serahi urusan manusia lalu menghindari melayani kamu yang lemah dan mereka yang memerlukan bantuan, maka kelak dihari kiamat, Allah tidak akan mengindahkannya.” (HR. Imam Ahmad).¹³

¹² Departmen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. (Bandung: Diponegoro, 2010).

¹³ Al-Imam Ahmad bin Hanbal, *Musnad Al-Imam Ahmad bin Hanbal*, 1 ed. (al-Qahirah: Dar Ar-Hadist, 1990).

Dari ayat-ayat beserta hadis tersebut, kita dapat melihat bahwa Allah SWT dan Rasul-Nya memberikan penjelasan mengenai pelayanan, dimana ketika seseorang diberikan kepercayaan untuk mengurus suatu urusan yang mengacu pada pelayanan publik, maka kita harus melayani dengan iktiklas dan setulus hati. Selain untuk kepentingannya sendiri, penerapan pelayanan juga dapat memberikan imbas yang positif dalam perusahaan penyedia produk dan jasa. Sebab kualitas pelayanan juga berpengaruh pada keputusan pelanggan atau nasabah dalam menggunakan suatu produk maupun jasa.

Salah satu unsur penting yang dapat meningkatkan *customer retention* dan membangun kesetiaan pelanggan adalah kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya. Pelayanan prima ialah pelayanan yang paling baik yang di tawarkan kepada pelanggan internal ataupun eksternal perusahaan berdasarkan standar dan prosedur pelayanan. Disisi lain, menurut Maddy pelayanan prima yang memenuhi standar kualitas ialah layanan yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan atau konsumen.¹⁴ Atep Adya Barata berpendapat bahwa pelayanan prima adalah memberikan kepedulian lebih terhadap konsumen melalui layanan dan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan dan kemudahan konsumen agar merasa puas. Pemikiran pelayanan prima yang didasarkan pada A6 Barata, artinya dengan menyesuaikan unsur sikap (*attitude*), perhatian (*attention*), aksi

¹⁴ Maddy dalam Fajar Andrianto Saputra dan Hari Susanta Nugraha, "Pengaruh Pelayanan Prima dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Layanan PT. Pos Indonesia Semarang)," n.d.

(*action*), kinerja (*ability*), penampilan (*appearance*), dan tanggung jawab (*accountability*).¹⁵

- a. Sikap (*attitude*), mengartikan suatu perilaku yang mencolok saat berhadapan dengan konsumen. Sikap dapat berupa tiga aspek utama yaitu aspek keyakinan (*kognitif*), perasaan (*efektif*), dan kecenderungan perilaku (*konitif*).
- b. Perhatian (*attention*), mengartikan totalitas kepedulian terhadap konsumen baik yang menyangkut dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan konsumen maupun pemahaman atas saran dan kritik.
- c. Aksi (*action*), ini berarti berbagai tindakan yang mesti dilakukan demi kepuasan konsumen. Apabila yang dimaksud dengan tindakan pelayanan merupakan upaya yang dilakukan untuk mendapatkan pelayanan yang baik, tentunya lebih mudah dicapai apabila dalam diri pemberi layanan mengutamakan perhatian yang ditunjang dengan kemampuan melayani dan tampilan pelayanan yang baik.
- d. Kinerja (*ability*), merupakan pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mesti dimiliki guna menunjang pelayanan prima, yang biasa meliputi kemampuan dibidang yang digeluti, menerapkan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan menggunakan *public relation* sebagai instrumen dalam membina hubungan internal maupun eksternal perusahaan.

¹⁵ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2003).

- e. Penampilan (*appearance*), ini bisa diartikan penampilan fisik maupun non-fisik seseorang yang bisa menggambarkan rasa percaya diri dan kredibilitas seseorang. Penampilan juga dapat memberikan variasi seseorang dalam bersikap melalui gaya dan penampilan fisiknya.
- f. Tanggung jawab (*accountability*), ini bisa diartikan sebagai sikap keberpihakan pemberi layanan terhadap konsumennya sebagai bentuk rasa peduli guna menghindari atau meminimalisir keridakpuasan konsumen.

2. Teori Etika Bisnis Islam

Berkaitan dengan etika, terdapat sebuah teori yang dikemukakan oleh Keraf yaitu teori deontologi (etika kewajiban). Teori ini mengatakan bahwa suatu perilaku dinilai bukan karena didasarkan pada hasil atau tujuan yang baik bagi pelaku, tetapi karena perilaku tersebut sejalan dengan kewajiban pelaku.¹⁶ Dalam suatu perbuatan tentu akan memiliki konsekuensinya tersendiri, tindakan menjadi baik bukan karena hasilnya, namun dikarenakan tindakan tersebut merupakan suatu kewajiban. Tujuan yang baik tidak lantas menjadikan perbuatan tersebut baik juga, namun perlu memperhatikan proses untuk mencapai hasil atau tujuan tersebut.

Etika bisnis merupakan unit nilai yang berhubungan dengan nilai benar, salah, baik, dan buruk didunia bisnis yang didasarkan pada prinsip moral. Etika disebut juga sebagai satuan prinsip dan norma yang mana pelaku usaha wajib berkomitmen untuk melakukan sebuah transaksi, berperilaku,

¹⁶ Chatrina Sari Dewi, "Analisis Penerapan Etika Deontologi Terkait Ketenagakerjaan Pada PT Trisakti Cipta Nusantara Di Surabaya - Jawa Timur," *Agora* 4, no. 2 (2016): 294–303, <https://media.neliti.com/media/publications/57175-ID-none.pdf>.

dan membangun relasi untuk sampai pada tujuan bisnisnya dengan selamat. Etika bisnis merupakan ajaran tentang moral yang benar dan salah. Ajaran tersebut berfokus disuatu standart moral yang diterapkan dikebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. Standar etika bisnis tersebut berlaku pada suatu sistem dan organisasi yang dipakai oleh masyarakat untuk memproduksi dan menyalurkan barang dan jasa yang di terapkan oleh pihak-pihak dalam organisasi.¹⁷

Dalam kegiatan bisnis, baik pelaku usaha ataupun konsumen memiliki kebutuhan dan kepentingan. Dalam hal ini pelaku usaha harus memunyai rasa tanggungjawab pada konsumen, karyawan, investor, masyarakat, dan lingkungan pada berbagai segi operasional perusahaan. Oleh karenanya, sangat dibutuhkan tersedianya peraturan dan nilai sebagai kontrol aktivitas usaha agar pelanggan, karyawan ataupun siapa saja pihak yang ikut serta dalam aktivitas usaha tidak dirugikan.

Faturrahman Djamil mengemukakan sebuah teori bahwa penerapan nilai-nilai Islam pada setiap aktivitas bank syariah baik itu melalui suatu akad maupun perjanjian yang diterapkan oleh pihak bank syariah dan nasabahnya dapat menunjang langkah dalam pengembangan perbankan syariah dimasa yang akan datang. Kemudian dengan diterapkannya nilai-nilai Islami yang

¹⁷ Nur Musfirah, "Pengaruh Etika Pelayanan Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Penguatan Tarif Transportasi Jasa Grab di Kota Makassar" (Universitas Islam Negeri Alaudin, 2018): 19.

baik dan benar dalam bank syariah tentunya dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk terus menjadi nasabahnya.¹⁸

Menurut Mustaq Ahmad, etika bisnis Islam hadir dengan tujuan untuk mendidik moral manusia dari segi pengetahuan menyangkut mana baik dan mana buruk serta menyangkut hak dan kewajiban moralitas manusia yang berpatokan pada Al-Qur'an dan Hadits Nabi SAW.¹⁹ Salah satu ayat yang berkaitan dengan etika dalam berbisnis adalah surah An-Nisa ayat 58 yang berbunyi:

Kutipan Ayat 2 . QS. An-Nisa/4: 58

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا
يَعْظُمُ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Terjemahannya:

“Sungguh. Allah menyuruhmu menyampaikan amanah kepada yang memiliki hak menerimanya dan jika kamu menetapkan hukum diantara manusia hendaknya kamu mentapkannya secara adil.Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepada kamu.Sungguh Allah Maha Mendengar,Maha Melihat.” (QS. An-Nisa: 58).²⁰

Ayat diatas memberikan penjelasan mengenai perintah suatu perilaku terpuji yaitu keadilan, dimana tidak lain ini juga merupakan prinsip dalam etika bisnis Islam. Badroen berpendapat bahwa seperti halnya etika bisnis modern, etika bisnis Islam yang berbasis Qur'ani dan sunnah Rasulullah

¹⁸ Faturrahman Djamil, *Hukum Perjanjian Syariah dalam Kompliasi Hukum Perikatan* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001).

¹⁹ Mustaq Ahmad dalam Hilmy Khoirotnun Nisa', "Pengaruh Etika Bisnis Islam Pedagang Pakaian Terhadap Tingkat Penjualan di Pasar Legi Citra Niaga Jombang" (2019): 11.

²⁰ Departmen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*.

SAW juga harus berfungsi secara penuh. Dalam artian etika bisnis Islam harus ditempatkan sebagai produk akademis yang dapat memunculkan bidang keilmuan dan pedoman bagi kehidupan sehari-hari para pelaku bisnis.²¹

Dalam etika bisnis Islam ada beberapa asas yang dapat dijadikan patokan dalam menjalankan usaha, yaitu:²²

- a. Keadilan (*'adl*), nilai keadilan yang dimaksud adalah berupa penggolongan keuntungan kepada berbagai pihak yang ikut andil dalam usaha baik langsung ataupun tidak, sesuai dengan sumbangsih yang telah di diberikan.
- b. Kehendak bebas (*free will*), setiap individu dianugrahi kemampuan untuk berkehendak dan menentukan bermacam-macam pilihan, meskipun kebebasan tersebut tidak sempurna sebagaimana kebebasan yang dimiliki Allah SWT. Dengan kebebasan yang dimiliki manusia, ia bebas menentukan jalan yang ia inginkan entah itu pada baik ataupun pada yang buruk.
- c. Tanggung jawab (*responsibility*), Islam berpandangan bahwa kebebasan yang dimiliki manusia adalah anugrah, namun hal itu tidak berarti mengabaikan tanggungjawab. Itu artinya kebebasan yang diakui adalah kebebasan yang bertanggungjawab.

²¹Badroen dalam Musfirah, "Pengaruh Etika Pelayanan Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Penguatan Tarif Transportasi Jasa Grab di Kota Makassar": 20.

²²Vivi Indah Lestari, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Pada PT .Bni Syariah Cabang Palembang" (universitas islam negeri raden fatah, 2017), [http://eprints.radenfatah.ac.id/1311/1/VIVI_INDAH_LESTARI %2814180219%29.pdf](http://eprints.radenfatah.ac.id/1311/1/VIVI_INDAH_LESTARI_%2814180219%29.pdf).

d. Kebenaran, Islam tidak menghalalkan segala perilaku yang dapat memberikan kerugian bagi diri sendiri, masyarakat, dan makhluk lain seperti hewan, tumbuh-tumbuhan serta lingkungan. Setiap tindakan dan langkah haruslah memberikan keuntungan bagi semua. Oleh karenanya, dalam konteks etika bisnis, nilai jujur dan kebajikan tidak lepas dari konsep kebenaran.

3. Teori *Customer Retention*

Dengan berdasarkan pada riset yang dilaksanakan Bain dan Company pada industri jasa di Amerika, ia mengemukakan sebuah teori bahwa loyalitas pelanggan memiliki hubungan yang positif terhadap profitabilitas perusahaan.²³ Ini artinya perusahaan yang memiliki pelanggan atau nasabah dengan loyalitas yang tinggi, maka akan memiliki profit yang tinggi pula.

Customer retention merupakan suatu proses yang membuat pelanggan setia atau bersikap loyal terhadap produk yang dikeluarkan perusahaan tertentu baik itu berupa barang maupun jasa sehingga pelanggan tertarik untuk melakukan pembelian ulang atau menggunakan jasanya kembali. Danish dan Humayon berpendapat bahwa *customer retention* atau mempertahankan pelanggan lama jauh lebih menguntungkan daripada menarik pelanggan yang baru.²⁴ Ini karena dengan mempertahankan pelanggan yang ada perusahaan dapat mengurangi biaya iklan dan promosi.

²³ Tjiptono dalam Katherine Utama, "Customer Retention," Binus University Business School, 2018, <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/08/29/customer-retention/>.

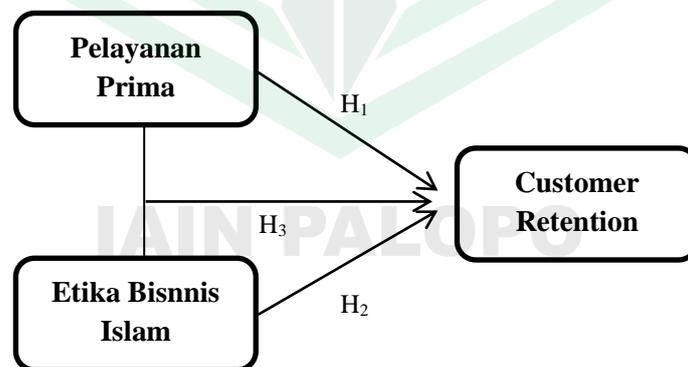
²⁴ Danish dan Humayon dalam Trecya S. M. Lompoliuw, Riane J. Pio, dan Roy F. Runtuwene, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Customer Retention di PT. Erafone Mega Mall Manado," *Jurnal Administrasi Bisnis* 9, No. 1 (2019): 115, <https://doi.org/10.35797/Jab.9.1.2019.23707.114-121>.

