

**PENGARUH *PROFIT SHARING* DAN PRODUK-PRODUK INOVATIF
BANK TERHADAP LOYALITAS NASABAH BSI PANYABUNGAN**



Oleh:

MARNI JUNISAH
NIM: 19150009

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI MANDAILING NATAL
(STAIN MADINA)**

2023

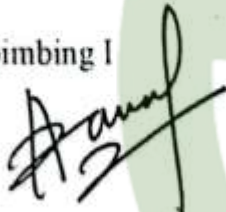
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama Marni Junisah, NIM. 19150009 dengan judul "PENGARUH PROFIT SHARING DAN PRODUK-PRODUK INOVATIF BANK TERHADAP LOYALITAS NASABAH BSI PANYABUNGAN" memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang Munaqasyah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Panyabungan, Agustus 2023

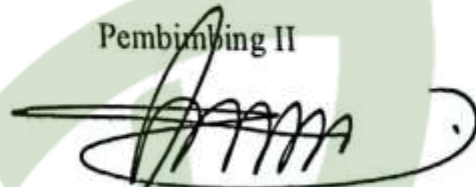
Pembimbing I



Azizatur Rahmah, M.E.

NIP. 199106082019032018

Pembimbing II



Tentiyo Suharto, M.H.


NIP. 198605122019081001

STAIN MADINA

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi ini berjudul "Pengaruh Profit Sharing dan Produk-Produk Inovatif Bank Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BSI Panyabungan" atas nama Marni Junisah, NIM 19150009, Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Program Sarjana Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal, pada tanggal 25 Agustus 2023.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

| No | Nama/NIP Penguji | Jabatan dalam Tim | Tanda Tangan | Tanggal Pesetujuan |
|----|--|------------------------------|--|--------------------|
| 1 | Tentiyo Suharto, M.H. NIP. 198605122019081001 | Ketua Sidang Penguji I |  | 13/10-2023 |
| 2 | Siti Kholijah, M.E. NIP. 199001282019032017 | Sekretaris Sidang Penguji II |  | 16/10/2023 |
| 3 | Erpiana Siregar, M.E. NIP. 198907072019032017 | Penguji III |  | 16/10-2023 |
| 4 | Azizatur Rahmah, M.E. NIP. 199106082019032018 | Penguji IV |  | 16/10-2023 |

Mandailing Natal, 2023

Mengetahui
Ketua STAIN Mandailing Natal

Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M. Ag
NIP. 197203132003121002



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Marnijunisah
NIM : 19150009
Tempat/Tgl. Lahir : Simangambat, 06 juni 2000
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jambur Padang Matinggi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **"PENGARUH PROFIT SHARING DAN PRODUK-PRODUK INOVATIF BANK TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BSI PANYABUNGAN"** adalah benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terjadi kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan seungguhnya.

Panyabungan, oktober 2023

Yang membuat pernyataan



MARNIJUNISAH
NIM. 19150009

ABSTRAK

Marni Junisah (NIM: 1915009). Pengaruh *Profit sharing* dan Produk-Produk Inovatif Bank terhadap Loyalitas Nasabah BSI Panyabungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Profit sharing* dan Produk-Produk Inovatif Bank terhadap Loyalitas Nasabah BSI Panyabungan. Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah BSI Panyabungan. Jumlah sampel penelitian ditentukan berdasarkan rumus Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. Sebanyak 110 orang dan dipilih dengan menggunakan teknik *probability sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis mean dengan menggunakan SPSS 26. Analisis data untuk hipotesis pertama menghasilkan $t_{hitung} 4.290 > t_{tabel} 1,982$ dan nilai sig $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan *profit sharing* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BSI Panyabungan. Hipotesis ke dua menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar $2.892 > t_{tabel} 1,982$ dan nilai sig $0,005 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan produk-produk inovatif berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI Panyabungan. Hipotesis ke tiga menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar $20.367 > t_{tabel} 1,982$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan *profit sharing* dan produk-produk inovatif berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI Panyabungan.

Kata Kunci : *Profit sharing*, Produk-Produk Inovatif, Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

Marni Junisah (srn: 1915009). The Influence of Profit Sharing and Innovative Bank Products on BSI Panyabungan Customer Loyalty. This research aims to determine the influence of Profit sharing and Innovative Bank Products on BSI Panyabungan Customer Loyalty. The population in this research is BSI Panyabungan customers. The number of research samples was determined based on the formula Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. A total of 110 people and was selected using probability sampling techniques. The analysis method used is mean analysis using SPSS 26. Data analysis for the first hypothesis produces a tcount of $4,290 > t_{table} 1.982$ and a sig value of $0.00 < 0.05$ so it can be concluded that profit sharing has a significant effect on BSI Panyabungan Customer Loyalty. The second hypothesis produces a tcount value of $2,892 > t_{table} 1.982$ and a sig value of $0.005 < 0.05$ so it can be concluded that innovative products have a significant effect on BSI Panyabungan customer loyalty. The third hypothesis produces a tcount value of $20,367 > t_{table} 1.982$ and a sig value of $0.000 < 0.05$ so it can be concluded that profit sharing and innovative products have a significant effect on BSI Panyabungan customer loyalty.

