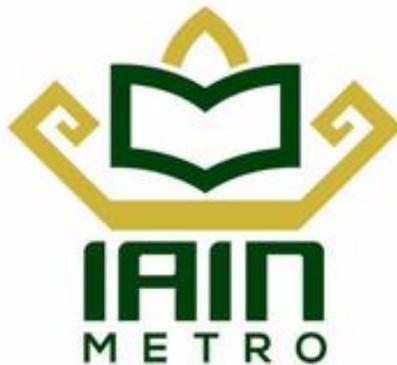


**SKRIPSI**  
**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)**  
**TERHADAP LOYALITAS NASABAH**  
**PT. BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur**

**OLEH**  
**CAHYA ASTRIYAN DONI**  
NPM : 1602100219



**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**  
**1444 H/2022 M**

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH  
PT. BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Memenuhi Sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi.

Oleh :

**CAHYA ASTRIYAN DONI**  
NPM : 1602100219

Pembimbing : Hasrun Afandi US, M.M.

**Jurusan Perbankan Syariah (PBS)**  
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
METRO LAMPUNG  
1444 H/2022 M**

**NOTA DINAS**

Nomor :  
Lampiran : 1 (satu) Berkas  
Perihal : **Untuk Dimunaqosyahkan**

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
di-  
Tempat

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka Skripsi saudara:

Nama : Cahya Astriyan Doni  
NPM : 1602100116  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul : **PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BPRS AMAN  
SYARIAH SEKAMPUNG LAMPUNG TIMUR**

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk disidang Munaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikumWr.Wb.*

Metro, Desember 2022  
Pembimbing Skripsi



*Hasrun Afandi US, M.M.*  
**Hasrun Afandi US, M.M**  
NIP. 198901092019031002

#### HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Proposal : **PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BPRS AMAN  
SYARIAH SEKAMPUNG LAMPUNG TIMUR**

Nama : Cahya Astriyan Doni

NPM : 1602100116

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

#### MENYETUJUI

Sudah dapat kami setuju untuk dimunaqsyahkan dalam Sidang Munaqsyah Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, Desember 2022

Pembimbing Skripsi



*Hasrun Afandi U.S.*

**Hasrun Afandi U.S., M.M**

NIP. 198901092019031002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringsuyu Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
Website: www.metro.univ.ac.id; e-mail: iainmetro@metro.univ.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No. B-4759/In.28.3/D/PP.00.9/r/2022

Skrripsi dengan Judul: *PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur*, disusun Oleh: *CAHYA ASRTIYAN DONI, NPM. 1602100219*, Jurusan: *S1 Perbankan Syariah*, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas: *Ekonomi dan Bisnis Islam* pada Hari/Tanggal: *Senin/26 Desember 2022*.

**TIM PENGUJI MUNAQOSYAH**

Ketua/Moderator : *Hasrun Afandi US,M.M*

Penguji I : *Yuyun Yunarti, M.Si*

Penguji II : *Thoyibatun Nisa, M.Akt*

Sekretaris : *Yudhistira Ardana, M.E.K*



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
**Dr. Mat Jalil, M.Hum**  
NIP. 196208121998031001

## ABSTRAK

### **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur**

Oleh

**Cahya Astriyan Doni**

*Corporate Social Responsibility* adalah komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis yang bebas dan kontribusi sumber daya perusahaan. Dilihat dari jumlah dana CSR yang dikeluarkan tiap tahunnya masih menjadi satu dengan dana ZIS dan dananya tidak konsisten dan selalu naik turun serta belum ada aturan dan besaran dana CSR yang mesti dikeluarkan perusahaan tiap tahunnya menjadi satu dengan dana ZIS dan dananya tidak konsisten dan selalu naik turun serta adanya jumlah saldo rekening nasabah cenderung berfluktuasi dengan jumlah nasabah di tahun 2017 sampai tahun 2020 sehingga bertentangan dengan teori. Kegiatan CSR dapat menciptakan rasa percaya dari konsumen terhadap perusahaan yang berdampak pada loyalitas nasabah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap loyalitas nasabah PT BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur.