Menurut Schiffman dan Wisenblit *customer retention* melibatkan perubahan transaksi konsumen individual menjadi hubungan transaksi berjangka panjang melalui membuat pelanggan tersebut bertahan disatu perusahaan dibanding mengalihkannya ke perusahaan lain.²⁵ Liliyen Meutis mengemukakan ada empat indikator yang dapat mengukur *customer retention* yaitu:²⁶

- a. Loyalitas pada produk
- b. Merekomendasikan produk kepada orang lain agar bersedia membeli/menggunakannya.
- c. *Word of mouth*
- d. Komentar positif terhadap produk

C. Kerangka Pikir

Berikut merupakan kerangka pikir dalam penelitian ini:



Gambar 2. 1 Kerangka Pikir

²⁵ Schiffman dan Wisenblit dalam Utama, "Customer Retention."

²⁶ Liliyen Meutis dalam Wiji Budiati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Switching Barrier Terhadap Retensi Pelanggan pada PT Bina Artha Venture Cabang Kebumen," 2016, 1-27.

Dalam kerangka pikir diatas, bisa dilihat bagaimana jalan pikiran penulis dalam menyusun penelitian ini. Sehingga pembaca dapat lebih memahami penelitian ini dari sudut pandang penulis.

D. Hipotesis Penelitian

Bersandarkan pada latar belakang masalah, riset sebelumnya, tujuan dan manfaat penelitian yang sudah jelaskan, maka bisa ditarik sebuah hipotesis yang dapat dijadikan dasar atau patokan agar penelitian ini tetap terarah:

1. H_1 = terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan prima terhadap *customer retention* nasabah Bank Muamalat Kota Palopo
2. H_2 = terdapat pengaruh yang signifikan antara etika bisnis Islam terhadap *customer retention* nasabah Bank Muamalat Kota Palopo
3. H_3 = terdapat pengaruh simultan yang signifikan antara pelayanan prima dan etika bisnis Islam terhadap *customer retention* nasabah Bank Muamalat Kota Palopo

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Riset ini adalah riset kuantitatif dengan memakai pendekatan korelasional. Studi korelasional merupakan metode untuk menganalisis relasi dan derajat relasi antar dua atau lebih factor tanpa berusaha untuk memengaruhi variabel-variabel yang ada sehingga tidak terjadi penyelewengan variabel. Pada hakikatnya penelitian korelasional tujuannya ialah mengetahui atau menyimpulkan seberapa besar varians di suatu faktor berdasarkan koefisien korelasi yang berkaitan dengan varians dari satu atau beberapa factor yang lain.²⁷ Pada penelitian ini, penulis bermaksud untuk menganalisis korelasi variabel pelayanan prima dan etika bisnis Islam terhadap variable *customer retention* pada Bank Muamalat Kota Palopo.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Tujuan dari ditentukannya lokasi penelitian ialah mempersempit cakupan pembahasan sekaligus memperjelas objek penelitian. Lokasi penelitian ini adalah Bank Muamalat Kota Palopo.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan lebih kurang selama 2 bulan, yang akan dimulai di bulan November 2021 sampai dengan Januari 2022.

²⁷ Andi Ibrahim Et Al., *Metodologi Penelitian*, Ed. Oleh Ilyas Ismail, 1 Ed. (Gunadarma Ilmu, 2018), [Http://Repositori.Uin-Alauddin.Ac.Id/12366/1/Buku Metodologi.Pdf](http://Repositori.Uin-Alauddin.Ac.Id/12366/1/Buku%20Metodologi.Pdf).

C. Definisi Operasional

Pembahasan penelitian ini adalah tentang bagaimana pelayanan prima dan etika bisnis Islam memengaruhi *customer retention* pada Bank Muamalat Kota Palopo. Definisi operasional ini adalah bentuk dari abstraksi fenomena-fenomena yang terjadi di kehidupan nyata yang dijadikan variabel-variabel yang dapat ditakar.²⁸

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

Nama variabel	Definisi	Indikator
Variabel bebas (X ₁)	Pelayanan prima adalah memberikan kepedulian lebih terhadap konsumen melalui layanan dan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan dan kemudahan konsumen agar merasa puas	a. Sikap (<i>attitude</i>) b. Perhatian (<i>attention</i>) c. Aksi (<i>action</i>) d. Kinerja (<i>ability</i>) e. Penampilan (<i>appearance</i>) f. Tanggung jawab (<i>accountability</i>). ²⁹
Variabel bebas (X ₂)	Etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai	a. Keadilan (<i>adl</i>) b. Kehendak bebas (<i>free will</i>)

²⁸ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen* (Yogyakarta: BPFE, 1999): 85.

²⁹ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2003).

Nama variabel	Definisi	Indikator
	yang berhubungan dengan nilai baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada nilai dan norma yang terdapat pada Al-Qur'an beserta Hadits Nabi SAW.	c. Tanggung jawab (<i>responsibility</i>) d. Kebenaran ³⁰
Variabel terikat (Y)	<i>Customer retention</i> adalah cara untuk meningkatkan penjualan dengan memuaskan pelanggan melalui pelayanan agar mereka terus kembali.	a. Loyalitas pada produk b. Merekomendasikan produk pada orang lain untuk membeli/ menggunakannya c. <i>Word of mouth</i> d. Komentar positif terhadap produk ³¹

³⁰ Lestari, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention pada PT . Bni Syariah Cabang Palembang."

³¹ Budiati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Switching Barrier Terhadap Retensi Pelanggan pada PT Bina Artha Venture Cabang Kebumen."

D. Populasi dan Sampel

Populasi dapat diartikan menjadi sekumpulan dari semua satuan penelitian (yang lengkap atau sempurna). Istilah sempurna dapat diartikan bahwa pengertian populasi suatu riset harus dikemukakan dengan cara yang tidak menyesatkan.³² Adapun populasi pada penelitian ini ialah jumlah total nasabah bank Muamalat Kota Palopo yang berjumlah ±21.000 nasabah.³³

Sampel dapat diartikan sebagai satu set unit survei yang memberikan informasi ataupun data yang dibutuhkan pada suatu riset. Dengan demikian, sampel ialah komponen dari populasi.³⁴ Pada riset ini penulis menerapkan teknik accidental sampling, yang mana penulis menentukan sampel yang dipilih atas dasar kebetulan, yaitu orang yang secara kebetulan ditemui penulis saat pengambilan data dilokasi penelitian. Selain itu, penulis juga melakukan penyebaran kuesioner melalui media online whatsapp, dimana penulis menghubungi teman, kerabat, maupun kenalan yang menjadi nasabah Bank Muamalat Kota Palopo. Dalam penentuan ukuran sampel, penulis menerapkan rumus slovin dengan model :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

³² I Made Wirartha, *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Tesis* (Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2006): 44.

³³ Keterangan Hadi, Staf Bagian Pemasaran Bank Muamalat Kota Palopo.

³⁴ Wirartha, *pedoman penulisan usulan penelitian, skripsi dan tesis*.

Dimana :

$$\begin{aligned} n &= \text{Jumlah sampel} \\ N &= \text{Jumlah anggota dalam populasi} \\ e &= \text{Standar eror (10\%)} \end{aligned}$$

Setelah menggunakan persamaan slovin maka diperoleh :

$$\begin{aligned} n &= \frac{21.000}{1 + 21.000 (0,1)^2} \\ n &= \frac{21.000}{1 + 21.000 (0,01)} \\ n &= \frac{21.000}{1 + 210} \\ n &= \frac{21.000}{211} \\ n &= 99,52 \\ n &= 100 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus diatas, jumlah responden yang dibutuhkan sebanyak 100 responden.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ialah peralatan yang dapat dipakai dalam mengumpulkan data yang berupa informasi dari masyarakat umum. Dalam survei ini jenis metode survei adalah metode angket atau kuesioner, dengan membagikan kuesioner kepada responden yang kemudian responden dimohon untuk melengkapi lembaran tanggapan yang telah diberikan. Selanjutnya lembar kuisisioner yang telah terisi dikumpul, dipilah, diolah dan dianalisis.

Adapun alternatif jawaban pada angket tersebut berdasarkan pada *skala likert 5* titik yaitu:

Tabel 3. 2 Skala Likert

Simbol	Pilihan Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
RR	Ragu-Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Untuk memudahkan pengambilan data yang dibutuhkan pada penelitian ini, maka disusunlah suatu perencanaan penelitian sehingga nantinya dapat menemukan korelasi antara variabel. Pada riset ini setiap variabel memiliki indikator yang mewakili kemudian setiap indikator dibuatkan beberapa item pernyataan agar responden lebih mudah dalam memahami objek yang sedang diteliti sehingga didapat data yang sah. Seperti dalam tabulasi berikut:

Tabel 3. 3 Pernyataan Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan	
1. Pelayanan prima	a. Sikap (<i>attitude</i>)	1) Pegawai bank muamalat kota palopo antusias mendengar dan memahami kebutuhan nasabah	
		2) Pegawai bank muamalat kota palopo menanggapi keluhan setiap nasabah	
		b. Perhatian (<i>attention</i>)	1) Pegawai bank muamalat kota palopo menyediakan tempat bagi nasabah yang ingin memberikan kritik dan masukan bagi bank
			2) Sekuriti bank

Variabel	Indikator	Pernyataan
		muamalat kota palopo menanyakan keperluan dan mengarahkan nasabah sesuai dengan keperluannya
	c. Aksi (<i>action</i>)	<p>1) Terdapat evaluasi kinerja di bank muamalat kota palopo jika terdapat keluhan dan saran dari nasabah</p> <p>2) Bank muamalat kota palopo menjalin komunikasi yang baik dengan nasabah melalui respon dan tanggapan pegawai</p>
	d. Kinerja (<i>ability</i>)	1) Pegawai Bank Muamalat kota

Variabel	Indikator	Pernyataan
		Palopo mampu melayani dan memelihara hubungan dengan nasabah
	2) Pegawai	Bank Muamalat kota Palopo mampu berkomunikasi secara efektif dengan cara diskusi dan pemberian motivasi pada nasabah serta membina hubungan organisasi
e. Penampilan (<i>appearance</i>),		1) Terdapat prosedur dalam berpakaian di Bank Muamalat kota Palopo
	2) Pakaian	yang digunakan pegawai

Variabel	Indikator	Pernyataan
		Bank Muamalat kota Palopo dapat merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas pegawai
	f. Tanggung jawab (<i>accountability</i>)	1) Terdapat keberpihakan pada kenyamanan dan kepuasan nasabah melalui peningkatan kinerja, layanan, dan visi misi di Bank Muamalat Kota Palopo
		2) Terdapat kepedulian terhadap nasabah di Bank Muamalat Kota Palopo yang tercermin melalui upaya untuk meminimalisir

Variabel	Indikator	Pernyataan
		kerugian dan ketidakpuasan nasabah
2. Etika bisnis Islam	a. Keadilan	<p>1) Bank Muamalat Kota Palopo memberikan pelayanan yang setara pada setiap nasabah</p> <p>2) Apabila terjadi pelanggaran dalam isi perjanjian baik Bank Muamalat Kota Palopo ataupun nasabah dapat menuntut pihak yang ingkar ke pengadilan untuk dapat mematuhi perjanjian awal</p>
	b. Kehendak Bebas	<p>1) Nasabah Bank Muamalat Kota Palopo diberikan</p>

Variabel	Indikator	Pernyataan
		kebebasan dalam memilih produk dan layanan sesuai dengan kebutuhannya
	2) Nasabah Bank Muamalat Kota Palopo	diberikan kebebasan dalam memilih akad yang akan digunakan pada produk yang di pilih
c. Tanggung jawab	1) Bank Muamalat Kota Palopo	bersedia menanggung risiko ganti rugi jika terjadi kehilangan pada dana nasabah
	2) Jika terjadi masalah, pegawai Bank Muamalat Kota Palopo	akan

Variabel	Indikator	Pernyataan
		memberikan jalan penyelesaian yang tidak menimbulkan kerugian pada salah satu pihak
	d. Kebenaran	<p>1) Setiap pencatatan yang terjadi di Bank Muamalat Kota Palopo dilakukan berdasarkan data real</p> <p>2) Bank Muamalat Kota Palopo menyediakan informasi yang jelas mengenai produk dan akad yang digunakan</p>
3. <i>Customer retention</i>	a. Kesetiaan terhadap produk	<p>1) Saya termasuk nasabah yang rutin dan intens menggunakan jasa Bank Muamalat Kota Palopo</p>

Variabel	Indikator	Pernyataan
		2) Saya menggunakan produk Bank Muamalat Kota Palopo dengan tujuan jangka panjang
	b. Menyarankan orang lain untuk menggunakan produk tersebut	1) Saya bersedia merekomendasikan Bank Muamalat kepada keluarga saya
	c. <i>Word of mouth</i>	1) Saya sering mendengar topik obrolan yang membahas Bank Muamalat di masyarakat sekitar saya 2) Saya sering menemukan topik obrolan yang membahas Bank

Variabel	Indikator	Pernyataan
		Muamalat di internet dan media sosial
	d. Pernyataan positif tentang produk	<p>1) Pegawai Bank Muamalat Kota Palopo menjunjung tinggi nilai, adab dan etika saat melayani nasabah</p> <p>2) Saya bersedia membagikan pengalaman baik saya dalam menggunakan produk dan layanan Bank Muamalat Kota Palopo kepada orang sekitar saya</p>



IAIN PALOPO

F. Teknik Pengumpulan Data

Saat menghimpun informasi yang berhubungan dengan riset ini, penulis mengumpulkan data yang berkaitan dengan judul proposal ini dengan memakai teknik angket atau kuisisioner. Dalam metode pengumpulan data menggunakan teknik angket, pertanyaan diajukan melalui tulisan dan disebar kepada responden untuk dijawab. Setelah dijawab, pertanyaan dan jawaban dikembalikan kepada peneliti.³⁵

G. Teknik Analisis Data

Apabila data telah tersedia maka analisis bisa dilaksanakan, ini merupakan metode ilmiah terpenting untuk membantu memecahkan suatu permasalahan. Analisis data mencakup aktivitas untuk merangkum informasi yang telah diambil menjadi besaran yang bisa diolah.³⁶

1. Uji validitas dan uji reliabilitas instrumen penelitian

a. Uji validitas

Uji validitas ialah ukuran untuk menampilkan taraf kesahihan alat ukur. Uji validitas tersebut dipakai sebagai pengukur tingkat validitas perangkat penelitian yang digunakan menghimpun data. Hal ini dilakukan sebagai bentuk pengujian item pernyataan yang ada pada kuisisioner.