Keywords: Profit sharing, Innovative Products, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan ridha-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Profit sharing* dan Produk-Produk Inovatif Bank terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank BSI Panyabungan”. Shalawat beserta salam penulis sampaikan kepada Rasulullah Muhammad SAW sebagai suri tauladan dan rahmat bagi sekalian alam.


Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan yang banyak dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Azizatur Rahmah, M.E dan bapak Tentiyo Suharto, M.H sebagai pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, nasehat dan saran yang bermanfaat mulai dari penyusunan proposal, pelaksanaan penelitian sampai penyusunan skripsi ini.

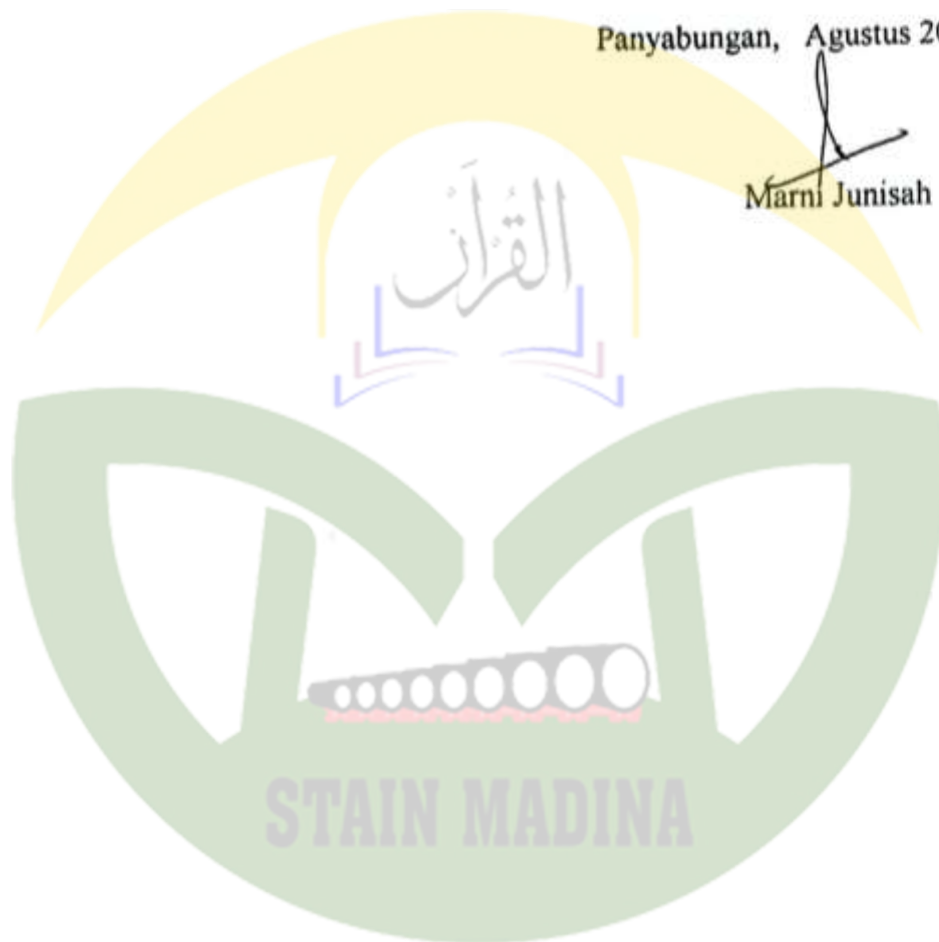
Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag sebagai Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Madina
2. Bapak Arwin, MA selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah
3. Ibu Siti Kholijah, M.E selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah
4. Ibu Azizatur Rahmah, M.E selaku pembimbing 1
5. Bapak Tentiyo Suharto, M.H selaku pembimbing 2
6. Bapak/Ibu Dosen staf pengajar dan staf administrasi di Program Studi Perbankan Syariah
7. Teristimewa untuk ayah, ibu yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil dalam menyelesaikan skripsi ini
8. Kepada suami dan anakku atas semua dukungan dan kesabarnnya dalam proses mengerjakan skripsi ini
9. Kakak, abang dan adek-adekku yang telah memberikan dorongan serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini
10. Teman-teman senasib seperjuangan dengan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, terutama teman-teman Prodi Perbankan Syariah.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat sebagai pedoman pelaksanaan serta aplikasi dilapangan nantinya. Selanjutnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang.