Jenis penelitian ini adalah penelitian Lapangan (*field research*). Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian ini untuk menguji pengaruh variabel X (*Corporate Social Responsibility*) terhadap Y (loyalitas nasabah). Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah nasabah pada PT BPRS Aman Syariah Sekampung dengan sampel penelitian berjumlah 97 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ada pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap loyalitas nasabah PT BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur dan besarnya koefisien determinasi atau Adjusted R Square adalah sebesar 0,688. Dengan demikian hipotesis yang penulis ajukan ( $H_a$ ) dapat diterima dan ( $H_0$ ) di tolak berarti. Besarnya angka koefisien determinasi (Adjusted R Square) adalah 0,688 atau sama dengan 68,8%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X) berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) sebesar 68,8%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 68,8\% = 31,2\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain.

**Kata Kunci:** CSR, Loyalitas, Nasabah

## ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Cahya Astriyan Doni

NPM : 1602100219

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa Tugas Skripsi ini secara keseluruhan adalah asli penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Desember 2022  
Menyatakan  
  
METRAI  
TEAPEL  
1CAKX11565000

**Cahya Astriyan Doni**  
NPM. 1602100219

## MOTTO

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ  
وَالْعُدْوَانِ

Artinya:“...dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran... (QS. Al-Maidah: 2)

Percayalah Anda Bisa dan Itu Sudah Setengah Jalan Keberhasilan

-Theodore Roosevelt-

## **PERSEMBAHAN**

Dengan rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT saya dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi tugas dan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE). Saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Orang tua tercinta Asra'i Hendarsyah dan Ibu Tri Marta Ningsih yang tidak pernah lelah untuk mendo'akan dan mendukung baik dalam bentuk moril maupun materil serta selalu mencurahkan kasih sayang dan motivasi yang tidak terbatas.
2. Kakakku (Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy) dan Adikku (Rama Astriyan Maulana) yang selalu memberikan semangat.
3. Semua dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membimbing dan membagi ilmunya untuk peneliti. Khususnya kepada Bapak Hasrun Afandi US, M.M, selaku pembimbing ditengah kesibukannya tetapi beliau tetap dapat menyempatkan diri untuk memberi petunjuk, bimbingan dari materi skripsi ini, serta memberikan motivasi untuk bisa terus semangat dalam menyelesaikan skripsi ini, dan Terimakasih atas nasehat serta ilmu yang telah diberikan.
4. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas Taufik Hidayah dan Inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan judul **“PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur** Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, peneliti mengucapkan terima kasih kepada Yth:

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag. selaku Rektor IAIN Metro Lampung
2. Bapak Mat Jalil, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak M. Ryan Fahlevi, M.M. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah
4. Bapak Hasrun Afandi US, M.M. selaku Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Kedua orang tua tercinta yang telah mendoakan, meridhoi, mendukung, mendorong dan melimpahkan kasih sayangnya kepada peneliti selama masa perkuliahan.
6. Rekan rekan jurusan Perbankan Syariah angkatan 2016 yang telah memberi motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini akan sangat diharapkan dan diterima dengan lapang dada. Semoga dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu perbankan syariah.

Metro, 20 Desember 2022  
Peneliti



**Cahya Astriyan Doni**  
NPM. 1602100219

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
NOTA DINAS .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
ORISINALITAS PENELITIAN .....	vii
MOTTO.....	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
F. Penelitian Relevan .....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	14
1. Pengertian <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	14
2. Dasar Hukum dan Prinsip <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	15
3. Prinsip <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	21
4. Bentuk <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	21
5. Manfaat dan Tujuan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Bagi Perusahaan.....	22

6. Dampak <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	24
7. Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	25
8. Indikator <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	26
B. Loyalitas Nasabah .....	27
1. Pengertian Loyalitas Nasabah .....	27
2. Loyalitas dan Hak Nasabah.....	28
3. Asas-asas Perlindungan Pelanggan.....	30
4. Pengembangan Loyalitas Nasabah .....	31
5. Indikator Karakteristik Loyalitas Nasabah.....	31
C. Kerangka Berpikir .....	33
D. Hipotesis Penelitian .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Rancangan Penelitian .....	35
B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	36
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	48
D. Teknik Pengumpulan Data.....	41
E. Instrumen Penelitian .....	42
F. Teknik Analisis Data .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
1. Sejarah PT BPRS Aman Syariah Sekampung.....	51
2. Visi dan Misi PT BPRS Aman Syariah Sekampung .....	52
3. Struktur Organisasi PT BPRS Aman Syariah Sekampung .....	54
4. Produk-produk PT BPRS Aman Syariah Sekampung .....	55
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	59
1. Deskripsi Variabel X dan Y .....	61
2. Uji Validitas .....	65
3. Uji Reliabilitas.....	66
C. Pengujian Hipotesis .....	67
1. Uji Normalitas .....	67
2. Uji Heteroskedastisitas.....	68