Menurut Masrum, item yang mempunyai hubungan positif dengan kriterium (skor total) dan juga hubungan yang tinggi menunjukkan bahwa

³⁵ Ibid.

³⁶ Fitri Bahar, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo" (Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2018): 40.

item itu mempunyai validitas tinggi juga. Syarat minimum suatu instrumen dikatakan valid adalah apabila validasi setiap pernyataan (r) sama dengan 0,3.³⁷

b. Uji reliabilitas instrumen penelitian

Reliabilitas dimaksudkan untuk mencari tahu seberapa konsisten suatu alat ukur ketika dua atau lebih pengukuran dilakukan untuk fenomena yang sama dengan menggunakan peralatan pengukuran yang sama.³⁸

Metode pengukuran reliabilitas pada penelitian ini memakai metode *AlphaCronbach*. Teknik ini dapat dipakai sebagai penentu apakah suatu instrument penelitian dapat diandalkan. Apa bila angka *AlphaCronbach* > 0,6, maka bisa dimaknai bahwa instrument penelitian telah memenuhi standar kelayakan atau reliabel.³⁹

2. Uji asumsi klasik

a. Uji normalitas

Uji ini dipakai sebagai sarana mencari tahu apakah nilai residual tersebar secara normal dalam setiap populasi atau tidak.⁴⁰ Modal urutan yang baik mempunyai residual yang tersebar secara normal, sehingga uji normalitas diterapkan dinilai residualnya bukan pada setiap variabel. Uji yang dipakai pada penelitian ini untuk mengetahui normal tidaknya data

³⁷ Masrum dalam Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 4 Ed. (Bandung: Alfabet, 2013): 182.

³⁸ Sofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2012): 87.

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011).

adalah uji *kolmogorovsmirnov*. Taraf signifikansi untuk mengetahui data tersebar dengan normal nilainya yaitu $> 0,05$ atau probabilitas $> 0,05$. Apabila nilai probabilitas $< 0,05$ maka sebaiknya dikatakan tersebar secara tidak normal.

b. Uji linearitas

Uji linearitas ialah pengujian yang dilaksanakan untuk mencari tahu adanya korelasi linear antara variable terikat Y dan variable bebas X baik signifikan ataupun tidak. Uji tersebut bisa dipakai sebagai syarat untuk melakukan analisis korelasi ataupun regresi linear. Adapun kriteria variable independen dan variabel terikat dikatakan mempunyai hubungan yang linear adalah apa bila nilai probabilitas atau sig. devition form linearity $> 0,05$. Sementara apa bila nilai sig. devition from linearity $< 0,05$, maka didapat simpulan bahwa variabel independen dan variabel terikat tidak mempunyai hubungan yang linear.⁴¹

c. Uji heteroskedasitas

Uji heterokedasitas dipakai untuk mencari adanya varian yang serupa dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hal ini dapat dikonfirmasi melalui pengamatan terhadap grafik *scatterplot* antara nilai prediksi dengan variable terikat dan residualnya. Landasan analisis yang dipakai ialah apa bila ada pola khusus, semacam titik yang ada membentuk pola beraturan maka mengindikasikan adanya gejala

⁴¹ Cruisietta Kaylana Setiawan dan Sri Yanthy Yosepha, "Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Indonesia (Studi Kasus pada Followers Account Twitter @Thebodyshopindo) Cruisietta," *Jurnal Ilmiah M-Progress* 10, No. 1 (2020): 1–9, File:///C:/Users/ZYREX/Downloads/371-683-1-SM.Pdf.

heterokedasitas sebaliknya apabila titik-titik tersebut tersebar tidak beraturan dibawah atau diatas angka nol disumbu Y maka tidak terdapat gejala heterokedasitas.⁴²

d. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas ialah pengujian yang diterapkan untuk mengetahui apakah ada hubungan yang tinggi antar variabel independen pada suatu model regresi multikolinear. Apabila terdapat hubungan yang tinggi antar variabel independen, maka korelasi antar variabel independen dapat terganggu.⁴³ Determinan pengujian multikolinearitas adalah:

- 1) Disebut tidak terjadi multikolinearitas jika nilai coeficien beta pada X < 1.
- 2) Disebut tidak terjadi multikolinearitas jika nilai standar eror pada X < 1.
- 3) Disebut tidak terjadi multikolinearitas jika nilai VIF < 10.

3. Analisis regresi linear berganda

Regresi linear berganda ialah korelasi linear antar dua ataupun lebih variable bebas (X_1, X_2, \dots, X_n) dan variable terikat (Y). Pengamatan ini digunakan sebagai alat memprediksi maksud korelasi antara variabel bebas dan variable terikat, terlepas dari apakah masing-masing variabel bebas

⁴² Hamisa, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Perpustakaan IAIN Palopo Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah" (Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2018).

⁴³ Ibid.

memunyai korelasi positif atau negatif dan nilai dari variabel terikat mengalami peningkatan atau justru menurun.⁴⁴

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y = *customer retention*

a = konstanta

b₁, b₂ = koefisien korelasi ganda

X₁ = pelayanan prima (variabel bebas)

X₂ = etika bisnis islam (variabel bebas)

e = eror

4. Uji hipotesis

a. Uji parsial (uji-t)

Uji ini dilakukan sebagai cara mencari tahu secara parsial pengaruh variable independen kepada variabel dependen dengan membandingkan angka t-hitung dan t-tabel dengan tingkat signifikansi dapat menggunakan angka 0,05 (5%) ataupun 0,1 (10%).⁴⁵ Dengan determinasi apa bila t-hitung > t-tabel, maka variabel bebas memengaruhi variabel terikat atau H₀ ditolak dan H₁ diterima. Sedangkan apa bila t-hitung < t-tabel maka variable bebas tidak memengaruhi variabel terikat atau H₀ diterima sedang H₁ ditolak. Dalam kesempatan ini peneliti akan

⁴⁴ Duwi Priyanto, *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*, 1 Ed. (Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2012).

⁴⁵ Imam Ghozali, *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*, 4 ed. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014).

melakukan pengujian pada variabel pelayanan prima (X_1) dan etika bisnis Islam (X_2) terhadap *customer retention* (Y).

b. Uji simultan (uji-f)

Maksud dari dilakukannya percobaan ini ialah untuk melihat bagaimana variabel independen (X_1 , X_2) memengaruhi variabel dependen (Y) dalam waktu yang bersamaan (simultan). Dilihat dari jumlah f-hitung dan f-tabel, jika f-hitung $>$ f-tabel maka variabel bebas (X) memengaruhi variabel terikat (Y). Apa bila jumlah f-hitung $<$ f-tabel, maka variabel bebas (X) tidak memengaruhi variabel terikat (Y).

c. Koefisien determinasi (uji- R^2)

Angka koefisien determinasi (*R Square*) bisa dipakai dalam mengetahui jumlah kontribusi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) syaratnya uji F pada analisis regresi harus bernilai signifikan. Sebaliknya kalau tidak signifikan, maka nilai koefisien determinasi pada hasil uji F ini tidak bisa dipakai sebagai alat prediksi kontribusi variabel(X) terhadap variabel(Y).

Nilai koefisien determinasi(*R Square*) memiliki nilai dari interval 0 hingga 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Nilai *R Square* yang hampir mencapai angka 0 mengartikan bahwa potensi variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen sangat sempit. Sedangkan apa bila nilai *R Square* hampir mencapai angka 1 maka artinya ialah potensi variabel independen

untuk menyediakan data yang diperlukan dalam memperkirakan variabel dependen semakin besar.⁴⁶



IAIN PALOPO

⁴⁶ Lestari, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Pada PT . BNI Syariah Cabang Palembang."

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Perusahaan

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk adalah sebuah bank syariah yang didirikan ditanggal 1 November 1991 M. Adapun berdirinya Bank Muamalat Indonesia ini tidak terlepas dari intervensi Majelis Ulama Indonesia dengan pemerintah saat itu. Bank Muamalat Indonesia mulai menjalankan usahanya ditanggal 1 Mei 1992 menggunakan modal awal yang dimiliki pada saat baru berdiri adalah senilai 84 miliar, modal ini diperoleh atas suport dari Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) beserta pengusaha-pengusaha muslim di Indonesia. Kemudian setelah diadakan acara silaturahmi peringatan pendiriannya diistana Bogor, Bank Muamalat mendapat tambahan modal sebesar 106 miliar dari masyarakat Jawa Barat yang ikut serta menginvestasikan dananya di Bank Muamalat.⁴⁷

Seiring dengan berlajannya waktu, kini Bank Muamalat semakin berkembang dan diakui, hingga dapat melebarkan sayapnya dengan membuka cabang tidak cuma di Indonesia namun juga di negara lain. Sampai saat ini Bank Muamalat Indonesia sudah memunyai 240 kantor layanan termask satu cabang di Malaysia. Opersional Bank Muamalat juga telah didukung oleh jaringan layanan yang meluas dalam bentuk

⁴⁷ Handayani Haeruddin, "Peran Bank Muamalat dalam Mengatasi Rentenir di Kota Palopo," *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo* (Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2017).

unit ATM Muamalat sebanyak 568 yang terdistribusi di setiap daerah di Indonesia serta terhubung dengan 120.000 jaringan ATM bersama dan 77.000 ATM prima serta 51 unit Mobil Kas Keliling.

Diantara banyaknya kantor cabang yang terdapat di Indonesia, salah satunya ialah Bank Muamalat Kota Palopo. Bank Muamalat yang terletak di Kota Palopo saat ini statusnya ialah sebagai cabang pembantu dari Bank Muamalat cabang Makassar. Operasional Bank Muamalat Kota Palopo sendiri dimulai pada tanggal 25 Oktober 2005 dengan sumber dana awalnya adalah pinjaman dari Bank Muamalat cabang Makassar.⁴⁸

Kehadiran Bank Muamalat di Kota Palopo merupakan sebuah solusi untuk meningkatkan jumlah nasabah Bank Muamalat secara keseluruhan serta untuk meningkatkan rasa percaya masyarakat terhadap keberadaan bank syariah khususnya di Kota Palopo. Bank Muamalat menjadi salah satu lembaga keuangan berdasarkan prinsip syariah yang menjadi pilar penting dalam perkembangan ekonomi syariah di Indonesia.

Tujuan inti dari didirikannya Bank Muamalat cabang Palopo ialah sebagai media penyiaran agama sekaligus menjadi sarana untuk menghimpun dana dan mengangkat kualitas hidup masyarakat Kota Palopo, sampai-sampai bisa berdampak pada pengurangan tingkat kemiskinan di masyarakat. Selain daripada itu hal ini dapat mendukung pembangunan nasional, serta peningkatan kualitas dan kuantitas kegiatan usaha.

⁴⁸ Nurmila, "Pengaruh Etika Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada Bank Muamalat Kota Palopo" (Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2018).

Bank Muamalat Kota Palopo beralamat di Jl.Jend. Sudirman no.43 Kota Palopo. Berdasarkan pengamatan penulis, letak Bank Muamalat Kota Palopo dinilai cukup strategis karna berada ditengah kota, sehingga bisa dijangkau menggunakan berbagai macam transportasi umum seperti taksi, angkot serta ojek.