Panyabungan, Agustus 2023


Marni Junisah



DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI..... iii

DAFTAR TABEL vi

DAFTAR GAMBAR..... vii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang..... 1

B. Identifikasi Masalah..... 5

C. Batasan Masalah..... 5

D. Rumusan Masalah..... 6

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian..... 7

F. Devenisi Operasional Variabe..... 7

BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESISI

A.Landasan Teori 9

1.Bank 9

2.Bank Syariah 9

3.*Loyalitas Nasabah*..... 13

a.Pengertian *Loyalitas Nasabah*..... 13

b.Klasifikasi *Loyalitas Nasabah*..... 14

c.Tahapan *Loyalitas Nasabah*..... 16

d.Keuntungan *Loyalitas Nasabah*..... 19

e.Indikator *Loyalitas Nasabah*..... 21

f.Faktor yang Mempengaruhi *Loyalitas Nasabah* 22

3.Bagi Hasil (*Profit sharing*)..... 23

a.Pengertian *Profit sharing* 23

b.Jenis-Jeni *Profit sharing* 27

c.Indikator *Profit sharing*..... 31

4.Pengaruh *Profit Sharing* terhadap *Loyalitas Nasabah* ... 31

| | |
|--|----|
| 5. Produk Bank..... | 31 |
| a. Pengertian Produk Bank..... | 31 |
| b. Manfaat Produk Bank | 33 |
| c. Jenis Produk Bank Syariah Indonesia | 34 |
| d. Indikator Produk Inovatif..... | 37 |
| e. Pengaruh Produk Inovatif terhadap Loyalitas Nasabah | 38 |
| B. Penelitian Relevan | 39 |
| C. Kerangka Konseptual | 41 |
| D. Hipotesis | 42 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| A. Jenis Penelitian | 46 |
| B. Waktu dan Tempat Penelitian..... | 46 |
| C. Populasi dan Sampel..... | 46 |
| D. Jenis dan Sumber Data..... | 48 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 48 |
| F. Definisi Operasional Variabel | 49 |
| G. Teknik Analisis Data | 51 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian | 56 |
| 1. Sejarah Perusahaan..... | 56 |
| 2. Visi Dan Misi Perusahaan..... | 57 |
| 3. Struktur Organisasi Perusahaan | 58 |
| B. Hasil Analisis Data | 61 |
| 1. Uji Validitas | 61 |
| 2. Uji Reliabilitas..... | 63 |
| 3. Uji Prasyarat Analisis Asumsi Klasik | 64 |
| 4. Analisis Regresi Berganda | 67 |
| 5. Uji Hipotesis | 69 |
| C. Pembahasan | 71 |

