

Currency:

Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

[Volume 05, Nomor 01](#), Juni 2026

ISSN: 2963-9387//e-ISSN: 2963-7465

ANALISIS PENGARUH RELIGIUSITAS DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PEMBIAYAAN DI BMT MASLAHAH CABANG PURWOSARI PASURUAN

¹A. Liaturro Fi'ah, ²Muhammad Fahmul Iltiham, ³Muhammad Mukhsinin Syu'aibi

¹²³Program Studi Ekonomi Syari'ah Universitas Yudharta Pasuruan

Email : [1aliaturrofiah11313@gmail.com](mailto:aliaturrofiah11313@gmail.com), [2fahmul.esy@yudharta.ac.id](mailto:fahmul.esy@yudharta.ac.id),

[3mukhsinin@yudharta.ac.id](mailto:mukhsinin@yudharta.ac.id)

ARTICLE INFO

Kata Kunci:

*Religiusitas;
Kepercayaan;
Loyalitas Nasabah;
BMT Maslahah.*

Cara Sitasi:

Penulis, A. Liaturro
Fi'ah, Muhammad
Fahmul Iltiham,
Muhammad
Mukhsinin Syu'aibi.
"Analisis Pengaruh
Religiusitas Dan
Kepercayaan
Terhadap Loyalitas
Nasabah Pada
Pembiayaan DI BMT
Maslahah Cabang
Purwosari Pasuruan."
Currency:
Jurnal Keuangan dan
Perbankan Syariah
[Volume 05, Nomor
01](#), Juni 2026

ABSTRACT

Ketatnya persaingan di sektor keuangan mikro syariah menuntut lembaga Baitul Maal wa Tamwil (BMT) untuk mempertahankan retensi nasabahnya melalui pendekatan emosional-spiritual sekaligus profesional-rasional. Studi ini bertujuan untuk menganalisis implikasi tingkat religiusitas dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada produk pembiayaan di BMT Maslahah Cabang Purwosari, Kabupaten Pasuruan. Penelitian kuantitatif deskriptif ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 50 responden nasabah aktif pembiayaan. Analisis data menggunakan regresi linier berganda melalui bantuan software SPSS. Hasil parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (t hitung = 2,963; Sig = 0,005), mengonfirmasi bahwa kesadaran anti-riba dan komitmen spiritual mengunci kesetiaan nasabah. Sejalan dengan itu, kepercayaan kelembagaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (t hitung = 3,482; Sig = 0,001), membuktikan bahwa transparansi akad dan tata kelola yang amanah efektif mereduksi persepsi risiko finansial. Secara simultan, kedua variabel tersebut memengaruhi loyalitas nasabah secara signifikan dengan koefisien determinasi (R Square) sebesar 61,5%. Studi ini menyiratkan bahwa pengintegrasian edukasi nilai syariah yang kuat serta pemeliharaan transparansi institusi yang tinggi menjadi prasyarat krusial bagi lembaga keuangan mikro syariah guna merawat retensi hubungan kemitraan jangka panjang di era digital.

The tight competition in the Islamic microfinance sector requires Baitul Maal wa Tamwil (BMT) institutions to maintain customer retention through emotional-spiritual and professional-rational approaches. This study aims to analyze the implications of religiosity and trust on customer loyalty among financing clients at BMT Maslahah Purwosari Branch, Pasuruan Regency. This descriptive quantitative research utilized a primary dataset gathered through questionnaires distributed to 50 active financing respondents. Data analysis was conducted using multiple linear regression via SPSS.

The partial results (t-test) indicated that religiosity has a positive and significant effect on customer loyalty (t count = 2.963; Sig = 0.005), confirming that anti-riba awareness and spiritual commitment lock customer retention. Similarly, institutional trust has a positive and significant effect on customer loyalty (t count = 3.482; Sig = 0.001), proving that transparency and credible governance effectively reduce financial risk perceptions. Simultaneously, both variables significantly affect customer loyalty with a determination coefficient (R Square) of 61.5%. The study implies that integrating robust sharia value education and maintaining high institutional transparency are crucial prerequisites for Islamic microfinance institutions to sustain long-term customer retention and competitive advantages in the digital era.

Pendahuluan

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia saat ini telah bertransformasi dari sekadar tren menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat Muslim. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, kesadaran akan pentingnya sistem ekonomi yang berkeadilan dan bebas dari praktik riba semakin meningkat. Fenomena ini mendorong lahirnya berbagai lembaga keuangan berbasis syariah yang bertujuan mengintegrasikan nilai-nilai spiritual ke dalam aktivitas material, sehingga tercipta ekosistem ekonomi yang tidak hanya mengejar profitabilitas, tetapi juga kemaslahatan umat secara luas (Putri, 2025). Di dalam struktur tersebut, Baitul Maal wat Tamwil (BMT) menempati posisi yang sangat strategis karena kedekatannya dengan lapisan masyarakat paling bawah. BMT berfungsi sebagai lembaga keuangan mikro yang mengoperasikan dua misi sekaligus, yaitu fungsi sosial (*Baitul Maal*) untuk pemberdayaan kaum dhuafa serta fungsi bisnis (*Baitul Tamwil*) untuk pembiayaan produktif. Karakteristik BMT yang fleksibel, mandiri, dan berorientasi pada kemitraan menjadikannya solusi utama bagi penguatan ekonomi masyarakat di tingkat akar rumput (Yaqin, 2021).