3. Uji Regresi Linier Sederhana .....	70
4. Uji T .....	72
5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	73
D. Pembahasan.....	74
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan .....	76
B. Saran .....	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

## DAFTAR TABEL

### Tabel Halaman

1.1	Besaran dana CSR dan ZIS di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung Periode 2016-2020.....	3
1.2	Rincian Dana Penyaluran CSR Tahun 2017-2020 .....	4
1.3	Jumlah Nasabah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung .....	6
3.1	Kriteria Skor Skala Likert .....	43
3.2	Jumlah butir pernyataan dari masing-masing indicator.....	43
4.1	Hasil Jawaban Responden Variabel CSR (X) .....	62
4.2	Hasil Jawaban Responden Variabel Loyalitas Nasabah (Y).....	63
4.3	Uji Validitas kepada 10 Sampel .....	65
4.4	Uji Validitas .....	66
4.5	Hasil uji Reliabilitas CSR (X).....	67
4.6	Hasil uji Reliabilitas Loyalitas Nasabah (Y).....	67
4.7	Hasil Uji Normalitas .....	68
4.8	Output Keempat dari Uji Analisis Regresi Linier Sederhana .....	70
4.9	Uji T .....	72
4.10	Hasil Koefisien Determinasi .....	73

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
2.1 Bagan Kerangka Berpikir .....	34
4.1 Struktur Organisasi BPRS Aman Syariah Sekampung .....	54
4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	60
4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	61
4.5 Grafik Plot Uji Heteroskedastisitas .....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Out Line
2. APD
3. Hasil Skor Angket CSR
4. Hasil Skor Angket Loyalitas Nasabah
5. Output Deskripsi Variabel
6. Output Uji Validitas Sepuluh Sampel
7. Output Uji Reliabilitas Sepuluh Sampel
8. Output Uji Validitas CSR
9. Output Uji Reliabilitas CSR
10. Output Uji Validitas Loyalitas Nasabah
11. Output Uji Reliabilitas Loyalitas Nasabah
12. Output Uji Normalitas
13. Output Uji Heteroskedastisitas
14. Output Uji Regresi Linier Sederhana
15. Uji T
16. Tabel r
17. Tabel t
18. Surat Bebas Pustaka
19. Surat Bimbingan
20. Izin Research
21. Surat Tugas
22. Pemberian Izin Research
23. Surat Balasan Izin Research
24. Surat Keterangan Uji Plagiasi
25. Kartu Konsultasi Bimbingan
26. Pengisian Kuesioner
27. Dokumentasi Penelitian

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha yang semakin cepat dan diiringi dengan meningkatnya persaingan menyebabkan berbagai jenis produk yang dibutuhkan konsumen dapat dengan mudah didapatkan sehingga menuntut perusahaan untuk semakin meningkatkan kinerjanya. Namun terdapat banyak tantangan untuk membuat pembeli menjadi loyal seperti persaingan bisnis yang semakin pesat dan produk pesaing yang semakin banyak. Secara konsep dapat dikatakan bahwa agar konsumen menjadi loyal maka perusahaan harus membuat konsumen tersebut puas terlebih dahulu.

Hal yang dapat meningkatkan kepuasan serta menciptakan loyalitas yaitu pengenalan dan pendekatan perusahaan kepada konsumen. Berbagai cara dilakukan oleh perusahaan untuk mendekati diri dengan konsumen, di antaranya yaitu melakukan kegiatan yang disebut dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.<sup>1</sup>

*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah komitmen dunia usaha untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan

---

<sup>1</sup> Minly Tandi Wati, Alvi Furwanti Alwie, Samsir, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen PT. Unilever Indonesia Di Kota Pekanbaru", Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, Vol. 14. No.1, Maret 2017, 72.

kualitas hidup dari karyawan, dan keluarganya, sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas.<sup>2</sup>