BAB V PENUTUP

| | |
|-------------------|----|
| A.Kesimpulan..... | 73 |
| B.Saran | 73 |

| | |
|-----------------------------|-----------|
| DAFTAR PUSTAKA | 74 |
|-----------------------------|-----------|

LAMPIRAN

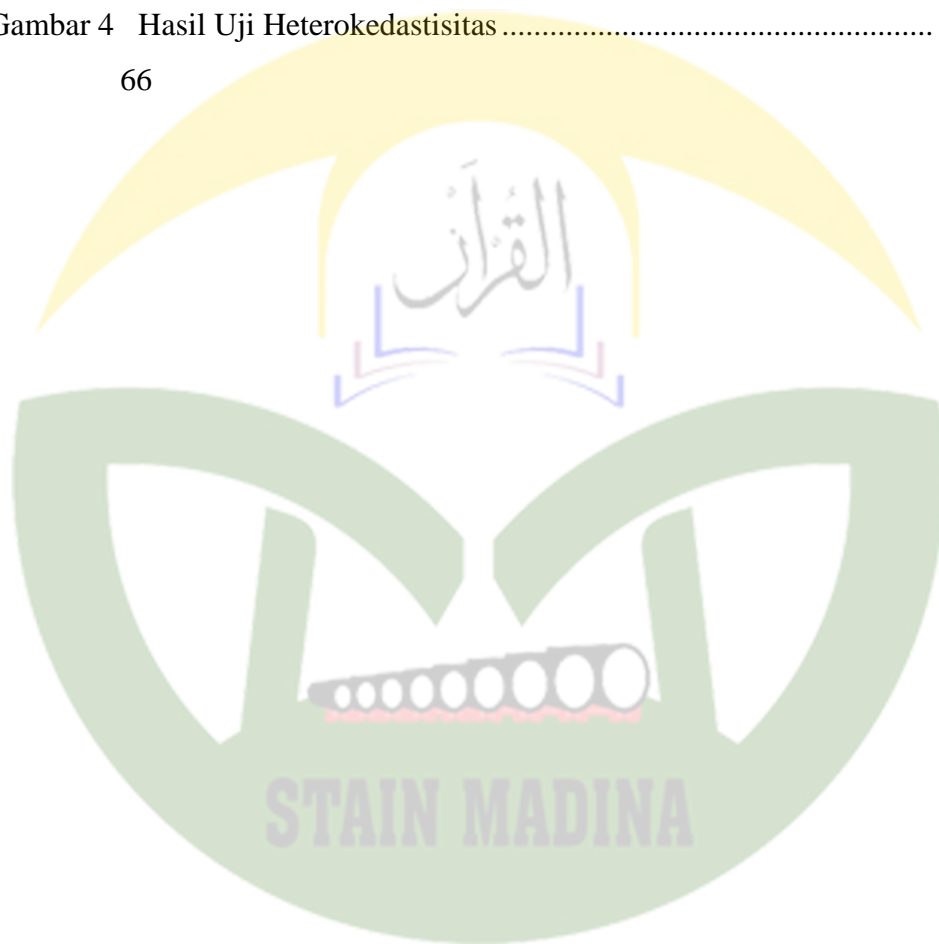


DAFTAR TABEL

| | | |
|----------|--|----|
| Table 1 | Alternatife Jawaban untuk Variabel X_1 , X_2 dan Y | 49 |
| Table 2 | Defenisi Operasional Variabel..... | 50 |
| Tabel 3 | Validitas Loyalitas Nasabah (Y)..... | 58 |
| Table 4 | Validitas <i>Profit Sharing</i> (X_1)..... | 59 |
| Table 5 | Validitas Produk Inovatif (X_2)..... | 60 |
| Tabel 6 | Tingkat Reliabilitas | 62 |
| Tabel 7 | Hasil Uji Reliabilitas | 62 |
| Tabel 8 | Deskripsi Jawaban Responden <i>Profit Sharing</i> (X_1) | 63 |
| Tabel 9 | Deskripsi Jawaban Responden <i>Produk Inovatif</i> (X_2) | 63 |
| Tabel 10 | Deskripsi Jawaban Responden Loyalitas Nasabah (Y)..... | 64 |
| Tabel 11 | Hasil Uji Multikolinearitas | 66 |
| Tabel 12 | Hasil Uji Regresi Berganda | 67 |
| Tabel 13 | Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 69 |
| Tabel 14 | Hasil Uji F | 69 |
| Tabel 11 | Hasil Uji t | 70 |

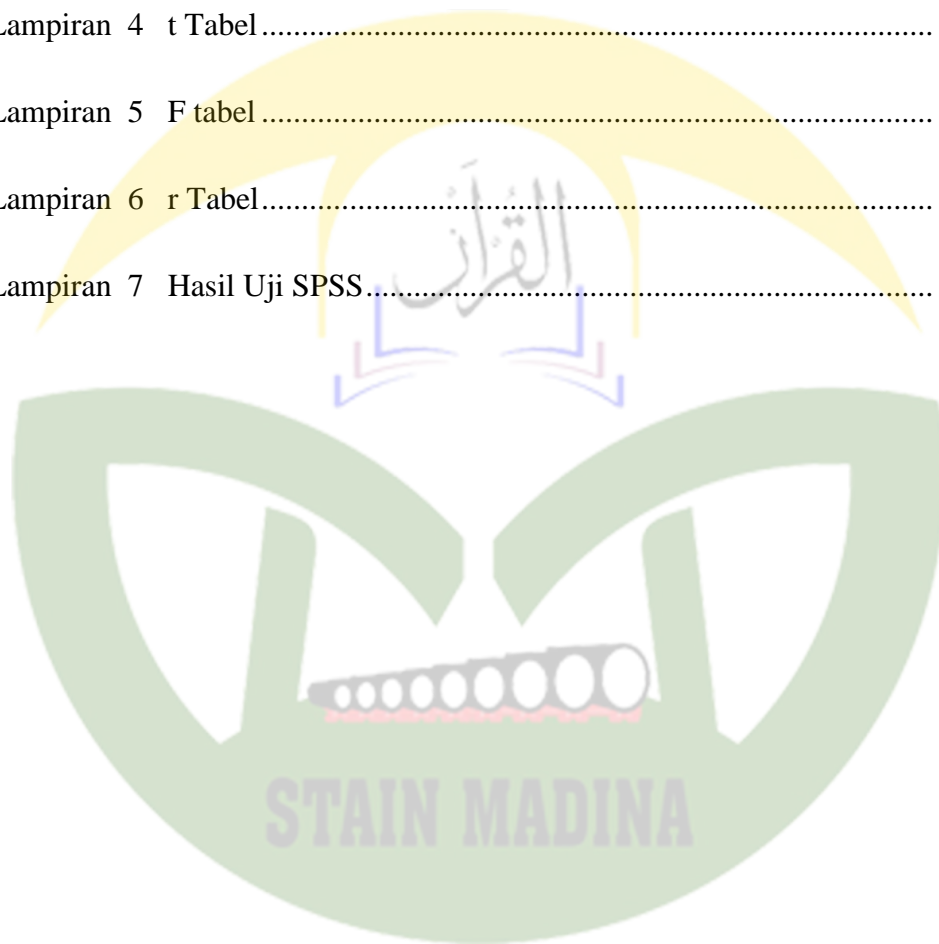
DAFTAR GAMBAR

| | | |
|----------|------------------------------------|----|
| Gambar 1 | Struktur Organisasi..... | 42 |
| Gambar 2 | Struktur Organisasi..... | 58 |
| Gambar 3 | Hasil Uji Normalitas | 65 |
| Gambar 4 | Hasil Uji Heterokedastisitas | 66 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|------------|---------------------------|----|
| Lampiran 1 | Angket Penelitian | 71 |
| Lampiran 2 | tabulasi Uji Coba | 74 |
| Lampiran 3 | Tabulasi Penelitian | 77 |
| Lampiran 4 | t Tabel | 86 |
| Lampiran 5 | F tabel | 87 |
| Lampiran 6 | r Tabel | 88 |
| Lampiran 7 | Hasil Uji SPSS | 89 |