Wilayah Purwosari di Kabupaten Pasuruan merupakan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi mikro yang sangat dinamis. Wilayah ini memiliki karakteristik unik di mana perputaran modal didominasi oleh aktivitas perdagangan di pasar tradisional serta usaha kecil di area pemukiman padat penduduk. Mengingat Purwosari berada dalam lingkup budaya masyarakat yang religius, kebutuhan akan akses permodalan yang cepat, mudah, dan bersih dari unsur riba menjadi prioritas utama bagi para pelaku ekonomi lokal dalam menjalankan usahanya. BMT Masalahah Cabang Purwosari hadir sebagai jawaban atas tingginya permintaan modal berbasis syariah tersebut. Lembaga ini memiliki kedekatan emosional tersendiri dengan masyarakat Purwosari karena reputasinya yang besar dan akar sejarahnya yang kuat dengan dunia pesantren. Produk pembiayaan yang ditawarkan pun tidak sekadar dilihat sebagai instrumen pinjaman modal semata, melainkan sebagai bentuk ikhtiar untuk memperoleh keberkahan dalam berniaga, sesuai dengan slogan dan prinsip syariat yang dijalankan (Annahl & Pratama, 2021).

Meskipun memiliki basis massa yang kuat, BMT Masalahah Cabang Purwosari dihadapkan pada tantangan persaingan pasar yang sangat ketat di Purwosari. Saat ini, wilayah tersebut telah dipenuhi oleh berbagai penyedia jasa keuangan, mulai dari perbankan umum

yang memiliki program kredit mikro, hingga lembaga keuangan mikro konvensional dan koperasi simpan pinjam lainnya. Kondisi pasar yang jenuh (*saturated market*) ini memaksa setiap lembaga bersaing menawarkan berbagai kemudahan, mulai dari suku bunga atau bagi hasil yang kompetitif hingga kecepatan pencairan dana guna menarik minat nasabah (Adawiyah & Masse, 2024). Di tengah kepungan kompetitor tersebut, loyalitas nasabah menjadi aset yang jauh lebih berharga daripada perolehan nasabah baru. Loyalitas merupakan manifestasi dari kepuasan dan kepercayaan mendalam yang membuat nasabah enggan berpindah ke lembaga lain meskipun ditawarkan fasilitas yang serupa atau bahkan lebih menguntungkan secara finansial. Bagi BMT Maslahah, menjaga kesetiaan nasabah lama, terutama dari kalangan pedagang pasar yang memiliki frekuensi transaksi tinggi, adalah kunci utama untuk menjaga stabilitas likuiditas dan keberlanjutan operasional lembaga dalam jangka panjang (Sundari, 2021).

Faktor religiusitas diduga menjadi salah satu alasan fundamental mengapa nasabah di Purwosari tetap setia menggunakan produk pembiayaan di BMT Maslahah. Religiusitas bukan sekadar identitas, melainkan keyakinan internal yang memengaruhi setiap keputusan ekonomi seseorang. Masyarakat Purwosari yang kental dengan kultur religius cenderung mempertimbangkan aspek "halal-haram" dan "barokah" di atas segalanya. Keinginan untuk menjalankan perintah agama dengan menghindari praktik riba menjadi pengikat kuat yang membuat nasabah memilih bertahan di BMT Maslahah demi ketenangan batin dalam berbisnis (Kustrian et al., 2026). Selain aspek spiritual, kepercayaan (*trust*) menjadi pilar pendukung yang tidak kalah penting dalam membangun loyalitas. Kepercayaan nasabah tumbuh dari persepsi bahwa BMT Maslahah dikelola secara profesional, transparan, dan amanah. Dalam dunia keuangan mikro, rasa percaya seringkali dibangun melalui interaksi personal yang hangat antara petugas lapangan dengan nasabah. Ketika nasabah merasa modal dan usahanya berada di tangan yang tepat, maka akan tumbuh komitmen kerjasama jangka panjang yang sulit dipatahkan oleh pihak pesaing (Bilgies et al., 2025).

Meskipun secara teoretis religiusitas dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas, fenomena di lapangan menunjukkan adanya tantangan tersendiri, di mana desakan ekonomi dan penawaran dari lembaga konvensional yang lebih "menggiurkan" secara matematis sewaktu-waktu dapat menggoyahkan kesetiaan nasabah (Kustrian et al., 2026). Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam. Wahyoedi (2022) menemukan bahwa religiusitas memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah secara parsial. Sejalan dengan itu, Hayatul Maemunah (2021) membuktikan bahwa kepercayaan yang tinggi yang diiringi nilai religiusitas yang kuat mampu menciptakan loyalitas yang berkelanjutan. Namun, penelitian-penelitian tersebut mayoritas dilakukan pada perbankan syariah umum atau lembaga keuangan di wilayah urban yang berbeda.