CSR dilakukan untuk menjaga keberlanjutan perusahaan, dan pada akhirnya, pembangunan berkelanjutan itu unik. Konsep pembangunan berkelanjutan menjelaskan bahwa perusahaan adalah alat bagi masyarakat untuk mencapai tujuan bersama: pemerataan intra-generasi dan antar-generasi di bidang ekonomi, masyarakat dan lingkungan.<sup>3</sup>

Indikator CSR diantaranya kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, kinerja hak asasi manusia, kinerja sosial dan kinerja produk. Kinerja ekonomi menggambarkan bahwa suatu perusahaan haruslah memajukan dan berdampak baik pada perekonomian masyarakat sekitar perusahaan tersebut. Kinerja lingkungan menggambarkan adanya pengendalian polusi, pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan, konservasi sumber alam, menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan pengolahan limbah, mempelajari dampak lingkungan. Kinerja hak asasi manusia menggambarkan perusahaan memiliki karyawan yang diambil dari lingkungan sekitar dan tidak memperkerjakan pekerja di bawah umur. Kinerja sosial dapat berupa sumbangan tunai, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, dan pendidikan. Kinerja produk memiliki kriteria pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Bukhari Alma dan Doni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 404.

<sup>3</sup> Maryanto, "Membangun Lingkungan yang Berbasis Konsep Berkelanjutan", *Jurnal Meta-Yuridis* Vol.1 No.1 Tahun 2018

<sup>4</sup> Rita Yuliana, "Praktik Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia" *Jurnal Investasi*, Vol. 6 No. 2, 2010, 148.

CSR merupakan kewajiban hukum yang harus dipatuhi oleh perusahaan, sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 74 ayat (1) UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.<sup>5</sup>

Program CSR yang dilakukan di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung pada saat ini masih menjadi satu dengan program ZIS yaitu Zakat, Infaq dan Sodaqoh dimana besaran dana CSR di PT.BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur berasal dari 2,5 % laba bersih keuntungan tiap tahunnya dan dari dana ZIS ditiap tahunnya.

Besaran dana CSR di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung setiap tahunnya belum menentu secara pasti hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.1**  
**Besaran dana CSR dan ZIS di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung**  
**Periode 2016-2020**

No	Tahun	Laba bersih tahun berjalan	Dana CSR	Dana ZIS	Total
1	2017	Rp. 77.839.740	Rp. 1.945.993	Rp.18.196.739	Rp. 20.142.732
2	2018	Rp.333.082.269	Rp. 8.327.056	Rp. 6.316.698	Rp. 14.643.754
3	2019	Rp.456.168.392	Rp. 11.404.209	Rp.15.026.952	Rp. 26.431.161
4	2020	Rp.285.997.391	Rp. 7.149.934	Rp.13.641.066	Rp. 20.791.000

Sumber: Data diolah dari Wawancara dengan Bapak Sugianto, Direktur PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, pada tanggal 26 januari 2022<sup>6</sup>

Berdasarkan tabel di atas besaran dana CSR dari Laba Bersih Tahun Berjalan Tahun 2017 dari 2,5% laba bersih tahun berjalan Rp. 77.839.740 adalah Rp. 1.945.993 dan digabungkan dengan dana ZIS Rp. 18.196.739 adalah Rp.20.142.732, pada tahun 2018 dari 2,5% Laba Bersih Tahun Berjalan

<sup>5</sup> Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 4 ayat 1

<sup>6</sup> Bapak Sugianto, Direktur PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, wawancara pada tanggal 26 januari 2022.

sebesar Rp. 333.082.269 adalah Rp. 8.327.056 dan digabungkan dana ZIS sebesar Rp. 6.316.698 adalah Rp. 14.643.754. pada tahun 2019 laba bersih tahun berjalan yaitu RP. 456.168.392 dan dari 2,5% laba bersih tahun berjalan Rp. 11.404.209 kemudian digabung dengan dana ZIS Rp.15.026.952 adalah RP. 26.431.134 dan pada tahun 2020 laba bersih tahun berjalan yaitu Rp. 285.997.391 dan dari 2,5% laba bersih tahun berjalan Rp. 7.149.934 kemudian digabung dengan dana ZIS Rp.13.641.066 adalah Rp. 20.791.000. Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa tidak setiap tahun dana CSR meningkat karena dilakukan atas dasar sifat sukarela Program CSR yang dilakukan di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung ini hanya diberikan dalam kegiatan sosial di masyarakat pada golongan kelompok belum individu, dikarenakan masih kecilnya dana yang dimiliki.