2. Deskripsi Data Responden

a. Karakteristik responden

Target penjawab pada riset ini ialah nasabah Bank Muamalat Kota Palopo baik itu dari kelompok mahasiswa, pegawai negeri sipil, ibu rumah tangga, wiraswasta dan lain-lain. Adapun penelitian ini dilakukan kepada nasabah yang ditemui di lokasi penelitian saat melakukan pengambilan data maupun nasabah yang mengisi kuisisioner yang disebar secara online diinternet.

b. Jenis kelamin

Jenis kelamin ialah suatu hal yang berpengaruh pada keputusan seseorang dalam menentukan tujuannya. Adapun jenis kelamin responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	43	43%
2	Perempuan	57	57%
	Total	100	100%

Dari hasil pengolahan data, dapat dilihat bahwa penjawab yang berpartisipasi didominasi oleh yang berjenis kelamin perempuan, sebanyak 57 orang dengan persentase sebesar 57%. Sedangkan responden yang berjenis laki-laki sebanyak 43 responden atau sebesar 43%. Persentase tersebut diambil dari jumlah total responden yaitu 100 responden atau 100%. Maka daripada itu dapat disimpulkan bahwa pengguna Bank Muamalat Kota Palopo di dominasi oleh yang berjenis kelamin wanita.

c. Umur

Umur merupakan salah satu penentu seseorang dalam mengambil keputusan. Olehnya itu, penulis memasukan umur sebagai syarat pemilihan responden.

Tabel 4. 2 Umur

No	Umur	Jumlah	Persentase
1	<21	6	6%
2	21-30	66	66%
3	31-40	20	20%
4	41-50	8	8%
5	>50	0	0%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel hasil pengumpulan data diatas maka diperoleh hasil, dari 100 responden, 6 responden berumur kurang dari 21 tahun, 66

penjawab berusia antara 21-30 tahun, 20 penjawab berusia antara 31-40 tahun dan 8 penjawab berusia 41-50 tahun. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa rata-rata pengguna bank muamalat Kota Palopo berumur antara 21-30 tahun.

3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

a. Uji validitas

Adapun pengujian validitas bisa dilihat melalui tabulasi berikut:

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	R-hitung	R-tabel	Keterangan
1.	Pelayanan	1	0.8603334	0,632	Valid
	Prima	2	0.66661	0,632	Valid
		3	0.8603334	0,632	Valid
		4	0.8345749	0,632	Valid
		5	0.7902614	0,632	Valid
		6	0.7669467	0,632	Valid
		7	0.6487435	0,632	Valid
		8	0.7728373	0,632	Valid
		9	0.6370545	0,632	Valid
		10	0.8113718	0,632	Valid
		11	0.6524087	0,632	Valid
		12	0.6415132	0,632	Valid

No	Variabel	Item	R-hitung	R-tabel	Keterangan
2.	Etika Bisnis Islam	1	0.90148	0,632	Valid
		2	0.7546974	0,632	Valid
		3	0.7053098	0,632	Valid
		4	0.6549305	0,632	Valid
		5	0.7808787	0,632	Valid
		6	0.8924328	0,632	Valid
		7	0.8280623	0,632	Valid
		8	0.7670911	0,632	Valid
3.	<i>Customer Retention</i>	1	0.7237609	0,632	Valid
		2	0.7310313	0,632	Valid
		3	0.6418286	0,632	Valid
		4	0.7930358	0,632	Valid
		5	0.6594612	0,632	Valid
		6	0.7158857	0,632	Valid
		7	0.8666995	0,632	Valid

Sumber: SPSS 24

Dari tabel tersebut diperoleh jumlah R-hitung pada variabel pelayanan prima (X_1), etika bisnis Islam (X_2), dan *customer retention* (Y) lebih besar dari nilai R-tabel yang mengartikan bahwa perangkat penelitian dapat dikatakan valid sebab telah memenuhi standar.

b. Uji reliabilitas

Hasil pengujian validitas bisa dilihat pada tabulasi berikut:

Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbachs' Alpha</i>	Keterangan
1	Pelayanan Prima (X_1)	0,924	Reliabel
2	Etika Bisnis Islam(X_2)	0,905	Reliabel
3	<i>Customer Retention</i> (Y)	0,823	Reliabel

Sumber: *SPSS 24*

Berdasarkan pada tabel hasil uji data tersebut, maka dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa ketiga variabel penelitian yaitu variabel Pelayanan Prima (X_1), Etika Bisnis Islam (X_2) dan *Customer Retention* (Y) dinyatakan reliabel sebab sudah mencukupi kriteria yakni angkanya lebih dari (>) 0,6.

IAIN PALOPO

4. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas data

Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas

One-Sample KolmogorovSmirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	0
Parameter ^{a,b}	Std. Deviation	1.64712
	Absolut	0.055
MostExtreme	Positiv	0.031
Diferences	Negativ	-0.055
Test Statistic		0.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significans.		

Sumber: SPSS 24

Bersandarkan dari tabulasi diatas yang telah diolah menggunakan *one-simple KolmogorovSmirnov test*, didapat taraf probabilitas yaitu 0,200 dimana angka ini sudah melebihi angka signifikansi yaitu 0,05 atau $0,200 > 0,05$. Oleh karena itu, bisa di simpulkan data residual terdistribusi secara normal.

b. Uji linearitas

1) Uji linearitas variabel X_1 terhadap variabel YTabel 4. 6 Hasil Uji Linearitas Variabel X_1

ANOVA Table							
			Sum of	df	Mean	F	Sig.
			Squars		Square		
customer retention *	Betwen Group	(Combined)	348.445	19	18.339	3.730	0.000
		Linearity	257.967	1	257.967	52.470	0.000
pelayanan prima		Deviation from Linearity	90.478	18	5.027	1.022	0.445
	Within Group		393.315	80	4.916		
	Total		741.760	99			

Sumber: SPSS 24

Berdasarkan pada tabel tersebut, didapat jumlah sig.deviation fromlinearity sebesar 0,445. Jumlah ini $> 0,05$ hingga bisa di simpulkan ada korelasi yang linear antara variable pelayanan prima (X_1) dan *customer retention* (Y).

2) Uji linearitas variabel X_2 terhadap variabel YTabel 4. 7 Hasil Uji Linearitas Variabel X_2

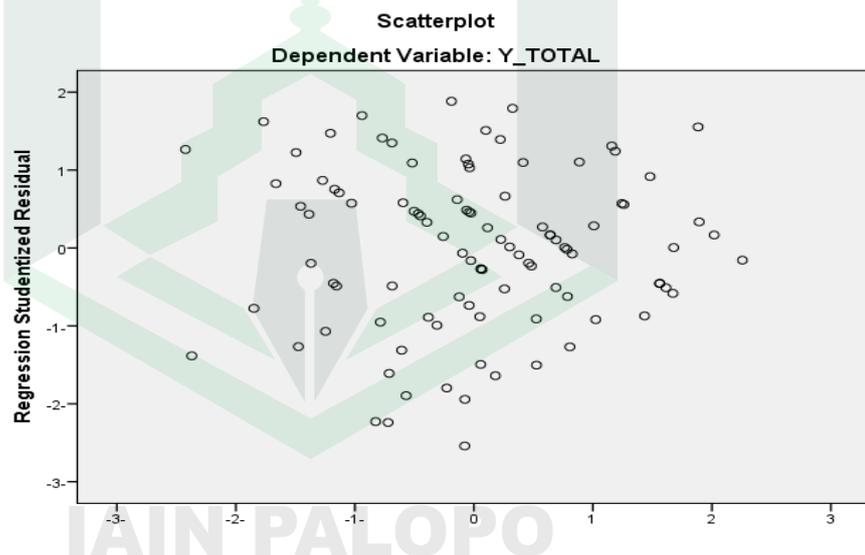
ANOVA Table							
			Sum of	df	Mean	F	Sig.
			Squares		Square		
custom er retention *	Betwee n Groups	(Combin ed)	272.148	12	22.679	4.201	0.000
		Linearity	184.106	1	184.106	34.107	0.000
etika bisnis islam		Deviation from Linearity	88.042	11	8.004	1.483	0.153
	Within Groups		469.612	87	5.398		
	Total		741.760	99			

Sumber: SPSS 24

Berdasarkan dari tabulasi tersebut, didapat jumlah sig.deviation from linearity yakni 0,153. Angka ini $> 0,05$, sehingga dapat dikatakan bahwa terjadi korelasi linear antara variable etika bisnis Islam (X_2) dengan *customer retention* (Y).

c. Uji heteroskedasitas

Penguujian ini dilakukan agar dapat mendeteksi ada atau tidaknya ketidakcocokan varian. Salah satu cara untuk mendeteksi varians yang tidak seragam adalah dengan melihat grafik *scatterplot* yang merupakan hasil dari pengujian SPSS. Berikut merupakan gambar grafik *scatterplot*.



Gambar 4. 1 Grafik *Scatterplot* (Sumber: SPSS 24)

Dari gambar *scatterplot* hasil pengujian heteroskedasitas tersebut, maka dapat dilihat bahwa:

- 1) Bintik-bintik bukan hanya berkumpul diatas ataupun dibawah saja melainkan tersebar diatas, dibawah dan disekitar angka 0.

2) Persebaran bintik-bintik pada grafik diatas tidak membentuk pola tertentu ataupun teratur.

Berdasarkan pengamatan tersebut maka bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedasitas didata riset tersebut.

d. Uji multikolinearitas

Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B			Beta				
1 (Constant)	7.197	2.859			2.517	0.01		
pelayanan prima	0.289	0.066		0.5	4.376	0.00	0.59	1.7
etika bisnis Islam	0.2	0.103		0.2	1.991	0.05	0.59	1.7

a. Dependent Variable: customer retention

Sumber: SPSS 24

Dari tabel hasil pengujian multikolinaritas diatas, maka didapat:

- 1) Nilai *Variance Infactor Factors* (VIF) terhadap pelayanan prima (X_1) berjumlah 1,7, serta nilai *Variance Infactor Factor* (VIF) terhadap etika bisnis Islam (X_2) sebesar 1,7. Kedua nilai ini jumlahnya kurang dari 10 atau ($1,7 < 10$ / $1,7 < 10$) sehingga bisa diambil kesimpulan yaitu tidak ada gejala multikolinearitas.
- 2) Nilai *Tolerance* terhadap pelayanan prima (X_1) sebesar 0,59 dan nilai *Tolerance* terhadap etika bisnis Islam (X_2) sebesar 0,59. Kedua jumlah tersebut lebih besar dari 0,10 atau ($0,59 > 0,10$ / $0,59 > 0,10$) sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas.

5. Analisis regresi linear berganda

Penggunaan regresi linear berganda dalam riset ini dipakai guna melihat adanya pengaruh variable bebas pada variabel terikat. Adapun hasil pengujian regresi linear berganda dipenelitian ini tersedia dalam tabulasi berikut:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B					Tolerance	VIF	
1 (Constant)	7.197	2.859		2.517	0.01			
pelayanan prima	0.289	0.066	0.5	4.376	0.00	0.59	1.7	
etika bisnis Islam	0.2	0.103	0.2	1.991	0.05	0.59	1.7	

a. Dependent Variable: customer retention

Sumber: SPSS 24

Berdasarkan tabel diatas, maka diperoleh hasil yang dapat dijelaskan dengan suatu model persamaan regresi:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

$$Y = 7,197 + 0,289X_1 + 0,2X_2$$

Dari rumus regresi tersebut, diperoleh simpulan bahwa:

- Konstanta (a) berjumlah 7.197 yang maknanya nilai dari *customer retention* sebelum dipengaruhi oleh pelayanan prima dan etika bisnis Islam adalah senilai 7.197.

- b. Nilai koefisien B_1 berjumlah 0.289, ini dapat diartikan jika nilai pelayanan prima dinaikan sebesar 1% maka nilai *customer retention* akan ikut naik sebesar 0.289%. Dengan nilai koefisien positif, maknanya variabel pelayanan prima berpengaruh positif terhadap *customer retention*.
- c. Nilai koefisien B_2 sebesar 0.2, ini artinya apabila nilai etika bisnis Islam dinaikan sebesar 1% maka nilai *customer retention* akan naik sebesar 0.2%. Dengan nilai koefisien positif maknanya variable etika bisnis Islam memengaruhi secara positif pada *customer retention*.

6. Uji hipotesis data

a. Uji parsial (uji-t)

Uji ini dilakukan agar dapat mengukur ataupun mengetahui apakah variabel bebas pada penelitian ini (pelayanan prima dan etika bisnis Islam) dapat memengaruhi variabel terikat (*customer retention*). Adapun penentuan keputusan bisa diketahui berdasarkan perbandingan antara t -hitung dan t -tabel. Apabila t -hitung $>$ t -tabel maka dapat dikatakan variabel bebas memengaruhi variabel terikat atau H_1 diterima dan H_0 ditolak dengan signifikansi sebesar 0,05. Penentuan t -tabel dapat dilihat pada rumus:

$$t\text{-tabel} = t(\alpha/2 : n-k-1)$$

dimana :

α = signifikansi (0,05)

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel

Dari hasil perhitungan tersebut diperoleh persamaan $t\text{-tabel} = t(0,025 : 97)$, maka $t\text{-tabel}$ adalah 1,985. Berikut hasil pengujian menggunakan SPSS 24 yang ditampilkan dalam tabel:

Tabel 4. 10 Hasil Uji-T

Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Beta		Tolerance			VIF	
1 (Constant)	7.197	2.859		2.517	0.01			
pelayanan prima	0.289	0.066	0.5	4.376	0.00	0.59	1.7	
etika bisnis islam	0.2	0.103	0.2	1.991	0.05	0.59	1.7	

a. Dependent Variable: customer retention

Sumber: SPSS 24

Menurut tabel hasil pengujian diatas, diperoleh simpulan:

1) Variabel pelayanan prima

T-hitung variabel pelayanan prima berjumlah 4.376 dengan $t\text{-tabel}$ berjumlah 1,985. Artinya nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($4.376 > 1,985$), serta tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0.00 \leq 0,05$). Dengan demikian, bisa disimplkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima atau terdapat pengaruh signifikan antara pelayanan prima dengan *customer retention*.