Oleh karena itu, diperlukan sebuah kajian ilmiah empiris untuk membuktikan sejauh mana kekuatan religiusitas dan tingkat kepercayaan benar-benar mampu membentengi loyalitas nasabah, khususnya pada produk pembiayaan di lembaga keuangan mikro yang memiliki karakteristik kultural unik seperti BMT. Berdasarkan seluruh uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh religiusitas dan kepercayaan, baik secara parsial maupun simultan (bersama-sama), terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan di BMT Maslahah Cabang Purwosari (Fitria & Siswanto, 2022; Alfani et al., 2024).

Kajian Pustaka dan pengembangan hipotesis

1. Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah dalam konteks keuangan mikro syariah merupakan komitmen mendalam untuk terus bertahan, menggunakan produk pembiayaan secara berulang, serta merekomendasikan lembaga tersebut kepada pihak lain. Loyalitas bukan sekadar kebiasaan bertransaksi, melainkan bentuk kesetiaan yang didasari oleh kepuasan psikologis dan kedekatan emosional (Sundari, 2021). Dalam industri jasa seperti BMT, mempertahankan nasabah loyal jauh lebih efisien secara biaya dibandingkan mencari nasabah baru di tengah persaingan pasar yang kompetitif (Adawiyah & Masse, 2024). Indikator loyalitas nasabah umumnya meliputi: (1) melakukan pembelian atau penggunaan produk secara teratur (*repeat purchase*), (2) menggunakan lini produk atau jasa yang lain dari lembaga yang sama (*purchasing across product lines*), (3) merekomendasikan kepada orang lain (*referrals*), dan (4) menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik dari pesaing (*demonstrating an immunity to the pull of competition*) (Sundari, 2021).

2. Religiusitas

Religiusitas adalah sistem nilai, keyakinan, kepatuhan, dan praktik keagamaan yang diinternalisasi oleh seseorang dan diimplementasikan ke dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam perilaku mengambil keputusan ekonomi (Kustrian et al., 2026). Dalam kajian ekonomi syariah, religiusitas menjadi faktor pembeda utama yang menggerakkan nasabah untuk memilih lembaga keuangan syariah demi menghindari praktik riba dan mencari keberkahan (Putri, 2025). Mengacu pada dimensi religiusitas dari Glock dan Stark, variabel ini diukur melalui lima dimensi utama, yaitu: (1) dimensi ideologis atau keyakinan (*the religious belief*), (2) dimensi ritualistik atau peribadatan (*the religious practice*), (3) dimensi eksperiensial atau pengalaman/penghayatan (*the religious feeling*), (4) dimensi intelektual atau pengetahuan keagamaan (*the religious knowledge*), dan (5) dimensi konsekuensi atau dampak perilaku dalam kehidupan sehari-hari (*the religious effect*) (Fitria & Siswanto, 2022).

3. Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan (*trust*) adalah kesediaan suatu pihak untuk mengandalkan pihak lain karena adanya keyakinan bahwa pihak tersebut memiliki integritas, kemampuan, dan kejujuran dalam memenuhi komitmennya. Di sektor keuangan mikro syariah, rasa percaya nasabah sangat krusial karena produk yang ditawarkan bersifat *intangible* (tidak berwujud) dan melibatkan risiko modal. Kepercayaan nasabah tumbuh ketika BMT menunjukkan transparansi dalam sistem bagi hasil dan profesionalisme dalam pengelolaan dana. Indikator yang digunakan untuk mengukur kepercayaan meliputi: (1) kompetensi (*competence*) yaitu kemampuan lembaga dalam mengelola pembiayaan, (2) integritas (*integrity*) berupa kejujuran dan pemenuhan janji kesepakatan akad, serta (3) kebajikan (*benevolence*) yaitu kepedulian lembaga terhadap kemaslahatan dan kemajuan usaha nasabah (Bilgies et al., 2025).

Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Religiusitas terhadap Loyalitas Nasabah

Religiusitas yang tertanam kuat dalam diri seorang Muslim akan memengaruhi perilakunya dalam berasumsi dan bertindak di pasar (Kustrian dkk., 2026). Ketika seorang nasabah memahami bahwa riba dilarang dalam syariat, komitmen keagamaan tersebut akan mendorongnya untuk tetap setia menggunakan produk pembiayaan berbasis syariah yang ditawarkan oleh BMT Maslahah (Annahl & Pratama, 2021). Di wilayah dengan kultur

keagamaan yang kental seperti Purwosari, kepatuhan terhadap nilai-nilai agama menjadi alasan utama yang membentengi nasabah dari godaan bunga yang ditawarkan oleh lembaga keuangan konvensional (Kustrian dkk., 2026). Penelitian terdahulu oleh Wahyoedi (2022) serta Fitria dan Siswanto (2022) menegaskan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari aspek religiusitas terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk keuangan syariah. Berdasarkan argumen tersebut, diajukan hipotesis pertama sebagai berikut:

H1: Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan di BMT Maslahah Cabang Purwosari.