**Tabel 1.2**  
**Rincian Dana Penyaluran CSR**  
**Tahun 2017-2020**

No	Tahun	Bentuk Kegiatan CSR	Realisasi Penyaluran
1	2017	Bantuan UMKM Jamur Tiram Di Pondok Pesantren Mifthahul Jannah	10.143.000
		Bantuan UMKM Ternak Ayam Di Pondok Pesantren Ainul Falah	6.250.000
		Sumbangan Hari Ulang Tahun Desa	2.000.000
		Sumbangan Agustusan	1.750.000
<b>Total</b>			<b>20.143.000</b>
2	2018	Bantuan Acara Ulang Tahun Desa Sumber Gede	1.500.000
		Bantuan UMKM	10.000.000
		Bantuan renovasi SD	2.500.000
		Bantuan Ramadhan	600.000
<b>Total</b>			<b>14.600.000</b>
3	2019	Bantuan Renovasi Masjid	10.500.000
		Bantuan UMKM	5.000.000
		Sumbangan Ramadhan	1.000.000
		Sumbangan Beasiswa Santri Di Pondok Pesantren	8.250.000

		Bantuan pembelian bibit pohon	1.750.000
<b>Total</b>			<b>26.500.000</b>
4	2020	Bantuan UMKM	10.791.000
		Pembangunan SD IT Bina Ilmu Sekampung	3.000.000
		Sumbangan Ramadhan	500.000
		Sumbangan Itikaf	500.000
		Bantuan Beasiswa Santri	6.000.000
<b>Total</b>			<b>20.791.000</b>

Sumber: Data diolah dari hasil wawancara dengan Bapak Sugianto, Direktur PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, pada tanggal 13 Oktober 2022<sup>7</sup>

Tujuan program CSR ini agar bisa membantu masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan, dan ekonomi masyarakat sekitar sehingga keberadaan PT. BPRS Aman syariah sekampung dapat bermanfaat bagi lingkungannya.

Dilihat dari jumlah dana CSR yang dikeluarkan tiap tahunnya masih menjadi satu dengan dana ZIS dan dananya tidak konsisten dan selalu naik turun serta belum ada aturan dan besaran dana CSR yang mesti dikeluarkan perusahaan tiap tahunnya maka hal PT. BPRS Aman Syariah Sekampung ini belum maksimal dalam pelaksanaannya.

Kegiatan CSR dapat menciptakan rasa percaya dari konsumen terhadap perusahaan yang berdampak pada loyalitas.<sup>8</sup> Indikator karakteristik Konsumen dapat didasarkan pada perilaku pembeli antara lain melakukan pembelian berulang secara teratur, membeli antarlini produk dan jasa, mereferensikan kepada orang lain dan menunjukkan kekebalan terhadap

<sup>7</sup> Bapak Sugianto, Direktur PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, hasil wawancara pada tanggal 13 oktober 2022

<sup>8</sup> Mulyana, Dian Ayuk Wulan Sari, "Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* Sebagai Pembentuk Citra Perusahaan Dan Loyalitas", *Ekobis* Vol.14, No.2, Januari 2013

tarikan dari pesaing.<sup>9</sup> Loyalitas yang tercipta ini merupakan keuntungan bagi perusahaan sebagai dampak dari pelaksanaan CSR. Namun dalam faktanya loyalitas nasabah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung selalu berfluktuasi dari tahun ke tahun hal ini dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Nasabah PT. BPRS Aman Syariah Sekampung**

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Saldo Rekening (Rp Dalam Jutaan)
1	2017	4.554 orang	4.575.598
2	2018	4.905 orang	4.133.661
3	2019	5.514 orang	4.083.210
4	2020	3.626 orang	3.402.613

Sumber: Data diolah dari hasil wawancara dengan Bapak Sugianto, Direktur PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, pada tanggal 26 Januari 2022<sup>10</sup>