2) Variabel etika bisnis Islam

T-hitung pada variabel etika bisnis Islam berjumlah 1.991 dan t-tabel jumlahnya 1,985. Maka bisa diartikan bahwa nilai t-hitung > t-tabel ($1.991 > 1,985$), serta tingkat signifikans lebih kecil atau sama dengan 0,05 ($0.05 \leq 0,05$). Oleh sebab itu dapat diambil kesimpulan yaitu H_0 ditolak dan H_1 diterima atau terdapat pengaruh signifikan antara pelayanan prima dengan *customer retention*.

b. Uji simultan (uji-f)

Uji ini dipakai sebagai alat pengukuran secara simultan pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel dependen (Y) dengan nilai signifikansi 0,05. Adapun penentuan keputusan didasarkan pada perbandingan f-hitung dan f-tabel. Adapun hasil pengujian ini disajikan dalam bentuk tabel berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Uji-F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	276.049	2	138	28.748	.000b
	Residual	465.711	97	4.8		
	Total	741.76	99			

a Dependen Variable: customer retention
b Predictor: (Constan), etika bisnis Islam, pelayanan prima

Sumber: SPSS 24

Berdasarkan pada tabulasi diatas didapat f-hitung sebesar 28.748. Dengan taraf signifikans 0,05 df regression 2 dan df residual 97, maka diperoleh f-tabel sebesar 3,090. Sehingga bisa dilihat bahwa f-hitung > f-tabel ($28.748 > 3,090$) dengan tingkat signifikans lebihkecil dari 0,05

($0,000 < 0,05$). Maka bisa ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan dan positif antar pelayanan prima dan etika bisnis Islam dengan *customer retention* atau H_0 ditolak dan H_1 diterima.

c. Koefisien determinasi (uji- R^2)

Tabel 4. 12 Hasil Uji- R^2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.799 ^a	0.638	0.597	1,737
a. Predictors: (Constant), etika bisnis Islam, pelayanan prima				
b. Dependent Variabel: customer retention				

Sumber: SPSS 24

Pada tabel uji R^2 atau R Square dapat diketahui bahwa besar pengaruh koefisien determinasi R^2 variable independen yaitu pelayanan prima dan etika bisnis Islam dalam menjelaskan variable dependen atau *customer retentions* pada Bank Muamalat Kota Palopo berjumlah 0,638 atau 63,8%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh variable bebas pada variable terikat berjumlah 63,8% dari jumlah total 100% sehingga masih terdapat faktor-faktor lain yang memengaruhi *customer retention* sebesar 36,2% ($100\% - 63,8\% = 36,2\%$).

B. Pembahasan

1. Pengaruh pelayanan prima terhadap *customer retention* Bank Muamalat Kota Palopo

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis yang dilaksanakan selama ini, maka diperoleh hasil pengaruh pelayanan prima pada *customer retention* cukup signifikan. Perihal ini didasarkan pada tingkat signifikansi yang nilainya lebih kecil dari 0,05 yakni ($0,00 < 0,05$) dan jumlah t-hitung lebih besar dibanding t-tabel ($t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$) yakni ($4,376 > 1,985$). Dari hal tersebut bisa diketahui bahwa salah satu variabel yang mempengaruhi *customer retention* di Bank Muamalat Kota Palopo adalah variabel pelayanan prima. Sehingga apabila tingkat pelayanan prima dinaikan maka *customer retention* akan ikut naik.

Penelitian ini didasarkan pada sebuah teori yang dikembangkan oleh Hessel Nogi S, ia menyatakan bahwa layanan yang berkualitas adalah layanan yang bisa memenuhi keinginan lewat kegiatan sekelompok orang secara langsung dengan tujuan agar dapat memberikan rasa aman serta keyakinan terhadap nasabah sehingga bersedia menitipkan dananya maupun meningkatkan minat nasabah dalam menyimpan dana.⁴⁹

Riset ini searah dengan riset yang dilakukan oleh Irma ditahun 2021. Dimana kualitas pelayanan memunyai pengaruh signifikan pada kepuasan nasabah yang digambarkan dengan perbandingan t-hitung dan t-tabel

⁴⁹ Tangkilisan, *Manajemen Publik*.

dengan $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($3,086 > 1,986$) serta nilai signifikans lebih kecil dibanding $0,05$ ($0,003 < 0,05$) yang maknanya H_0 ditolak dan H_1 diterima.⁵⁰

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dilihat betapa pentingnya pelayanan prima dalam mempertahankan pelanggan atau *customer retention*, dengan selalu memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah maka nasabah akan merasakan kepuasan dan kedekatan dalam menggunakan produk sehingga hubungan perusahaan dan nasabah terjaga yang menjadikan nasabah tidak berpindah menggunakan produk yang sama di bank lain.

2. Pengaruh etika bisnis Islam terhadap *customer retention* Bank Muamalat Kota Palopo

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan sebelumnya, maka bisa disimpulkan bahwa etika bisnis Islam memengaruhi *customer retention* secara signifikan. Perihal ini bisa diketahui dengan melihat jumlah signifikansi variable etika bisnis Islam yang nilainya kurang dari sama dengan $0,05$ yaitu ($0,05 \leq 0,05$) dan nilai $t\text{-hitung}$ lebih besar dari $t\text{-tabel}$ yaitu ($1,991 > 1,985$). Dari hal tersebut maka bisa dikatakan bahwa etika bisnis Islam termasuk dalam daftar variable yang bisa memengaruhi *customer retention* secara signifikan. Sehingga apabila standar tingkat etika bisnis Islam dinaikan, maka *customer retention* naik secara signifikan.

Riset ini berlandaskan pada teori yang dikembangkan oleh Faturrahman Djamil, ia menyebutkan bahwa penerapan nilai-nilai dan etika Islam dalam

⁵⁰ Irma, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah pada BSI KCP Palopo Andi Djemma."

setiap aktivitas bank syariah baik itu melalui suatu akad ataupun perjanjian yang dilakukan oleh pihak bank syariah dan nasabahnya menunjang langkah dalam pengembangan perbankan syariah dimasa yang akan datang. Kemudian dengan diterapkannya nilai-nilai dan etika Islam yang baik dan benar dalam bank syariah tentunya dapat memengaruhi keputusan masyarakat untuk terus menjadi nasabahnya.⁵¹

Hasil dari riset ini sejalan dengan hasil penelitian yang sudah dilaksanakan oleh Metta Ehda Agusti ditahun 2019. Dimana penelitiannya menunjukkan etika bisnis Islam mempunyai pengaruh signifikan pada *customer retention* yang digambarkan melalui nilai signifikans yang lebih kecil dari 0,05 yaitu ($0,012 < 0,05$). Oleh sebab itu H_0 pada riset ini di tolak dan H_1 diterima.⁵²

Penerapan etika bisnis Islam dinilai penting dan dapat memengaruhi *customer retention*, karena bagi masyarakat etika merupakan perilaku yang dapat mencerminkan jati diri dari seseorang ataupun citra dari suatu perusahaan. Olehnya itu perlunya mengaplikasikan etika bisnis Islam diantaranya dengan penerapan empat indikator etika bisnis Islam yaitu keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab dan juga kebenaran.

3. Pengaruh pelayanan prima dan etika bisnis Islam secara simultan terhadap *customer retention* Bank Muamalat Kota Palopo

Hasil uji hipotesis melalui uji-f yang telah dilaksanakan, maka diperoleh simpulan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara

⁵¹ Djamil, *Hukum Perjanjian Syariah dalam Kompliasi Hukum Perikatan*.

⁵² Agusti, "Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Customer Retention (Studi pada PT Adam Kota Bengkulu)."

variabel X yakni pelayanan prima dan etika bisnis Islam pada variabel Y yakni *customer retention*. Hal ini ditunjukkan melalui perbandingan f-hitung dan f-tabel. Dimana f-hitung > f-tabel ($28.748 > 3,090$) dengan angka signifikans kurang dari 0,05 ($0,00 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Berdasarkan simpulan diatas yang menyatakan bahwa H_1 diterima. Maka apabila pelayanan prima dan etika bisnis Islam dikombinasikan bisa dijadikan sebagai faktor alternatif bagi bank jika ingin meningkatkan *customer retention*.



IAIN PALOPO

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penulis menarik kesimpulan berlandaskan dari temuan yang sudah dianalisis dan dibahas sebelumnya terkait dengan pengaruh pelayanan prima dan etika bisnis Islam terhadap *customer retention*, yaitu:

1. Variabel pelayanan prima memiliki pengaruh signifikan pada *customer retention* nasabah Bank Muamalat Kota Palopo. Hal ini didasarkan pada tingkat signifikansi yang nilainya kurang dari 0,05 yakni ($0 < 0,05$).
2. Variabel etika bisnis Islam memiliki pengaruh signifikan pada *customer retention* nasabah Bank Muamalat Kota Palopo. Perihal ini bisa diketahui melalui pengamatan nilai signifikansi variabel etika bisnis Islam yang nilainya kurang dari 0,05 ($0,05 \leq 0,05$).
3. Secara simultan variabel pelayanan prima dan etika bisnis Islam mempunyai pengaruh signifikan pada *customer retention* nasabah Bank Muamalat Kota Palopo. Perihal tersebut dapat diketahui melalui hasil uji-f dimana nilai signifikansinya kurang dari 0,05 ($0,00 < 0,05$).
4. Disamping pelayanan prima dan etika bisnis Islam (variabel X) yang dapat memengaruhi *customer retention* (variabel Y) sebesar 63,8%, masih terdapat faktor-faktor lain yang memengaruhi *customer retention* sebesar 36,2%, diantara faktor-faktor tersebut ialah kepercayaan dan komitmen nasabah.

B. Saran

1. Kepada pihak Bank Muamalat khususnya Bank Muamalat Kota Palopo, mengingat pelayanan prima dan etika bisnis Islam adalah faktor yang cukup berpengaruh terhadap *customer retention* maka diharapkan Bank Muamalat Kota Palopo dapat menjaga dan memaksimalkan pelayanan dan etika bisnis Islam dalam operasional perusahaan sehingga dapat meningkatkan minat nasabah untuk terus menggunakan produk dan jasanya.
2. Diharapkan peneliti berikutnya bisa menambah jumlah variabel atau faktor lainnya seperti kepercayaan dan komitmen nasabah yang memiliki pengaruh terhadap *customer retention* sehingga bisa menutupi kekurangan yang terdapat di penelitian ini.
3. Kepada pembaca, diharapkan setelah melihat penelitian ini pembaca dapat memahami sedikit banyak seluk beluk perbankan syariah sehingga semakin menarik minatnya untuk menggunakan produk dan layanan bank syariah, khususnya Bank Muamalat demi tegaknya ekonomi berbasis syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusti, Metta Ehda. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Customer Retention (Studi Pada PT Adam Kota Bengkulu)." Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2019. [Http://Repository.Iainbengkulu.Ac.Id/3491/](http://Repository.Iainbengkulu.Ac.Id/3491/).
- Bahar, Fitri. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Atribut Produk Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo." Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2018. [Http://Repository.Iainpalopo.Ac.Id/Id/Eprint/209/](http://Repository.Iainpalopo.Ac.Id/Id/Eprint/209/).
- Barata, Atep Adya. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2003.
- Budiati, Wiji. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Switching Barrier Terhadap Retensi Pelanggan Pada Pt Bina Artha Venture Cabang Kebumen," 2016, 1–27. <https://Atto.Hu/Doc/362ca4b/1-Pengaruh-Kemudahan-Kepercayaan-Dan-Kualitas->.
- Departmen Agama RI. *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. Bandung: Diponegoro, 2010.
- Dewi, Chatrina Sari. "Analisis Penerapan Etika Deontologi Terkait Ketenagakerjaan Pada PT Trisakti Cipta Nusantara Di Surabaya - Jawa Timur." *Agora* 4, No. 2 (2016): 294–303. <https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/57175-ID-None.Pdf>.
- Djamil, Faturrahman. *Hukum Perjanjian Syariah Dalam Kompliasi Hukum Perikatan*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001.
- Fahmi, Moch. Choirul. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Di Toko Bursa Sajadah Surabaya." Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019. [Http://Digilib.Uinsby.Ac.Id/35949/2/Moch.ChoirulFahmi_G04214019.Pdf](http://Digilib.Uinsby.Ac.Id/35949/2/Moch.ChoirulFahmi_G04214019.Pdf).
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- . *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*. 4 Ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014.
- Haeruddin, Handayani. "Peran Bank Muamalat Dalam Mengatasi Rentenir Di Kota Palopo." *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam*