2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah

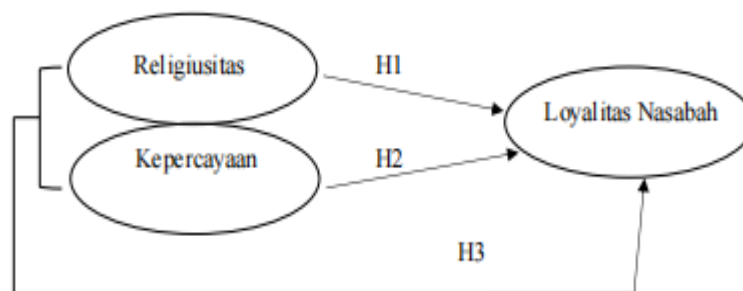
Kepercayaan adalah fondasi utama dalam hubungan jangka panjang antara nasabah dan penyedia jasa keuangan mikro. Ketika nasabah merasa aman, diperlakukan secara adil melalui akad syariah yang transparan, dan yakin akan kredibilitas operasional BMT Maslahah, maka risiko yang dirasakan oleh nasabah akan menurun (Bilgies et al., 2025). Rasa aman dan puas ini pada akhirnya melahirkan komitmen kesetiaan yang tinggi (Sundari, 2021). Nasabah yang menaruh kepercayaan tinggi pada lembaga cenderung tidak akan berpindah ke kompetitor lain meskipun ditawarkan persyaratan yang lebih mudah (Sundari, 2021). Penelitian empiris oleh Hayatul Maemunah (2021) dan Bilgies et al. (2025) membuktikan bahwa tingkat kepercayaan memiliki pengaruh langsung yang signifikan dalam membentuk loyalitas nasabah secara berkelanjutan. Berdasarkan pemikiran tersebut, diajukan hipotesis kedua sebagai berikut:

H2: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan di BMT Maslahah Cabang Purwosari.

3. Pengaruh Religiusitas dan Kepercayaan secara Simultan terhadap Loyalitas Nasabah

Secara teoretis, loyalitas nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh faktor tunggal, melainkan hasil integrasi dari aspek emosional-spiritual (religiusitas) dan aspek rasional-profesional (kepercayaan) (Fitria & Siswanto, 2022; Bilgies et al., 2025). Nilai religiusitas memberikan dorongan moral internal bagi nasabah untuk tetap memilih jalur transaksi yang halal, sementara kepercayaan terhadap kredibilitas BMT Maslahah memperkuat keputusan rasional nasabah bahwa lembaga tersebut adalah mitra yang amanah untuk mendukung usaha mereka (Annahl & Pratama, 2021; Bilgies et al., 2025). Kombinasi dari kesadaran beragama dan keyakinan akan profesionalisme lembaga ini secara bersama-sama akan menciptakan keterikatan yang kokoh dan loyalitas yang sulit digoyahkan oleh ketatnya persaingan pasar di wilayah Purwosari (Adawiyah & Masse, 2024). Penelitian terdahulu oleh Alfani et al. (2024) menunjukkan bahwa faktor nilai spiritual dan kepercayaan kelembagaan secara simultan memiliki kontribusi besar terhadap retensi dan kesetiaan nasabah. Berdasarkan keterkaitan tersebut, diajukan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H3: Religiusitas dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan di BMT Maslahah Cabang Purwosari.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Metode Penelitian

1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional yang bersifat kausalitas. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis, mengukur hubungan antar variabel secara numerik, serta melakukan analisis statistik guna menarik kesimpulan yang objektif (Alfani et al., 2024). Desain kausalitas diterapkan untuk menganalisis dan membuktikan arah hubungan sebab-akibat dari variabel independen, yaitu Religiusitas (X1) dan Kepercayaan (X2), terhadap variabel dependen, yaitu Loyalitas Nasabah (Y) dalam menggunakan produk pembiayaan di BMT Masalahah Cabang Purwosari.

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah aktif yang menggunakan produk pembiayaan di Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Masalahah Cabang Purwosari, Kabupaten Pasuruan. Mengingat keterbatasan dalam mengakses seluruh data populasi secara keseluruhan, pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *Purposive Sampling*. Kriteria responden yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah: (1) nasabah aktif BMT Masalahah Cabang Purwosari, (2) telah menggunakan produk pembiayaan minimal selama satu tahun, dan (3) berdomisili atau memiliki aktivitas usaha di wilayah Purwosari.

Untuk menentukan ukuran sampel, penelitian ini mengacu pada panduan praktis yang dikemukakan oleh Roscoe (1975), yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dan dapat diterima dalam penelitian kuantitatif korelasional berada di rentang antara 30 hingga 500 responden. Berdasarkan ketentuan tersebut, ukuran sampel yang ditetapkan dan berhasil dikumpulkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 responden. Jumlah ini dinilai telah memenuhi batas minimum kelayakan yang sah untuk pengujian model analisis regresi linier berganda dalam penelitian tingkat lanjut (Fitria & Siswanto, 2022).

3. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dirancang untuk memperjelas ruang lingkup pengukuran masing-masing variabel secara empiris di lapangan. Pengukuran variabel ini didasarkan pada tiga indikator utama: kompetensi lembaga (*competence*), kejujuran/pemenuhan akad (*integrity*), dan kepedulian terhadap kemaslahatan usaha nasabah (*benevolence*).