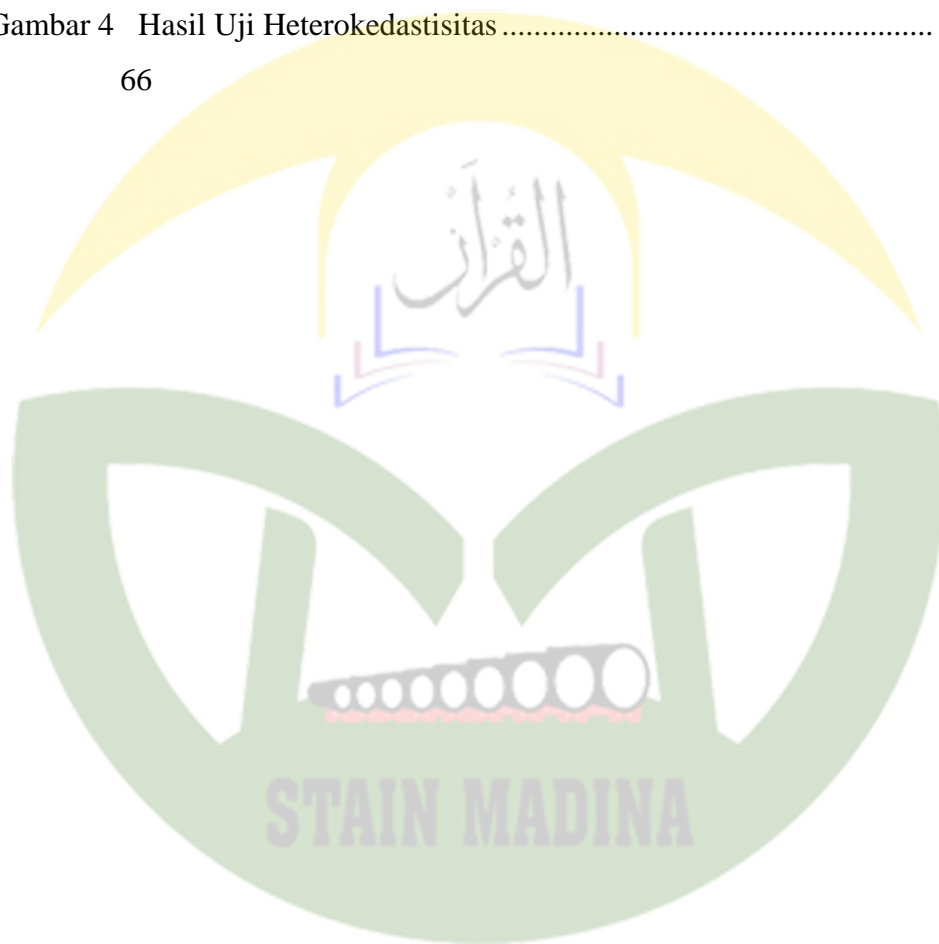


DAFTAR TABEL

| | | |
|----------|--|----|
| Table 1 | Alternatife Jawaban untuk Variabel X_1 , X_2 dan Y | 49 |
| Table 2 | Defenisi Operasional Variabel..... | 50 |
| Tabel 3 | Validitas Loyalitas Nasabah (Y)..... | 58 |
| Table 4 | Validitas <i>Profit Sharing</i> (X_1)..... | 59 |
| Table 5 | Validitas Produk Inovatif (X_2)..... | 60 |
| Tabel 6 | Tingkat Reliabilitas | 62 |
| Tabel 7 | Hasil Uji Reliabilitas | 62 |
| Tabel 8 | Deskripsi Jawaban Responden <i>Profit Sharing</i> (X_1) | 63 |
| Tabel 9 | Deskripsi Jawaban Responden <i>Produk Inovatif</i> (X_2) | 63 |
| Tabel 10 | Deskripsi Jawaban Responden Loyalitas Nasabah (Y)..... | 64 |
| Tabel 11 | Hasil Uji Multikolinearitas | 66 |
| Tabel 12 | Hasil Uji Regresi Berganda | 67 |
| Tabel 13 | Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 69 |
| Tabel 14 | Hasil Uji F | 69 |
| Tabel 11 | Hasil Uji t | 70 |