- Negeri Palopo*. Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2017.
[Http://Repository.Iainpalopo.Ac.Id/Id/Eprint/2396/1/Untitled.Pdf](http://Repository.Iainpalopo.Ac.Id/Id/Eprint/2396/1/Untitled.Pdf).
- Hamisa. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Perpustakaan IAIN Palopo Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah.” Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2018.
- Hanbal, Al-Imam Ahmad Bin. *Musnad Al-Imam Ahmad Bin Hanbal*. 1 Ed. Al-Qahirah: Dar Ar-Hadist, 1990.
- Handayani, Disfa Lidian. “Etika Bisnis Islam: Sebuah Kajian Komparatif.” *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 4, No. 1 (2019): 36.
[Https://Doi.Org/10.29300/Ba.V4i1.1852](https://doi.org/10.29300/Ba.V4i1.1852).
- Ibrahim, Andi, Asrul Haq Alang, Madi, Baharuddin, Muhammad Aswar Ahmad, Dan Darmawati. *Metodologi Penelitian*. Diedit Oleh Ilyas Ismail. 1 Ed. Gunadarma Ilmu, 2018. [Http://Repository.Uin-Alauddin.Ac.Id/12366/1/BUKU METODOLOGI.Pdf](http://Repository.Uin-Alauddin.Ac.Id/12366/1/BUKU%20METODOLOGI.Pdf).
- Indriantoro, Nur, Dan Bambang Supomo. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE, 1999.
- Irma. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BSI KCP Palopo Andi Djemma.” Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2021.
- Lestari, Vivi Indah. “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Pada PT . Bni Syariah Cabang Palembang.” Universitas Islam Negeri Raden Fatah, 2017. [Http://Eprints.Radenfatah.Ac.Id/1311/1/VIVI INDAH LESTARI %2814180219%29.Pdf](http://eprints.radenfatah.ac.id/1311/1/VIVI%20INDAH%20LESTARI%2014180219%29.Pdf).
- Lompoliuw, Trecya S. M., Riane J. Pio, Dan Roy F. Runtuwene. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Customer Retention Di PT. Erafone Mega Mall Manado.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 9, No. 1 (2019): 114.
[Https://Doi.Org/10.35797/Jab.9.1.2019.23707.114-121](https://doi.org/10.35797/Jab.9.1.2019.23707.114-121).
- Musfirah, Nur. “Pengaruh Etika Pelayanan Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Penguatan Tarif Transportasi Jasa Grab Di Kota Makassar.” Universitas Islam Negeri Alaudin, 2018.
- Nisa’, Hilmy Khoirotnun. “Pengaruh Etika Bisnis Islam Pedagang Pakaian Terhadap Tingkat Penjualan Di Pasar Legi Citra Niaga Jombang,” 2019.
[Http://Digilib.Uinsby.Ac.Id/33312/](http://digilib.uinsby.ac.id/33312/).
- Nurmila. “Pengaruh Etika Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank Muamalat Kota Palopo.” Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2018.

- Priyanto, Duwi. *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan Spss 20*. 1 Ed. Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2012.
- Putri, Melisa Wijaya, Kardinal, Dan Faradila Meirisa. “Analisis Pengaruh Customer Satisfaction, Customer Trust, Price Perception Dan Brand Image Terhadap Retention Telkomsel (Studi Kasus Pada Counter Agung Celuler Di Kecamatan Sukarami Palembang),” No. QS Economics (N.D.): 1–10. <https://123dok.com/document/Z3o12mez-Analisis-Customer-Satisfaction-Perception-Retention-Telkomsel-Kecamatan-Palembang.html>.
- Rosyadi, Muhammad Faiz. “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention (Studi Kasus Pada Bank BPD DIY Cabang Syariah).” Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2012. <https://docplayer.info/44172092-pengaruh-etika-bisnis-islam-terhadap-customer-retention-studi-kasus-pada-bank-bpd-diy-cabang-syariah.html>.
- Saputra, Fajar Andrianto, Dan Hari Susanta Nugraha. “Pengaruh Pelayanan Prima Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Layanan PT . Pos Indonesia Semarang),” N.D. <https://www.neliti.com/id/publications/106412/pengaruh-pelayanan-prima-dan-harga-terhadap-loyalitas-pelanggan-studi-pada-pelan>.
- Setiawan, Cruisietta Kaylana, Dan Sri Yanthy Yosepha. “Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Indonesia (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter @Thebodyshopindo) Cruisietta.” *Jurnal Ilmiah M-Progress* 10, No. 1 (2020): 1–9. File:///C:/Users/ZYREX/Downloads/371-683-1-SM.Pdf.
- Silvia, Febi. “Pelayanan Prima Dan Kepuasan Pelanggan Di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II.” *Pelayanan Prima Dan Kepuasan Pelanggan Di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II*, 2012, 1–12. <http://eprints.unm.ac.id/10107/>.
- Siregar, Sofian. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. 4 Ed. Bandung: Alfabet, 2013.
- Tangkilisan, Hessel Nogi S. *Manajemen Publik*. Jakarta: PT Grasindo, 2005.
- Utama, Katherine. “Customer Retention.” Binus University Business School, 2018. <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/08/29/customer-retention/>.
- Wirartha, I Made. *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi Dan Tesis*. Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2006.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Hasil Kuesioner Penelitian
3. Uji Validitas dan Reliabilitas
4. Hasil Uji Data Penelitian
5. Dokumentasi Penelitian
6. Surat Izin Penelitian
7. Halaman Persetujuan Pembimbing
8. Nota Dinas Pembimbing
9. Halaman Persetujuan Tim Penguji
10. Nota Dinas Penguji
11. Nota Dinas Tim Verifikasi
12. Kartu Kontrol
13. Berita Acara
14. Riwayat Hidup

IAIN PALOPO

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

PROFIL RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 Laki-Laki
 Perempuan
3. Usia :

KETERANGAN JAWABAN

Untuk menjawab pertanyaan berikut, silahkan disesuaikan dengan pengalaman anda selama menggunakan jasa dan layanan Bank Muamalat kota Palopo. Skala penilaian adalah sebagai berikut:

Singkatan	Keterangan	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
RR	Ragu-Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

PERTANYAAN PENELITIAN

1. Apakah anda memiliki rekening aktif di Bank Muamalat kota Palopo?
 Ya
 Tidak
2. Apakah anda pernah mengunjungi kantor Bank Muamalat kota Palopo?
 Ya
 Tidak

a. Pelayanan Prima

Alternatif Jawaban						
No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Sikap (<i>attitude</i>)						
1.	Pegawai bank muamalat kota palopo antusias mendengar dan memahami kebutuhan nasabah	5	4	3	2	1
2.	Pegawai bank muamalat kota palopo menanggapi keluhan setiap nasabah	5	4	3	2	1
Perhatian (<i>attention</i>)						
3.	Pegawai bank muamalat kota palopo menyediakan tempat bagi nasabah yang ingin memberikan kritik dan masukan bagi bank.	5	4	3	2	1
4.	Sekuriti bank muamalat kota palopo menanyakan keperluan dan mengarahkan nasabah sesuai dengan kebutuhannya	5	4	3	2	1
Aksi (<i>action</i>)						
5.	Terdapat evaluasi kinerja di bank muamalat kota palopo jika terdapat keluhan dan saran dari nasabah	5	4	3	2	1
6.	Bank muamalat kota palopo menjalin komunikasi yang baik dengan nasabah melalui respon dan tanggapan pegawai	5	4	3	2	1
Kinerja (<i>ability</i>)						
7.	Pegawai Bank Muamalat kota Palopo mampu melayani dan memelihara hubungan dengan nasabah	5	4	3	2	1
8.	Pegawai Bank Muamalat kota Palopo mampu berkomunikasi secara efektif dengan cara diskusi dan pemberian motivasi pada nasabah serta membina hubungan organisasi	5	4	3	2	1
Penampilan (<i>appearance</i>)						
9.	Terdapat prosedur dalam berpakaian di Bank Muamalat kota Palopo	5	4	3	2	1

10.	Pakaian yang digunakan pegawai Bank Muamalat kota Palopo dapat merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas pegawai	5	4	3	2	1
Tanggung Jawab (accountability)						
11	Terdapat keberpihakan pada kenyamanan dan kepuasan nasabah melalui peningkatan kinerja, layanan, dan visi misi di Bank Muamalat Kota Palopo	5	4	3	2	1
12	Terdapat kepedulian terhadap nasabah di Bank Muamalat Kota Palopo yang tercermin melalui upaya untuk meminimalisir kerugian dan ketidakpuasan nasabah	5	4	3	2	1

b. Etika Bisnis Islam

Alternatif Jawaban						
No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Keadilan						
1.	Bank Muamalat kota Palopo memberikan pelayanan yang setara pada setiap nasabah	5	4	3	2	1
2.	Apabila terjadi pelanggaran dalam isi perjanjian baik Bank Muamalat kota Palopo ataupun nasabah dapat menuntut pihak yang ingkar ke pengadilan untuk dapat mematuhi perjanjian awal	5	4	3	2	1
Kehendak Bebas						
3.	Nasabah Bank Muamalat kota Palopo diberikan kebebasan dalam memilih produk dan layanan sesuai dengan kebutuhannya	5	4	3	2	1
4.	Nasabah Bank Muamalat kota Palopo diberikan kebebasan dalam memilih akad yang akan digunakan pada produk yang di pilih	5	4	3	2	1
Tanggung jawab						
5.	Bank Muamalat kota Palopo bersedia menanggung risiko ganti rugi jika terjadi kehilangan pada dana nasabah	5	4	3	2	1
6.	Jika terjadi masalah, pegawai Bank Muamalat kota Palopo memberikan solusi yang tidak merugikan kedua belah pihak	5	4	3	2	1
Kebenaran						
7.	Setiap pencatatan yang terjadi di Bank Muamalat kota Palopo dilakukan sesuai dengan data real	5	4	3	2	1

8.	Bank Muamalat kota Palopo memberikan informasi yang jelas mengenai produk dan akad-akad yang digunakan	5	4	3	2	1
----	--	---	---	---	---	---

c. Customer Retention

Alternatif Jawaban						
No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Kesetiaan terhadap produk						
1.	Saya termasuk nasabah yang rutin dan intens menggunakan jasa Bank Muamalat kota Palopo	5	4	3	2	1
2.	Saya menggunakan produk Bank Muamalat kota Palopo dengan tujuan jangka panjang	5	4	3	2	1
Menyarankan orang lain untuk menggunakan produk tersebut						
3.	Saya bersedia merekomendasikan Bank Muamalat kepada keluarga dan orang terdekat saya	5	4	3	2	1
Word of mouth						
4.	Saya sering mendengar topik obrolan yang membahas Bank Muamalat di masyarakat sekitar saya	5	4	3	2	1
5.	Saya sering menemukan topik obrolan yang membahas Bank Muamalat di internet dan media sosial	5	4	3	2	1
Pernyataan positif tentang produk						
6.	Pegawai Bank Muamalat kota Palopo menjunjung tinggi nilai, adab dan etika saat melayani nasabah	5	4	3	2	1
7.	Saya bersedia membagikan pengalaman baik saya dalam menggunakan produk dan layanan Bank Muamalat kota Palopo kepada orang sekitar saya	5	4	3	2	1

Lampiran 2 Hasil Kuesioner Penelitian

R E S P O N D E N	BUTIR PERTANYAAN																														
	PELAYANAN PRIMA (X1)													ETIKA BISNIS ISLAM (X2)								CUSTOMER RETENTION (Y)									
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	TOTAL	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	TOTAL	
1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	35
2	5	5	4	5	3	4	5	5	4	5	2	3	41	4	3	4	4	4	3	3	3	28	2	3	3	2	3	4	4	21	
3	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	3	44	5	5	5	4	5	5	5	5	39	1	1	5	4	4	5	4	24	
4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	45	4	4	4	4	4	4	5	5	34	4	4	4	3	3	4	4	26	
5	4	5	4	4	3	3	4	3	4	5	4	4	38	4	5	5	4	3	3	3	5	32	4	4	5	4	4	5	5	31	
6	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	39	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	4	3	3	4	4	24	
7	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	30	4	3	4	3	4	4	4	4	30	3	3	4	3	4	4	4	25	
8	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42	4	5	4	4	4	4	4	4	33	2	4	4	3	5	5	5	28	
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	4	5	5	30	
10	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	40	4	4	5	5	4	4	4	4	34	3	3	4	1	4	4	4	23	
11	4	5	4	4	4	5	5	5	2	4	4	4	44	5	4	4	5	3	4	4	5	34	4	4	4	5	3	4	5	29	