Seluruh variabel di atas diukur menggunakan instrumen kuesioner terstruktur dengan Skala Likert 5 poin, mulai dari nilai 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga nilai 5 (Sangat Setuju) (Alfani et al., 2024).

Tabel 1. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Skala
Religiusitas (X1)	1. Keyakinan akan larangan riba. 2. Ketaatan dalam praktik akad syariah. 3. Pemahaman terhadap prinsip bagi hasil/ekonomi Islam.	Likert (1 - 5)
Kepercayaan (X2)	1. Integritas lembaga dalam pengelolaan dana. 2. Kompetensi staf dalam pelayanan. 3. Kebajikan (<i>benevolence</i>) atau kepedulian terhadap nasabah.	Likert (1 - 5)
Loyalitas Nasabah (Y)	1. Niat penggunaan kembali produk pembiayaan (<i>repeat purchase</i>). 2. Kesiediaan memberikan rekomendasi positif (<i>referrals</i>). 3. Ketahanan untuk tidak beralih ke lembaga keuangan pesaing.	Likert (1 - 5)

4. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini bersumber dari dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari sumber pertama melalui penyebaran kuesioner terstruktur kepada 50 nasabah pembiayaan yang memenuhi kriteria sampel di BMT Masalahah Cabang Purwosari. Proses penyebaran kuesioner dilakukan secara bauran (*mix-mode*), baik melalui pembagian lembar fisik di area operasional pasar dan kantor cabang, maupun melalui formulir digital (*Google Form*) untuk menjangkau responden yang memiliki keterbatasan waktu transaksional (Kustrian et al., 2026). Data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi, literatur jurnal terdahulu, buku teks ekonomi syariah, serta profil dan laporan eksternal yang disediakan oleh pihak manajemen BMT Masalahah (Annahl & Pratama, 2021).

5. Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik IBM SPSS. Tahapan analisis data dalam penelitian kuantitatif ini dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu:

a. Uji Instrumen Penelitian

- 1) Uji Validitas: Digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai *r hitung* dengan *r tabel* pada tingkat signifikansi 5%. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan tersebut dinyatakan valid (Fitria & Siswanto, 2022).
- 2) Uji Reliabilitas: Digunakan untuk mengetahui konsistensi instrumen pengukuran. Kuesioner dikatakan reliabel jika memberikan hasil yang stabil dari waktu ke waktu, yang diukur menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha (α)* dengan batas standar $> 0,60$ (Fitria & Siswanto, 2022).

b. Uji Asumsi Klasik

Guna memastikan bahwa model regresi linier berganda memenuhi syarat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), maka dilakukan serangkaian pengujian asumsi klasik yang meliputi (Wahyoedi, 2022):

- 1) Uji Normalitas: Menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* untuk mendeteksi apakah residual dari model regresi berdistribusi normal (asumsi terpenuhi jika nilai signifikansi $> 0,05$).
 - 2) Uji Multikolinieritas: Untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas, dengan melihat nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* < 10 .
 - 3) Uji Heteroskedastisitas: Menggunakan uji *Glejser* untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.
- c. Uji Regresi Linier Berganda dan Pengujian Hipotesis
- Model analisis regresi linier berganda yang digunakan dirumuskan sebagai berikut (Wahyoedi, 2022):

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

Keterangan:

- Y = Loyalitas Nasabah
 a = Konstanta
 b₁, b₂ = Koefisien Regresi masing-masing variabel
 X₁ = Religiusitas
 X₂ = Kepercayaan (*Trust*)
 e = *Error* (variabel pengganggu)

Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan melalui Uji t (Parsial) untuk mengukur pengaruh masing-masing variabel independen secara mandiri, Uji F (Simultan) untuk mengukur pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, serta analisis Koefisien Determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa besar persentase variasi Loyalitas Nasabah yang mampu dijelaskan oleh variabel Religiusitas dan Kepercayaan (Fitria & Siswanto, 2022; Bilgies et al., 2025).

Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen Penelitian

Sebelum model regresi dianalisis, terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap instrumen kuesioner yang disebarkan kepada 50 responden nasabah pembiayaan BMT Masalah Cabang Purwosari guna memastikan kualitas data memenuhi syarat validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai koefisien korelasi Pearson (*r hitung*) dari masing-masing butir pernyataan dengan nilai *r tabel*. Nilai *r tabel* untuk sampel $N = 50$ pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) adalah 0,2787. Suatu butir pernyataan dinyatakan valid jika nilai *r hitung* $> 0,2787$.

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas Instrumen

Variabel	Butir Pernyataan	<i>r hitung</i>	<i>r tabel</i>	Status
Religiusitas (X1)	X1.1	0,7618	0,2787	Valid
	X1.2	0,6689	0,2787	Valid
	X1.3	0,7965	0,2787	Valid
	X1.4	0,7777	0,2787	Valid
	X1.5	0,7166	0,2787	Valid
Kepercayaan (X2)	X2.1	0,7915	0,2787	Valid

Loyalitas Nasabah (Y)	X2.2	0,6882	0,2787	Valid
	X2.3	0,7240	0,2787	Valid
	X2.4	0,5968	0,2787	Valid
	X2.5	0,7435	0,2787	Valid
	Y1	0,7292	0,2787	Valid
	Y2	0,5634	0,2787	Valid
	Y3	0,7203	0,2787	Valid
	Y4	0,7772	0,2787	Valid
	Y5	0,5508	0,2787	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2026).