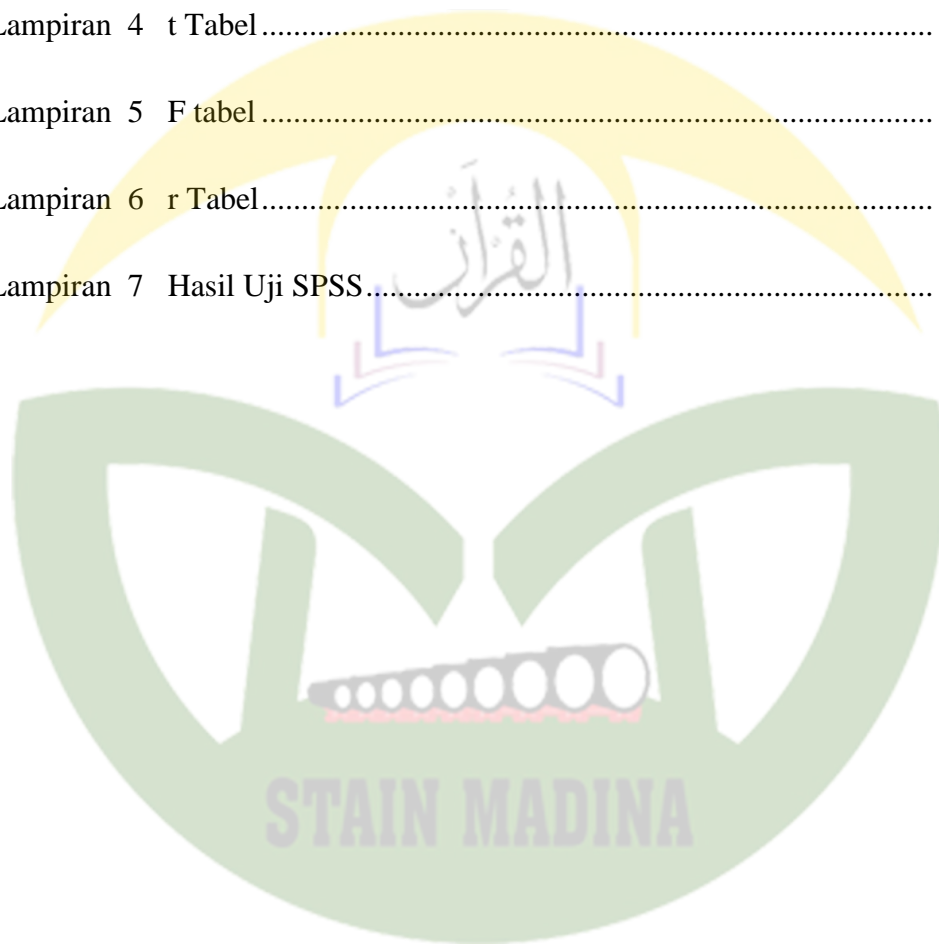
DAFTAR GAMBAR

| | | |
|----------|------------------------------------|----|
| Gambar 1 | Struktur Organisasi..... | 42 |
| Gambar 2 | Struktur Organisasi..... | 58 |
| Gambar 3 | Hasil Uji Normalitas | 65 |
| Gambar 4 | Hasil Uji Heterokedastisitas | 66 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|------------|---------------------------|----|
| Lampiran 1 | Angket Penelitian | 71 |
| Lampiran 2 | tabulasi Uji Coba | 74 |
| Lampiran 3 | Tabulasi Penelitian | 77 |
| Lampiran 4 | t Tabel | 86 |
| Lampiran 5 | F tabel | 87 |
| Lampiran 6 | r Tabel | 88 |
| Lampiran 7 | Hasil Uji SPSS | 89 |



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah. Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Perkembangan perbankan syariah di Indonesia menjadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi syariah. Bank Muamalat Indonesia sebagai bank syariah pertama dan pelopor bagi bank

Bank di Indonesia terbagi menjadi dua, yaitu bank syariah dan bank konvensional. Menurut UU RI No.7 Tahun 1992 tentang perbankan adalah “Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak” (Kasmir, 2000). Bank Konvensional adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank Konvensional pun memiliki berbagai keunggulan dan kelemahan. Bank syariah adalah bank atau tempat penyimpanan dana yang sesuai dengan hukum dan landasan agama Islam.

Bank ini banyak memberikan manfaat dan kemudahan bagi masyarakat, khususnya muslim. PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) resmi beroperasi pada 1 Februari 2021. BSI merupakan bank syariah terbesar di Indonesia hasil penggabungan (merger) tiga bank syariah dari Himpunan Bank Milik Negara (Himbara), yaitu: PT Bank BRI Syariah (BRIS), PT Bank Syariah Mandiri (BSM), dan PT Bank BNI Syariah (BNIS). Terobosan kebijakan pemerintah untuk melakukan merger tiga bank syariah ini diharapkan dapat memberikan pilihan lembaga keuangan baru bagi masyarakat sekaligus mampu mendorong perekonomian nasional (PT. BSI, 2022).