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa pada tahun 2017 ke 2018 terjadi kenaikan jumlah nasabah yaitu 4.554 orang menjadi 4.905 orang tetapi jumlah saldo rekening terjadi penurunan yaitu Rp. 4.575.598 menjadi Rp. 4.133.661, pada tahun 2018 ke 2019 terjadi kenaikan jumlah nasabah yaitu 4.905 orang menjadi 5.514 orang tetapi jumlah saldo rekening terjadi penurunan yaitu Rp. 4.133.661 menjadi Rp. 4.083.210 tetapi pada tahun 2019 ke 2020 terjadi penurunan jumlah nasabah yaitu 5.514 orang menjadi 3.626 orang serta jumlah saldo rekening terjadi penurunan yaitu Rp. 4.083.210 menjadi Rp. 3.402.613. Jumlah saldo rekening cenderung berfluktuasi dengan jumlah nasabah tahun 2017 sampai dengan tahun 2020. Hal ini terjadi karena

<sup>9</sup> Jill Griffin, *Customer Loyalty* (Jakarta: Erlangga, 2005), 31.

<sup>10</sup> Bapak Sugianto, Direktur PT. BPRS Aman Syariah Sekampung, hasil wawancara pada tanggal 26 Januari 2022.

loyalitas yang terbentuk masih belum bisa membuat nasabah semakin loyal dan yakin untuk menitipkan dananya kepada PT. BPRS Aman Syariah Sekampung.

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk mengambil penelitian dikarenakan tiap tahunnya yang menjadi satu dengan dana ZIS dan dananya tidak konsisten dan selalu naik turun serta belum ada aturan dan besaran dana CSR yang mesti dikeluarkan perusahaan tiap tahunnya maka hal PT. BPRS Aman Syariah Sekampung ini belum maksimal dalam pelaksanaannya serta adanya jumlah saldo rekening nasabah cenderung berfluktuasi dengan jumlah nasabah di tahun 2017 sampai tahun 2020 sehingga bertentangan dengan teori yang menyatakan bahwa jika perusahaan rutin melakukan CSR yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukannya dengan konsisten dan rutin, maka masyarakat bisnis (investor, kreditur, dan lain-lain), pemerintah, akademisi maupun konsumen akan makin mengenal perusahaan maka loyalitas nasabah terhadap perusahaan juga meningkat.<sup>11</sup> Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP LOYALITAS NASABAH (Studi Kasus PT BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur)”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi beberapa masalah dalam penelitian ini:

---

<sup>11</sup> Darmawati, “Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Islam”, *Mazahib*, Vol. XIII, No. 2, Desember 2014, 131.

1. Dilihat dari jumlah dana CSR yang dikeluarkan tiap tahunnya masih menjadi satu dengan dana ZIS dan dananya tidak konsisten dan selalu naik turun serta belum ada aturan dan besaran dana CSR yang mesti dikeluarkan perusahaan tiap tahunnya maka hal ini PT. BPRS Aman Syariah Sekampung ini belum maksimal dalam pelaksanaannya.
2. Adanya jumlah saldo rekening nasabah cenderung berfluktuasi dengan jumlah nasabah di tahun 2017 sampai tahun 2020.
3. Bertentangan dengan teori yang menyatakan bahwa jika perusahaan rutin melakukan CSR yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukannya dengan konsisten dan rutin, maka masyarakat bisnis (investor, kreditur, dan lain-lain), pemerintah, akademisi maupun konsumen akan makin mengenal perusahaan maka loyalitas nasabah terhadap perusahaan juga meningkat

### **C. Batasan Masalah**

Dari berbagai identifikasi permasalahan tersebut maka penelitian ini dibatasi pada pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap loyalitas nasabah.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap loyalitas nasabah PT BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur?

2. Seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap loyalitas nasabah PT BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur?

## **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diajukan dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- a. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap loyalitas nasabah PT BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur.
- b. Untuk mengetahui besar pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap loyalitas nasabah PT BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur.

### **2. Manfaat Penelitian**

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan dalam bidang perbankan syariah berkaitan dengan pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap loyalitas nasabah.

- b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi BPRS Aman Syariah Sekampung

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan bagi pihak bank sehingga manajemen bank dapat meningkatkan kinerjanya dan dapat menetapkan strategi bisnis yang baik dalam

menghadapi krisis keuangan global dan juga persaingan dalam dunia bisnis perbankan.

2) Bagi masyarakat

Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap loyalitas nasabah.

3) Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan media bagi peneliti dalam menerapkan pengetahuan teoritis yang telah diperoleh selama masa perkuliahan dan memperkaya wawasan serta pengetahuan mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap loyalitas nasabah.

## F. Penelitian Relevan

Penelitian relevan berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terdahulu yang relevan atau berhubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian oleh Leni Aprilia, dengan judul Implementasi *Corporate Social Responsibility* di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur.<sup>12</sup> Persamaan peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Leni Aprilia yaitu sama-sama membahas tentang *Corporate Social Responsibility*. Perbedaannya terletak pada: jika penelitian Leni Aprilia mengkaji *Corporate Social Responsibility* secara kualitatif, maka dalam penelitian

---

<sup>12</sup> Leni Aprilia, "Implementasi *Corporate Social Responsibility* di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur", *Skripsi*, Metro: IAIN Metro, 2019

ini dikaji secara kuantitatif, serta variabel independen dan dependen yang digunakan pada penelitian ini berbeda dengan semua penelitian terdahulu yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel independen dan loyalitas nasabah sebagai variabel dependen.

2. Desi Wahyuni, *Tanggung Jawab Sosial (CSR) Perbankan Syariah Menurut Estika Bisnis Islam (Studi Kasus Bank Aman Syariah Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur)*<sup>13</sup> Persamaan peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Desi Wahyuni yaitu sama-sama membahas tentang *Corporate Social Responsibility*. Perbedaannya terletak pada: jika penelitian Leni Aprilia mengkaji *Corporate Social Responsibility* secara kualitatif, maka dalam penelitian ini dikaji secara kuantitatif, serta variabel independen dan variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini berbeda dengan semua penelitian terdahulu yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel independen dan Loyalitas Nasabah sebagai Variabel dependen.
3. Kiki Agung Laksono dengan judul *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bri Britama (Studi Pada Mahasiswa S1 FEB UB )*.<sup>14</sup> Persamaan peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Kiki Agung Laksono yaitu sama-sama membahas tentang *Pengaruh Corporate Social Responsibility*.

---

<sup>13</sup> Desi Wahyuni, "Tanggung Jawab Sosial (CSR) Perbankan Syariah Menurut Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Bank Aman Syariah Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur)", *Skripsi*, Metro: IAIN Metro, 2019

<sup>14</sup> Kiki Agung Laksono, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bri Britama (Studi Pada Mahasiswa S1 FEB UB )", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Diponegoro*, Vol. 9 No. 2, 2020

Perbedaannya terletak pada Sistem analisis rasio yang digunakan dalam mengkaji profitabilitasnya, karena penelitian Kiki Agung Laksono menekankan pada *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah Ditinjau dari Perspektif sedangkan peneliti hanya menggunakan dua variabel dimana CSR sebagai variabel independen dan loyalitas nasabah. Kebaruan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini pengaruh yang diakibatkan dari dana CSR terhadap loyalitas nasabah pada PT.BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur.

4. Ahmad Fahri dengan judul Pengaruh Program *Corporate Sosial Responsibility* Dan Citra Bank Sumut Terhadap Loyalitas Nasabah<sup>15</sup> Persamaan peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Fahri yaitu sama-sama membahas tentang *Corporate Social Responsibility*. Perbedaannya terletak pada penelitian Ahmad Fahri menekankan pada Program *Corporate Sosial Responsibility* Dan Citra Bank sedangkan peneliti hanya menggunakan dua variabel dimana CSR sebagai variabel independen dan loyalitas nasabah sebagai variabel dependen serta studi kasusnya berbeda. Kebaruan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini pengaruh yang diakibatkan dari dana CSR terhadap loyalitas nasabah pada PT.BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur.

---

<sup>15</sup> Ahmad Fahri, "Pengaruh Program *Corporate Sosial Responsibility* Dan Citra Bank Sumut Terhadap Loyalitas Nasabah", *Skripsi*, Medan: UIN Sumatera Utara, 2020

5. Nadratul Hasanah Lubis, dkk dengan judul Pengaruh Program *Corporate Sosial Responsibility*, Citra, Loyalitas Terhadap Nasabah.<sup>16</sup> Persamaan peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Nadratul Hasanah Lubis, dkk yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility*. Perbedaannya terletak pada: jika penelitian Nadratul Hasanah Lubis, dkk mengkaji pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan citra perbankan, maka dalam penelitian ini dikaji secara kuantitatif, serta variabel independen dan dependen yang digunakan pada penelitian ini berbeda dengan semua penelitian terdahulu yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel independen dan loyalitas nasabah sebagai variabel dependen.