Berdasarkan data pada Tabel 1, seluruh butir pernyataan untuk variabel Religiusitas (X1), Kepercayaan (X2), dan Loyalitas Nasabah (Y) memiliki nilai *r hitung* yang lebih besar daripada *r tabel* (0,2787). Dengan demikian, seluruh butir instrumen penelitian dinyatakan valid dan layak digunakan untuk mengumpulkan data penelitian.

b. b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen pengukuran ketika dilakukan pengukuran berulang. Kuesioner dikatakan andal atau reliabel jika nilai koefisien *Cronbach's Alpha* (*a*) lebih besar daripada **0,60**.

Tabel 3. Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen

Variabel	Koefisien Cronbach's Alpha	Batas Standar	Keterangan
Religiusitas (X1)	0,7915	0,60	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,7485	0,60	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0,6958	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2026).

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk ketiga variabel berkisar antara 0,6958 hingga 0,7915. Karena seluruh nilai koefisien berada di atas ambang batas standar 0,60, maka seluruh instrumen dinyatakan **reliabel** atau konsisten secara empiris.

2. Analisis Regresi Linier Berganda dan Pengujian Hipotesis

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji arah serta besarnya pengaruh variabel independen (Religiusitas dan Kepercayaan) terhadap variabel dependen (Loyalitas Nasabah).

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara mandiri atau parsial terhadap variabel dependen. Nilai *t tabel* untuk jumlah sampel N = 50 dengan jumlah variabel independen k = 2 pada taraf signifikansi 5% (*a* = 0,05) adalah 2,012 (derajat bebas df = N - k - 1 = 47). Hipotesis diterima apabila nilai *t hitung* > 2,012 atau nilai signifikansi (Sig.) < 0,05.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji t (Parsial)

Model	Koefisien Regresi (B)	Standard Error	t hitung	Sig.	Keterangan
(Constant)	4,1545	1,8910	2,197	0,033	
Religiusitas (X1)	0,3706	0,1250	2,963	0,005	H1 Diterima (Signifikan)

Kepercayaan (X2)	0,4221	0,1210	3,482	0,001	H2	Diterima (Signifikan)
---------------------	--------	--------	-------	-------	----	--------------------------

Sumber: Data Primer Diolah (2026).

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4, diperoleh model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,1545 + 0,3706X_1 + 0,4221X_2$$

Interpretasi dan pengujian hipotesis dari model regresi di atas dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Nilai Konstanta (4,1545): Menunjukkan bahwa apabila variabel Religiusitas (X1) dan Kepercayaan (X2) diasumsikan bernilai konstan atau nol, maka besarnya skor Loyalitas Nasabah (Y) adalah sebesar 4,1545 satuan.
 - 2) Uji Hipotesis Pertama (H1): Variabel Religiusitas (X1) memiliki nilai koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,3706, yang berarti setiap peningkatan satu satuan variabel Religiusitas akan meningkatkan Loyalitas Nasabah sebesar 0,3706 satuan. Hasil uji t menunjukkan nilai *t hitung* variabel Religiusitas sebesar 2,963, di mana nilai ini lebih besar dari *t tabel* (2,963 > 2,012) dengan nilai signifikansi sebesar 0,005 (0,005 < 0,05). Dengan demikian, H1 diterima, yang menyatakan bahwa Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah pada pembiayaan di BMT Maslahah Cabang Purwosari.
 - 3) Uji Hipotesis Kedua (H2): Variabel Kepercayaan (X2) memiliki nilai koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,4221, yang berarti setiap peningkatan satu satuan variabel Kepercayaan akan meningkatkan Loyalitas Nasabah sebesar 0,4221 satuan. Hasil uji t menunjukkan nilai *t hitung* variabel Kepercayaan sebesar 3,482, di mana nilai ini lebih besar dari *t tabel* (3,482 > 2,012) dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 (0,001 < 0,05). Dengan demikian, H2 diterima, yang menyatakan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah pada pembiayaan di BMT Maslahah Cabang Purwosari.
- b. Uji Simultan (Uji F) dan Koefisien Determinasi (R²)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat. Sementara itu, Koefisien Determinasi (R²) mengukur seberapa besar persentase variasi variabel dependen yang mampu dijelaskan oleh variabel independen.

Tabel 5. Hasil Uji F (Simultan) dan Koefisien Determinasi (R²)

Pengujian Statistik	Nilai Statistik	Nilai Signifikansi (Sig.)	Keterangan
Uji F (Simultan)	F hitung = 37,530	0,000	H3 Diterima (Signifikan Simultan)
R Square (R ²)	0,615	-	Kontribusi Pengaruh = 61,5%

Sumber: Data Primer Diolah (2026).