Adapun fenomena penggabungan ketiga Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan. Selain itu, merger bank syariah dinilai dapat lebih efisien dalam penggalangan dana, operasional, dan belanja. Melalui merger bank syariah ini diharapkan perbankan syariah terus tumbuh dan akan menjadi bank BUMN yang sejajar dengan bank BUMN lainnya sehingga bermanfaat dari sisi kebijakan dan transformasi bank.

Perbankan Syariah atau Perbankan Islam merupakan suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan syariah (hukum) Islam. Prinsip syariah ini mengatur perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan/atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang sesuai dengan syariah. Pada bank syariah, semua transaksi harus berdasarkan akad yang dibenarkan oleh syariah. Dengan demikian, semua transaksi itu harus mengikuti kaidah dan aturan yang berlaku pada akad muamalah syariah. Bank syariah menggunakan sistem bagi hasil yang merupakan keuntungan atau hasil yang diperoleh dari pengelolaan dana baik investasi maupun transaksi jual beli yang diberikan kepada nasabah dengan persyaratan perhitungan/nisbah bagi hasil.

Bagi hasil dalam sistem perbankan syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan di dalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad). Kalau tidak disepakati akad tersebut akan menjadi gharar (PT. BSI, 2022). Waktu dibagikannya bagi hasil harus disepakati oleh kedua belah pihak, misalnya pembagiannya setiap bulan, atau waktu yang telah disepakati. Adanya pengaplikasian nilai Islam dalam setiap aktivitas perbankan syariah yaitu perjanjian/akad yang dibuat antara bank syariah dengan nasabahnya, akan sangat mendukung proses perkembangan perbankan syariah ke depannya.

Penerapan nilai-nilai Islam pada bank syariah secara baik dan benar tentu saja akan mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Penerapan nilai Islam perlu menjadi perhatian penting bagi setiap bank syariah. Dengan penerapan nilai Islam tersebut, akan meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menempatkan dananya ataupun untuk menggunakan pembiayaan dari perbankan syariah. Semakin banyak masyarakat menempatkan dananya atau menggunakan pembiayaan dari bank syariah, itu menunjukkan masyarakat telah menjadi nasabah yang loyal pada bank syariah.

Sistem bagi hasil yang terdapat pada Bank Syariah menjadi salah satu faktor penentu terhadap loyalitas nasabah berdasarkan sistem *Profit sharing* terhadap loyalitas nasabah dalam segi kepercayaan dan kepuasan nasabah. Konsep loyalitas pelanggan dipahami sebagai kombinasi sikap senang pelanggan dan perilaku pembelian ulang. Berbicara tentang loyalitas nasabah bank syariah tentunya tidak terlepas dari tingkat kepuasan nasabah terhadap perhitungan/nisbah bagi hasil yang diberikan bank syariah kepada para nasabahnya. Nasabah yang merasa puas terhadap perhitungan/nisbah bagi hasil yang diberikan bank syariah, tentunya akan membeli ulang produk tersebut. Pembelian ulang yang terus menerus dari produk/jasa yang sama menunjukkan loyalitas nasabah terhadap produk tersebut (Rambat. 2013).

Nasabah yang merasa puas atas manfaat dari jasa perbankan syariah maka cenderung akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian, sehingga nasabah akan melakukan penggunaan jasa perbankan syariah kembali (menjadi nasabah yang loyal). Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan. Konsep loyalitas pelanggan dipahami sebagai kombinasi sikap senang pelanggan (*customer's favorable attitude*) dan perilaku pembelian ulang. Berbicara tentang loyalitas nasabah bank syariah tentunya tidak terlepas dari tingkat kepuasan nasabah terhadap produk dan pelayanan yang diberikan bank syariah kepada para nasabahnya (Ratih Hurriyati, 2005).

Nasabah yang merasa puas terhadap produk dan pelayanan yang diberikan bank syariah, tentunya akan membeli ulang produk tersebut. Pembelian ulang yang terus menerus dari produk yang sama menunjukkan loyalitas nasabah terhadap produk tersebut. Loyalitas nasabah terhadap produk ini sangat diharapkan bank syariah untuk meningkatkan volume dana pihak ketiga di samping adanya penambahan nasabah baru yang potensial. Jika dilihat dari sisi produknya mulai dari jenis, akad, deposito dan giro, perbankan syariah di Indonesia memiliki banyak persamaan. Akan tetapi yang membedakannya adalah bagaimana suatu bank syariah tersebut bisa memberikan keunggulan-keunggulan tersendiri bagi produk-produk yang mereka miliki, disamping itu bank-bank syariah juga harus tanggap dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan para nasabahnya melalui pelayanan yang prima agar mampu bersaing dengan baik. Tantangan yang dihadapi tentunya tidak ringan bagi perbankan syariah di Indonesia. Sebelum berusaha untuk memenuhi kebutuhan para nasabahnya, bank syariah terlebih dahulu harus bekerja keras untuk memahami dan memberikan informasi yang sangat jelas akan produk-produk yang mereka tawarkan serta berusaha untuk menciptakan keunggulan kompetitif.