12	5	4	5	3	5	5	4	5	4	5	4	3	4	3	5	4	4	5	4	5	3	3	33	4	3	4	5	4	4	5	29
13	5	5	5	5	5	3	5	4	2	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	33	3	4	4	3	5	5	5	29
14	4	4	4	3	4	4	5	4	2	5	3	4	3	9	4	4	5	5	4	4	4	5	35	3	4	4	3	3	4	5	26
15	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	0	4	3	5	4	3	4	4	31	4	4	4	3	3	4	5	27
16	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	33	4	4	5	5	3	5	5	31	
17	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	6	5	5	4	4	4	4	2	3	31	5	4	4	5	4	3	5	30
18	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	26	4	4	3	3	2	4	5	25
19	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	0	4	4	3	5	4	4	3	5	32	4	3	4	3	4	4	4	26
20	4	5	4	4	4	5	5	3	2	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	32	5	5	4	5	5	4	5	33	
21	3	3	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	0	4	3	4	4	5	5	3	4	32	4	4	4	4	3	3	3	25
22	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	5	2	5	3	4	5	4	3	3	4	31	4	5	5	4	3	4	4	29
23	4	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	8	4	3	3	4	5	3	4	30	3	4	4	3	4	4	5	27
24	4	3	4	5	4	5	4	4	2	4	4	4	4	1	4	5	4	4	4	3	5	4	33	4	4	4	5	5	5	4	31
25	4	3	3	4	4	5	3	4	3	4	3	4	3	7	4	3	4	3	3	3	4	4	28	3	4	4	4	3	4	5	27
26	4	3	4	4	4	4	5	5	2	4	2	3	3	8	3	4	4	5	3	4	4	5	32	2	3	3	4	5	5	4	26

27	5	4	4	4	4	5	5	5	3	4	3	3	4	2	3	3	5	5	3	4	4	4	31	3	3	4	3	5	5	4	27
28	5	4	4	5	4	3	5	5	3	5	4	3	4	2	5	5	4	4	3	4	3	5	33	4	3	3	4	4	5	4	27
29	5	4	4	5	3	3	5	5	2	3	3	3	4	0	4	3	5	5	4	4	3	4	32	3	3	3	4	4	4	3	24
30	5	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	5	4	1	4	5	5	4	5	5	4	4	36	4	5	3	3	4	4	5	28
31	5	4	5	5	4	3	4	4	5	4	3	3	4	0	4	4	5	4	3	4	4	5	33	3	3	3	4	4	4	4	25
32	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	3	3	8	4	3	4	3	4	4	4	5	31	3	3	4	5	3	4	4	26
33	5	5	5	4	5	5	3	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	4	35	4	4	4	4	4	5	4	29
34	5	5	5	3	5	3	5	5	4	5	5	5	4	6	5	5	5	4	5	3	5	5	37	5	5	4	5	4	5	5	33
35	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	9	4	4	4	5	5	5	5	5	37	3	4	4	3	2	4	4	24
36	5	4	4	3	4	3	5	3	4	4	4	3	3	8	5	5	3	4	5	3	3	2	30	4	3	3	3	4	3	3	23
37	4	4	3	5	4	4	3	3	4	4	2	4	4	6	5	3	4	4	4	4	4	3	31	2	4	4	3	3	4	3	23
38	4	4	5	3	5	3	5	4	5	5	5	5	4	3	5	5	5	3	4	4	4	5	35	5	5	4	4	5	5	5	33
39	4	5	4	4	3	4	3	5	3	4	4	3	3	9	4	4	3	5	3	4	4	3	30	4	3	4	4	3	4	3	25
40	4	5	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	9	5	3	4	4	3	4	3	4	30	4	4	5	3	3	4	5	28
41	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	6	5	5	5	3	5	3	5	5	36	4	4	4	4	4	5	5	30

42	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	8	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	4	3	5	4	4	4	28
43	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	0	4	4	5	4	3	3	4	4	31	4	4	5	4	3	4	4	28
44	4	5	3	4	5	3	4	4	4	4	3	3	3	8	4	4	3	4	4	4	4	4	31	3	3	3	3	4	3	4	23	
45	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	2	5	4	3	4	4	4	4	4	32	4	5	4	4	4	4	4	29	
46	4	4	3	4	4	4	4	3	1	4	3	3	3	6	2	4	5	5	4	4	4	4	32	3	3	3	5	4	4	5	27	
47	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	7	5	5	5	4	5	4	5	5	38	5	4	4	4	5	5	5	32	
48	3	4	3	5	4	3	3	4	3	3	3	4	4	6	3	5	4	4	4	5	3	3	31	3	4	4	4	5	4	3	27	
49	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	2	4	4	9	4	4	4	4	3	4	4	4	31	2	4	4	4	4	4	4	26	
50	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	3	4	4	4	32	4	4	4	4	3	3	4	26	
51	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	9	4	4	5	4	3	4	4	4	32	3	3	4	4	4	5	4	27	
52	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	7	5	5	4	5	4	5	4	5	37	5	5	5	4	5	4	5	33	
53	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	1	4	4	3	4	4	4	3	4	30	4	4	4	5	4	4	4	29	
54	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	3	3	3	4	5	5	5	4	5	3	5	5	37	3	3	5	4	4	5	4	28	
55	4	4	5	5	4	5	5	5	3	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	3	4	5	4	5	5	30	
56	4	4	3	4	4	5	4	3	2	5	4	4	4	9	4	4	5	5	4	3	4	4	33	4	4	3	4	3	4	3	25	

57	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	7	5	4	5	4	5	5	5	4	37	4	5	4	4	4	5	5	31
58	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	6	4	4	4	5	3	4	3	4	31	3	3	4	3	5	3	4	25
59	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	6	5	4	5	4	5	4	5	4	36	5	5	5	4	4	3	4	30	
60	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	9	4	4	5	4	4	4	4	5	34	4	4	4	4	5	4	4	29	
61	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	3	9	3	3	5	3	4	5	5	3	31	4	3	3	4	4	3	4	25	
62	3	4	3	4	4	5	5	4	3	3	3	5	0	5	4	4	3	4	5	3	3	31	3	5	4	4	4	4	5	29	
63	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	5	35	4	5	4	4	3	4	4	28	
64	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	0	4	5	5	3	4	5	4	4	34	3	4	4	4	5	4	4	28	
65	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	7	4	4	4	3	5	4	4	4	32	4	5	5	3	3	4	3	27	
66	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	1	4	4	4	4	3	5	4	4	32	4	3	4	5	5	5	3	29	
67	5	4	4	4	5	3	5	4	3	4	4	4	2	3	4	4	5	3	4	4	4	31	4	4	5	5	3	4	4	29	
68	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	6	5	4	5	3	4	5	5	5	36	5	4	3	4	5	3	5	29	
69	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	6	5	4	5	5	4	5	5	5	38	4	5	5	4	4	5	5	32	
70	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	6	4	5	4	5	3	5	5	5	36	4	4	4	3	5	5	4	29	
71	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	5	5	5	35	4	4	4	4	4	5	4	29	

72	5	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	2	4	5	5	4	4	4	5	5	36	4	4	4	4	5	5	4	30	
73	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	0	4	4	4	5	3	4	4	4	32	4	4	4	3	4	4	4	27
74	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	0	4	4	5	3	4	3	4	4	31	4	4	4	5	5	4	4	30	
75	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	8	4	5	4	4	5	4	5	5	36	5	5	5	3	4	5	5	32
76	4	4	4	4	4	5	3	5	3	3	4	4	4	1	4	4	3	4	3	4	4	4	30	4	4	5	4	5	4	4	30	
77	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	30	5	4	5	4	4	4	4	30	
78	4	5	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	1	4	4	4	3	5	4	5	4	33	4	4	4	5	4	3	5	29	
79	4	4	4	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	4	3	4	4	3	4	4	5	31	4	5	4	4	3	5	5	30	
80	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	6	5	3	5	4	5	5	5	5	37	4	4	5	4	4	5	3	29	
81	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	6	5	3	5	3	4	5	5	5	35	4	4	5	4	5	3	5	30	
82	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	8	4	3	4	4	4	4	3	30	4	4	4	4	3	4	3	26	
83	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	6	5	5	4	5	4	4	3	4	34	4	4	5	4	3	4	5	29	
84	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	9	5	5	4	5	4	5	5	38	4	4	5	5	4	5	5	32	
85	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	5	35	4	4	4	3	4	5	4	28	
86	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	38	5	4	5	4	5	5	5	33	

87	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	35	5	5	4	4	5	4	4	31		
88	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	8	5	5	4	4	5	5	4	5	37	5	5	4	4	4	5	4	31	
89	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	33	4	4	4	3	5	4	4	28		
90	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	9	4	4	3	4	4	5	3	3	30	4	4	5	5	4	3	3	28
91	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	8	5	4	4	4	5	5	5	5	37	5	5	3	3	5	5	5	31	
92	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	6	5	4	4	4	5	5	5	5	37	5	4	5	4	5	5	5	33	
93	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	36	5	5	5	4	4	4	4	31	
94	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	32	4	4	3	5	4	4	4	28	
95	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	3	3	8	3	3	5	4	4	4	4	4	31	4	3	4	4	4	4	5	28	
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	3	4	5	5	5	33	5	3	4	4	5	5	5	31	
97	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	2	5	5	5	4	3	3	5	4	33	4	4	5	4	4	5	4	30	
98	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	4	3	4	2	4	3	5	3	5	5	4	4	36	4	3	4	4	4	4	5	28	
99	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	3	4	1	5	5	4	3	5	4	4	4	34	5	3	4	4	4	4	4	28	
100	4	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	30	4	5	4	5	4	5	5	32	

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

No	Variabel	Item	R-hitung	R-tabel	Keterangan
1.	Pelayanan	1	0.8603334	0,632	Valid
	Prima	2	0.66661	0,632	Valid
		3	0.8603334	0,632	Valid
		4	0.8345749	0,632	Valid
		5	0.7902614	0,632	Valid
		6	0.7669467	0,632	Valid
		7	0.6487435	0,632	Valid
		8	0.7728373	0,632	Valid
		9	0.6370545	0,632	Valid
		10	0.8113718	0,632	Valid
		11	0.6524087	0,632	Valid
		12	0.6415132	0,632	Valid
2.	Etika Bisnis	1	0.90148	0,632	Valid
	Islam	2	0.7546974	0,632	Valid
		3	0.7053098	0,632	Valid
		4	0.6549305	0,632	Valid
		5	0.7808787	0,632	Valid
		6	0.8924328	0,632	Valid

No	Variabel	Item	R-hitung	R-tabel	Keterangan
		7	0.8280623	0,632	Valid
		8	0.7670911	0,632	Valid
3.	<i>Customer</i>	1	0.7237609	0,632	Valid
	<i>Retention</i>	2	0.7310313	0,632	Valid
		3	0.6418286	0,632	Valid
		4	0.7930358	0,632	Valid
		5	0.6594612	0,632	Valid
		6	0.7158857	0,632	Valid
		7	0.8666995	0,632	Valid

No	Variabel	<i>Cronbachs' Alpha</i>	Keterangan
1	PelayananPrima(X1)	0,924	Reliabel
2	Etika Bisnis Islam(X2)	0,905	Reliabel
3	<i>Customer Retention</i> (Y)	0,823	Reliabel

Lampiran 4 Hasil Uji Data Penelitian

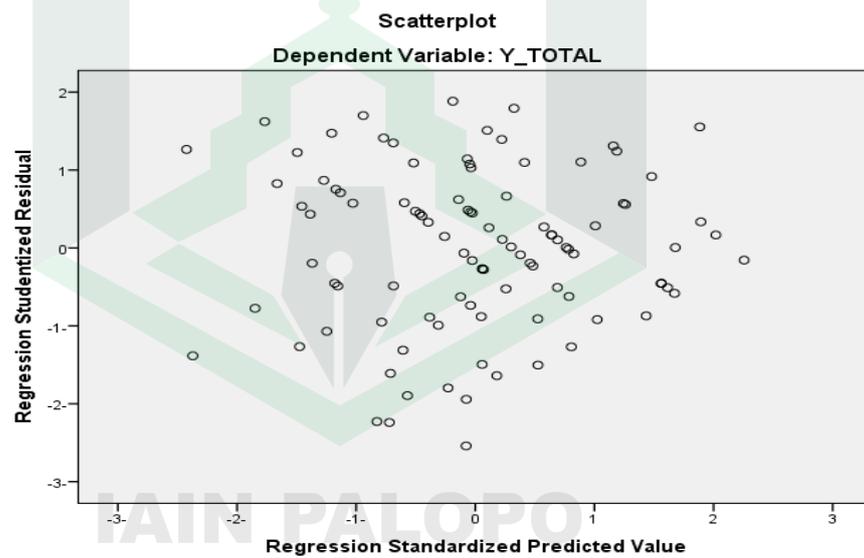
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	0
Parameter ^{a,b}	Std. Deviation	1.64712
	Absolut	0.055
MostExtreme	Positiv	0.031
Diferences	Negativ	-0.055
Test Statistic		0.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
customer retention *	Between Groups	348.445	19	18.339	3.730	0.000
	Linearity	257.967	1	257.967	52.470	0.000
	Deviation from Linearity	90.478	18	5.027	1.022	0.445
pelayanan prima	Within Groups	393.315	80	4.916		
	Total	741.760	99			

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
customer retention * etika bisnis islam	Between Groups	(Combined) Linearity	272.148	12	22.679	4.201	0.000
		Linearity	184.106	1	184.106	34.107	0.000
		Deviation from Linearity	88.042	11	8.004	1.483	0.153
	Within Groups		469.612	87	5.398		
	Total		741.760	99			



Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B		Beta			Tolerance	VIF	
1 (Constant)	7.197	2.859		2.517	0.01			
pelayanan prima	0.289	0.066	0.5	4.376	0.00	0.59	1.7	
etika bisnis islam	0.2	0.103	0.2	1.991	0.05	0.59	1.7	

a Dependent Variable: customer retention

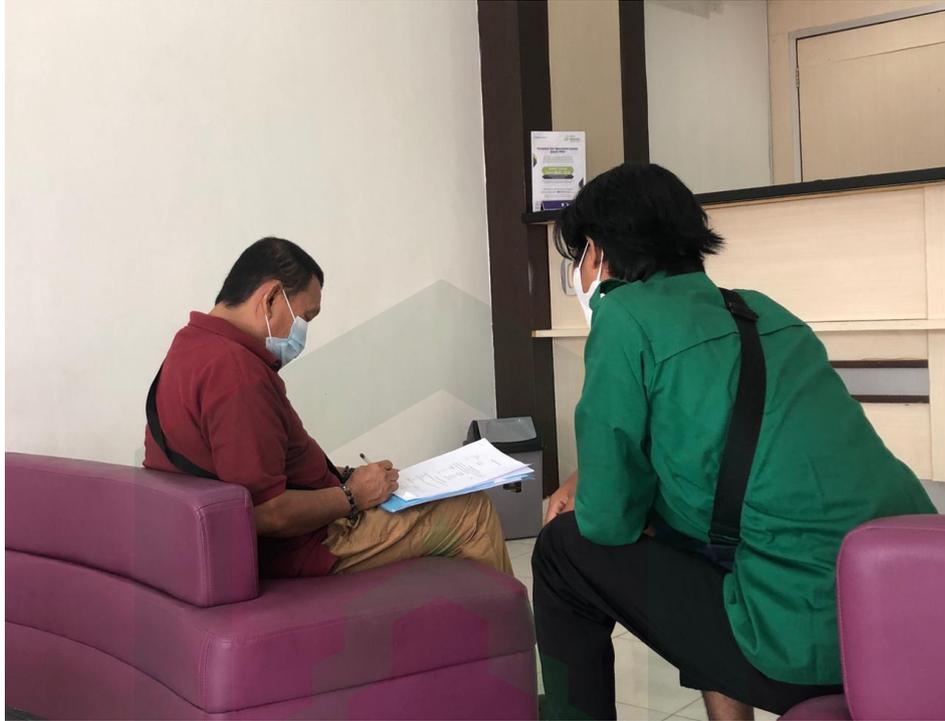
ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	276.049	2	138	28.748	.000b
	Residual	465.711	97	4.8		
	Total	741.76	99			

a Dependent Variable: customer retention
b Predictor: (Constan), etika bisnis Islam, pelayanan prima

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.799 ^a	0.638	0.597	1,737

a. Predictors: (Constant), etika bisnis islam, pelayanan prima
b. Dependent Variabel: customer retention

Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian







Lampiran 6 Surat Izin Penelitian


1 2 0 2 1 1 9 0 0 9 0 8 9 9

PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpn : (0471) 326048

ASLI **IZIN PENELITIAN**
NOMOR : 899/IP/DPMPSTP/XI/2021

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Mendagri Nomor 3 Tahun 28 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penderhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Pendelegasian Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Yang Diberikan Pelimpahan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama : M. NUR AKBAR
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat : Perum. Saudi Permai Kota Palopo
Pekerjaan : Mahasiswa
NIM : 17 0402 0089

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

PENGARUH PELAYANAN PRIMA DAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP CUSTOMER RETENTION NASABAH BANK MUAMALAT KOTA PALOPO

Lokasi Penelitian : BANK MUAMALAT CABANG PEMBANTU PALOPO
Lamanya Penelitian : 22 November 2021 s.d. 22 Januari 2021

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada **Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo**.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal : 24 November 2021
pl. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP

MUH. IHSAN ASHARUDDIN, S.STP, M.Si
Pangkat : Pembina Tk I
NIP : 19780611 199812 1 001

Tembusan :

1. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel;
2. Walikota Palopo;
3. Gendim 1403 S/112;
4. Kaljorei Palopo;
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo;
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo;
7. Instansi lain yang melaksanakan penelitian.

Lampiran 7 Halaman Persetujuan Pembimbing

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul "Pengaruh Pelayanan Prima dan Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Nasabah Bank Muamalat Kota Palopo".

Yang ditulis oleh:

Nama : M. Nur Akbar
NIM : 17 0402 0069
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing



Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc.

Tanggal:

IAIN PALOPO

Lampiran 8 Nota Dinas Pembimbing

Nur Ariani Aqidah, SE., M. Sc.

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp. :
Hal : skripsi an. M. Nur Akbar
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini:

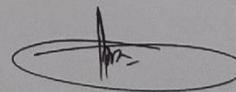
Nama : M. Nur Akbar
NIM : 17 0402 0069
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Pelayanan Prima dan Etika Bisnis Islam Terhadap *Customer Retention* Nasabah Bank Muamalat Kota Palopo

menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk untuk proses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Pembimbing



Nur Ariani Aqidah, SE., M. Sc.

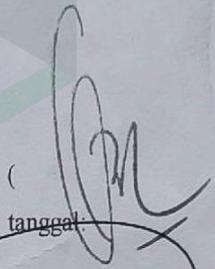
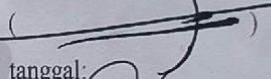
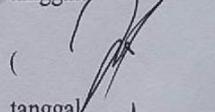
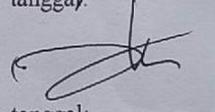
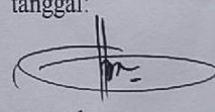
Tanggal:

Lampiran 9 Halaman Persetujuan Tim Penguji

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Pengaruh Pelayanan Prima dan Etika Bisnis Islam Terhadap *Customer Retention* Nasabah Bank Muamalat Kota Palopo yang ditulis oleh M. Nur Akbar Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0402 0069, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Jumat, 4 Maret 2022 bertepatan dengan 1 Sya'ban 1443 telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
(Ketua Sidang/Penguji) ()
tanggal: _____
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A
(Sekretaris Sidang/Penguji) ()
tanggal: _____
3. Dr. Takdir, S.H., M.H.
(Penguji I) ()
tanggal: _____
4. Abd. Kadir Arno, S.E.Sy., M.Si.
(Penguji II) ()
tanggal: _____
5. Nur Ariani Akidah, S.E., M.Sc.
(Pembimbing/Penguji) ()
tanggal: _____

Lampiran 10 Nota Dinas Tim Penguji

Dr. Takdir, SH., M.H.
Abd. Kadir Arno, Se.Sy., M.Si.
Nur Ariani Aqidah, Se., M. Sc.

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp. :
Hal : skripsi an. M. Nur Akbar
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu'alaikum wr. wb.

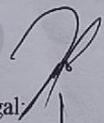
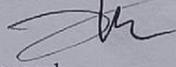
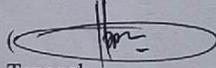
Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama	: M. Nur Akbar
NIM	: 17 0402 0069
Program Studi	: Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: Pengaruh Pelayanan Prima dan Etika Bisnis Islam Terhadap <i>Customer Retention</i> Nasabah Bank Muamalat Kota Palopo

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

1. Dr. Takdir SH., M.H. Penguji I	() Tanggal:
2. Abd. Kadir Arno, SE.Sy., M.Si. Penguji II	() Tanggal:
3. Nur Ariani Aqidah, SE., M. Sc. Pembimbing Utama	() Tanggal:

Lampiran 11 Nota Dinas Tim Verifikasi

TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO

NOTA DINAS

Lamp. :
Hal :

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di
Palopo

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : M. Nur Akbar
NIM : 17 0402 0069
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Pelayanan Prima dan Etika Bisnis Islam Terhadap *Customer Retention* Nasabah Bank Muamalat Kota Palopo

menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wasalamu 'alaikum wr. Wb.

Tim Verifikasi

1. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., MA.
Tanggal:

2. Purnama Sari, S.E.

Tanggal: 4 April 2022

()
()

Lampiran 12 Kartu Kontrol



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Bitti Kota Palopo 91914 Telepon 085243175771
 Email: febi@iainpalopo.ac.id; Website: https://febi.iainpalopo.ac.id/

KARTU KONTROL SEMINAR HASIL SKRIPSI

Nama : M. NUR AKBAR
 NIM : 17 0402 0069
 Prodi : PERBANKAN SYARIAH

NO	HARI/TGL	NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF PIMPINAN UJIAN	KET.
1	07/04/2021	Muh. Irwan	Tinjauan Prinsip Syariah Pada Kartu Ib Hasanah Card Bisnis Palopo		
2	07/04/2021	Aisyah A. Haeruddin	Implementasi Pembiayaan Murabahah Di Bsm Palopo		
3	22/04/2021	Sakina Ramadhani	Pengertian Pengetahuan Terhadap Perilaku Nasabah Pada Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Febi)		
4	22/04/2021	Syamsinar	Pengaruh Produk Arrun Bpkb Dan Produk Tasjily Terhadap Peningkatan Skala Usaha Umkm		
5	28/07/2021	Ernawati	Analisis Kepatuhan Zakat Pada Perusahaan Di Kota Palopo		
6	12/07/2021	Muhammad Ikram	Pengaruh Religiusitas Dan Kearifan Lokal Terhadap Etos Kerja Karyawan Bsi Kota Palopo		
7	12/07/2021	Chici Oktaviani	Pengaruh Sistem Antrian Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bsi Kota Palopo		
8	12/07/2021	Sudirman Agussalim	Analisis Pengukuran Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah Di Indonesia Menggunakan Metode Shariah Conformity And Profitability Model		
9	13/07/2021	Melati	Analisis Interaksi Nasabah Di Bank Syariah Pada Saat Pandemi Covid-19		
10	13/07/2021	Ismawati Pamimmi	Pengaruh Dana Pihak Ketiga Terhadap Profitabilitas Bank Syariah Indonesia Selama Pandemi Covid-19		



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Amran M., M.M.
 NIP. 1961020811994032001

NB.:

- Kartu ini dibawa setiap mengikuti ujian
- Setiap mahasiswa wajib mengikuti minimal 5 kali seminar sebelum seminar hasil.

Lampiran 13 Berita Acara



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JL. Bitti No. Balandai Kota Palopo Telp (0471) 22076
E-mail: febi@iainpalopo.ac.id Website: https://febi.iainpalopo.ac.id

BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH

Pada hari ini Selasa tanggal 12 bulan April tahun 2022 telah dilaksanakan Ujian Munaqasyah mahasiswa (i):

Nama : M. Nur Akbar
NIM : 17 0402 0069
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Pelayanan Prima dan Etika Bisnis Islam terhadap Customer Retention Nasabah Bank Muamalat Kota Palopo

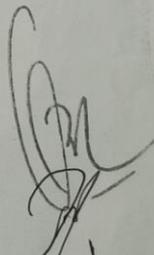
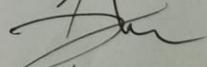
Dinyatakan **LULUS UJIAN / TIDAK LULUS** dengan **NILAI 93**.....dan masa perbaikan..... pekan/bulan.

Dengan Hasil Ujian:

- | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Skripsi diterima tanpa perbaikan |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Skripsi diterima dengan perbaikan |
| <input type="checkbox"/> | Skripsi ditolak dan seminar ulang |

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M
(Ketua Sidang/Penguji)
2. Dr. Takdir, S.H., M.H
(Penguji I)
3. Abd. Kadir Arno, S.E.Sy., M.Si
(Penguji II)
4. Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc
(Pembimbing I/ Penguji I)

()
()
()
()

RIWAYAT HIDUP



M. Nur Akbar, lahir di Luwu Timur pada tanggal 24 April 1998. Penulis merupakan anak terakhir dari empat bersaudara dari pasangan suami istri sah secara hukum dan agama yaitu ayahnya bernama Jaimin dan ibunya Misnatin. Saat ini penulis masih tinggal di rumah orang tuanya di Blok A No. 22 Desa Libukan Mandiri Kec. Towuti Kabupaten Luwu Timur. Pendidikan dasar penulis diselesaikan tahun 2010 di SDN 156 Kalaena. Kemudian, di tahun yang sama melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Kalaena hingga kelas VII. Lalu dikarenakan orang tuanya pindah tempat tinggal, maka iapun harus ikut pindah sekolah ke SMPN 3 Towuti hingga lulus di tahun 2013. Di tahun yang sama pula penulis melanjutkan melanjutkan pendidikannya di SMAN 2 Towuti. Pada saat menempuh pendidikan di SMA, penulis masuk jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS). Setelah lulus SMA tahun 2016, penulis tidak langsung melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi melainkan ikut bekerja dengan kakaknya guna mencari modal tambahan untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Pada tahun 2017 penulis kembali melanjutkan pendidikannya di perguruan tinggi dan berhasil lolos seleksi Ujian Masuk Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (UM-PTKIN) dan diterima di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

contact person penulis: m_nurakbar_mhs17@iainpalopo.ac.id