Berdasarkan hasil pada Tabel 5, diperoleh nilai *F hitung* sebesar 37,530 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), maka H3 diterima. Hal ini membuktikan bahwa Religiusitas (X1) dan Kepercayaan (X2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada pembiayaan di BMT Maslahah Cabang Purwosari.

Nilai *R Square* yang diperoleh adalah sebesar 0,615. Angka ini mengindikasikan bahwa kontribusi pengaruh variabel Religiusitas dan Kepercayaan secara bersama-sama dalam menjelaskan variasi naik-turunnya Loyalitas Nasabah adalah sebesar 61,5%. Sedangkan sisanya sebesar 38,5% (100% - 61,5%) dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Religiusitas terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H1), ditemukan bahwa Religiusitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah pada pembiayaan di BMT Maslahah Cabang Purwosari. Temuan empiris ini dibuktikan dengan perolehan nilai *t hitung* (2,963) > *t tabel* (2,012) serta nilai signifikansi sebesar 0,005. Hubungan positif ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman, keyakinan, dan internalisasi nilai-nilai keagamaan dalam diri seorang nasabah Muslim, maka akan semakin kuat pula komitmen loyalitasnya untuk terus menggunakan produk pembiayaan di BMT Maslahah.

Masyarakat di wilayah Purwosari dikenal memiliki kultur keagamaan yang kental. Dalam perspektif ekonomi syariah, religiusitas merupakan faktor pembeda internal utama yang menggerakkan preferensi individu. Nasabah yang menginternalisasi larangan praktik riba secara mendalam akan merasakan tanggung jawab moral-spiritual untuk menjauhkan aktivitas ekonominya dari lembaga keuangan konvensional. Penggunaan produk pembiayaan syariah dinilai bukan sekadar transaksi komersial biasa, melainkan bagian dari perwujudan kepatuhan syariat demi mencari keberkahan rezeki. Oleh karena itu, kesadaran beragama yang matang ini mengunci komitmen nasabah untuk bersikap loyal, melakukan transaksi berulang, serta membentengi diri mereka dari daya tarik bunga yang ditawarkan oleh lembaga pesaing. Temuan ini sejalan dan memperkuat penelitian terdahulu oleh Wahyoedi (2022) serta Fitria dan Siswanto (2022) yang menegaskan bahwa aspek spiritualitas keagamaan berkontribusi signifikan dalam membentuk loyalitas nasabah keuangan syariah.

2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil analisis pengujian hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah pada pembiayaan di BMT Maslahah Cabang Purwosari. Bukti ilmiah ini ditunjukkan oleh nilai *t hitung* (3,482) > *t tabel* (2,012) serta nilai signifikansi yang sangat kuat sebesar 0,001. Hal ini membuktikan bahwa rasa percaya nasabah menempati posisi strategis sebagai motor penggerak terciptanya hubungan kerja sama transaksional jangka panjang di sektor keuangan mikro syariah.

Di industri jasa keuangan, produk yang ditawarkan bersifat tidak berwujud (*intangible*) dan memiliki keterikatan risiko modal bagi nasabah pelaku usaha. Kepercayaan nasabah di BMT Maslahah Cabang Purwosari tumbuh dari persepsi objektif mereka terhadap integritas pengelola, kejelasan transparansi akad syariah, kompetensi pelayanan staf, serta kepedulian lembaga terhadap kemaslahatan usaha kecil nasabah (*benevolence*). Ketika nasabah merasa aman dan yakin bahwa dana pembiayaan dikelola secara profesional dan amanah, persepsi risiko yang mereka rasakan akan menurun drastis. Rasa aman dan puas inilah yang melahirkan ikatan loyalitas yang kokoh. Nasabah yang menaruh tingkat kepercayaan tinggi cenderung tidak akan berpindah ke koperasi keuangan lain meskipun ditawarkan persyaratan administrasi yang tampak lebih mudah. Temuan empiris ini

mendukung teori hubungan kemitraan jangka panjang dan sejalan dengan riset dari Hayatul Maemunah (2021) serta Bilgies et al. (2025) yang menyimpulkan bahwa tingkat kepercayaan kelembagaan memiliki pengaruh langsung dan dominan dalam mengamankan retensi dan loyalitas nasabah.

3. Pengaruh Simultan Religiusitas dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah

Melalui pengujian simultan (Uji F), ditemukan bahwa variabel Religiusitas dan Kepercayaan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dengan nilai kontribusi (*R Square*) mencapai 61,5%. Hasil statistik ini memberikan kontribusi teoritis berharga bahwa loyalitas nasabah dalam ekosistem perbankan atau keuangan mikro syariah tidak dapat dibangun secara parsial melalui satu pendekatan tunggal saja. Loyalitas yang paripurna merupakan hasil integrasi harmonis antara aspek emosional-spiritual (Religiusitas) dan aspek rasional-profesional (Kepercayaan).