Nasabah yang merasa puas atas manfaat dari jasa perbankan syariah maka cenderung akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian, sehingga

nasabah akan melakukan penggunaan jasa perbankan syariah kembali (menjadi nasabah yang loyal). Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku (Ratih Hurriyati. 2005).

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada *Profit sharing* dan produk-produk inovatif bank serta loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Panyabungan, dimana perusahaan yang berbasis syariah ini menggunakan sistem bagi hasil berbeda dengan bank konvensional yang memakai sistem bunga selain itu perusahaan perbankan akan mengalami kesulitan untuk berkembang jika perusahaan tersebut ditinggalkan oleh nasabahnya. Perusahaan perbankan terutama yang berbasis syariah harus memiliki strategi yang baik dalam memasarkan produknya karena bank syariah memakai sistem bagi hasil dan beberapa produk yang dapat menjaring konsumen untuk menjadi nasabahnya terutama dari perspektif atribut bank sehingga perusahaan dapat menang dalam persaingan dan dapat meningkatkan jumlah nasabahnya. Hal tersebut yang merupakan alasan penulis tertarik untuk meneliti bagaimana **“Pengaruh *Profit sharing* dan Produk-Produk Inovatif Bank terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank BSI Panyabungan”**

B. Identifikasi Masalah

1. Sistem *Profit sharing* Bank BSI yang berbeda dengan Bank lain.
2. Banyaknya produk inovatif bank BSI yang menumbuhkan minat masyarakat menjadi Nasabah Bank BSI Panyabungan.
3. Banyaknya Nasabah yang loyal terhadap Bank BSI Panyabungan.

C. Batasan Masalah

Permasalahan dalam penelitian yang akan dilakukan dibatasi pada Pengaruh *Profit sharing* Dan Produk-Produk Inovatif Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank BSI Panyabungan.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah *Profit sharing* berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Panyabungan?
2. Apakah produk Inovatif berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Panyabungan?
3. Apakah *profit sharing* dan produk inovatif berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Panyabungan?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan Penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Profit sharing* terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Panyabungan.
2. Untuk mengetahui pengaruh produk-produk Inovatif Bank terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Panyabungan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *profit sharing* dan produk inovatif terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Panyabungan.

Kegunaan Penelitian sebagai berikut:

1. Kegunaan praktis yaitu memberikan informasi dan masukan bagi perusahaan tentang nisbah bagi hasil dan produk-produk inovatif yang dapat mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah sehingga dapat menentukan kebijakan-kebijakan selanjutnya.
2. Kegunaan ilmiah yaitu sebagai bahan perbandingan dan referensi bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian dengan tema yang sama sehingga mampu menghasilkan penelitian-penelitian yang lebih baik.

F. Definisi dan Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang menjadi titik perhatian untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi kemudian ditarik kesimpulan. Dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini terdapat variabel dependen dan variabel independen, yakni :

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen disebut sebagai variabel terikat dalam bahasa Indonesia. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas atau merupakan hasil dari variabel bebas tersebut (Sugiyono, 2017). Loyalitas nasabah merupakan variabel terikat penelitian (Y). Loyalitas secara umum dapat didefinisikan sebagai kesetiaan terhadap suatu produk, baik barang atau jasa tertentu.

2. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam Bahasa Indonesia disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen pada penelitian ini adalah:

a. *Profit sharing* (X1)

Profit sharing adalah suatu sistem atau mekanisme usaha yang didalamnya mencakup kesepakatan antar setiap pihak guna membagikan keuntungan dari sistem (Cristopher dan Bryan, 2000). Keuntungan yang diperoleh dari setiap pihak ini berasal dari pendapatan bersih usaha. Sehingga, pendapatan tersebut setelah dikurangi dengan berbagai biaya bisnis lainnya, seperti biaya produksi sampai dengan biaya operasional.

b. Produk Bank (X2)

Produk pada perbankan merupakan faktor penentu terhadap ketertarikan nasabah untuk menabung pada perbankan tersebut. Alternatif pilihan bagi nasabah untuk menabung yaitu pada produk yang inovatif dan kreatif. Pada Perbankan Syari'ah juga memiliki keunikan pada produk yang akan ditawarkan dimana perbankan syari'ah lebih inovatif terhadap produk-produk yang ditawarkan, salah satunya yaitu pada produk penghimpunan dana yang ditawarkan dalam beberapa jenis seperti tabungan pada jenis tabungan yaitu, *mudharabah*, deposito *mudharabah* dan lainnya. Dan juga terdapat

jenis pembiayaan yang ditawarkan dalam beberapa jenis yaitu pembiayaan *murabahah*, *istishna*, *salam*, *ijarah*, *mudharabah*, *musyarakah* dan lain-lain (Lestari,A. M. 2015).