Nilai religiusitas bertindak sebagai stimulus moral dari dalam diri nasabah Muslim untuk tetap konsisten memilih jalur bertransaksi yang halal. Di sisi lain, rasa kepercayaan terhadap kredibilitas operasional BMT Maslahah melengkapi keputusan rasional nasabah bahwa lembaga tersebut adalah mitra finansial yang amanah, andal, dan mampu menunjang produktivitas usaha mereka. Ketika dorongan kesadaran beragama berpadu dengan keyakinan penuh atas profesionalisme tata kelola lembaga, maka akan tercipta retensi nasabah yang kuat dan sulit digoyahkan oleh ketatnya persaingan pasar keuangan di wilayah Purwosari. Temuan ini selaras dengan studi dari Alfani et al. (2024) yang menyatakan bahwa penyelarasan nilai spiritualitas keagamaan dan penguatan reputasi institusi secara bersama-sama berkontribusi besar dalam mempertahankan loyalitas nasabah secara berkelanjutan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data riil terhadap 50 responden nasabah pembiayaan BMT Maslahah Cabang Purwosari, diperoleh kesimpulan bahwa Religiusitas ($\$X_1$) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah ($\$Y$), yang membuktikan bahwa internalisasi nilai Islam dan kesadaran menghindari riba menjadi dorongan moral utama bagi kesetiaan nasabah. Sejalan dengan itu, Kepercayaan ($\$X_2$) secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, mengonfirmasi bahwa transparansi akad dan tata kelola yang amanah sangat efektif mereduksi risiko finansial dalam membangun hubungan kemitraan jangka panjang. Secara simultan, Religiusitas dan Kepercayaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dengan kontribusi sebesar 61,5%, yang menegaskan bahwa loyalitas yang kokoh tercipta dari perpaduan harmonis antara aspek emosional-spiritual dan profesional-rasional. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah sampel yang hanya 50 responden serta fokus variabel yang terbatas. Oleh karena itu, disarankan bagi manajemen BMT Maslahah untuk terus merawat keterbukaan informasi bagi hasil serta mengoptimalkan edukasi syariah, sementara bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas ukuran sampel dan mengeksplorasi variabel potensial lain seperti kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, maupun citra lembaga guna memperoleh generalisasi data yang lebih luas dan akurat.

Daftar Pustaka

Adawiyah, R., & Masse, R. A. (2024). Strategi Pengembangan Baitul Mal Wattamwil Sebagai Sumber Pembiayaan Alternatif Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(2), 238–247.

Currency:

Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

[Volume 05, Nomor 01](#), Juni 2026

ISSN: 2963-9387//e-ISSN: 2963-7465

- Alfani, H. M., Saputra, H. E., Milani, & Bella, S. O. (2024). Pengaruh Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Interning Pada Bank Syariah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 7(1), 287–298.
- Annahl, M. A. & Pratama, N. D. (2021). Peran Baitul Maal Wa Tamwil Dalam Pengembangan Ekonomi Syariah. *MUKADiMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(2), 225–232.
- Artha, B., & Santoso, F. (2026). Pain Of Paying Dan Keuangan Digital: Suatu Studi Literatur. *Journal of Educational and Religious Perspectives*, 2(1), 13-20.
- Bilgies, A. F., Muhajir, A., & Nur, L. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Anggota Terhadap Loyalitas Anggota KSPPS BMT. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(2), 325–332.
- Fitria, & Siswanto. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi Dan Penanganan Masalah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada BMT Sidogiri Cabang Malang Kota). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(4), 1254–1268.
- Gunawan, G. (2023). Generation Z And Price Sensitivity: Dynamic Pricing Strategy As Key To Product Attractiveness. *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 1918-1924.
- Karim, A. A. (2012). *Ekonomi Makro Islam*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Kustrian, I., Umari, Z. F., & Iqbal, M. (2026). Pengaruh Religiusitas, Persepsi Atribut Produk Dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang. *Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 6(1), 293–312.
- Maemunah, H., & Mauludin, M. N. (2021). Analisis Pengaruh Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah. *Journal of Islamic Economics and Philanthropy (JIEP)*, 4(1), 1117–1131.
- Putri, M. H. (2025). Pengembangan Ekonomi Berbasis Syariah Di Era Globalisasi. *AT-TAJIR: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(2), 74–90.
- Ramin, M. (2021). Optimalisasi Peran Pedagang Pasar Tradisional Dalam Pengembangan Usaha Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi pada Pasar Tamberu Timur Sokobanah Sampang Madura). *Investi: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 45-56.
- Romin, M. (2020). Peran Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi pada Baitul Maal wa Tamwil Nahdhatul Ulama Cabang Pasean Pamekasan). *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 11(2), 120-134.
- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental Research Statistics for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). Holt, Rinehart and Winston.
- Sari, R. J., & Aprianti, I. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Cabang JPK Bandung). *JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)*, 2(2), 77–84.
- Sundari, E. (2021). *Dinamika Citra Dan Pelayanan Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Tinjauan Islam (Studi Kasus Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru)*. Penerbit Adab.
- Wahyoedi, S. (2022). *Loyalitas Nasabah: Tinjauan Aspek Religiusitas Dan Kualitas Layanan*. CV Adanu Abimata.
- Yaqin, A. (2021). Fungsi Sosial Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Pasca UU No 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro. *MABSYA: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 3(1), 146–163.