---

<sup>16</sup> Nadratul Hasanah Lubis, dkk, "Pengaruh Program *Corporate Sosial Responsibility*, Citra, Loyalitas Terhadap Nasabah", *Ishlahiyah*, Vol. 1 No. 1 2020

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### *A. Corporate Social Responsibility*

##### **1. Pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)***

*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah komitmen dunia usaha untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan, dan keluarganya, sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas.<sup>1</sup>

*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah kewajiban manajemen untuk membuat pilihan dan mengambil tindakan yang berperan dalam mewujudkan kesejahteraan dalam masyarakat. Kewajiban tersebut dapat berbentuk perhatian perusahaan pada masyarakat sekeliling maupun tanggung jawab pemerintah dalam bentuk membayar pajak secara jujur dan tepat waktu.<sup>2</sup>

Pada dasarnya tanggung jawab merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang atau sebuah organisasi perusahaan untuk memberikan tanggapan terhadap berbagai hal yang dimintakan tanggapannya kepada orang atau perusahaan tersebut terhadap pihak lain.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Bukhari Alma dan Doni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 404.

<sup>2</sup> Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori Kasus Dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 81.

<sup>3</sup> Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis: Pengenalan Praktis Dan Study Kasus*, (Jakarta: Kencana, 2006), 109.

Tanggung jawab sosial adalah pengakuan dari perusahaan bahwa keputusan bisnis dapat memengaruhi masyarakatnya.<sup>4</sup>

Menurut peneliti CSR adalah sebuah komitmen terhadap tanggung jawab sosial yang dimiliki perusahaan yang kemudian diimplementasikan kepada masyarakat, karyawan serta nasabah dalam perusahaan tersebut yang bertujuan untuk mengembangkan dan mensejahterakan semua pihak.

Jadi dari berbagai macam pendapat di atas dapat dipahami bahwa CSR merupakan sebuah komitmen tanggung jawab sosial yang harus dimiliki perusahaan maupun perbankan sehingga dapat menciptakan hubungan yang harmonis antara karyawan, nasabah serta lingkungan dan masyarakat setempat sesuai dengan nilai, norma dan kebudayaan masyarakat tersebut.

## **2. Dasar Hukum dan Prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

### **a. Dasar Hukum *Corporate Social Responsibility***

#### 1) Al-Qur'an

CSR merupakan salah satu kepedulian dalam membangun lingkungan sekitar yang baik dan sejahtera.<sup>5</sup> Mengacu pada firman Allah yang mengatakan bahwa manusia sebagai *leader*, atau khalifah dimuka bumi berkewajiban untuk saling tolong menolong. yakni dalam Surah Al-Maidah ayat 2 :

---

<sup>4</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan /Kewirausahaan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), 280.

<sup>5</sup> Agus Sucipto, *Studi Kelayaan Bisnis Analisis Integratif dan Studi Kasus*, (UIN Maliki Press, 2011), 160.

## وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

Artinya: "...dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran...

(QS. Al-Maidah: 2).<sup>6</sup>

Pada suatu waktu di bulan zulkaidah, ia (al- Hathm) berangkat dengan membawa kafilah yang penuh dengan makanan menuju Mekah. Ketika para sahabat Nabi saw. Mendengar kepergiannya ke Mekah, bersiaplah segolongan kaum Muhajirin dan Ansar untuk mencegat kafilahnya. Akan tetapi turunlah ayat ini (QS. Al-Maidah: 2) yang melarang perang pada bulan haram, pasukan itu pun tidak jadi mencegatnya, dan Allah menurunkan ayat ini sebagai larangan untuk membalas dendam. Di riwayatkan oleh Ibnu Jarir yang bersumber dari Ikrimah hadis seperti ini diriwayatkan pula oleh as-Suddi.<sup>7</sup>

### 2) Undang- undang

#### a) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman

##### Modal(UU PM)

- 1) Pasal 15 huruf b UUPM menyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.
- 2) Pasal 16 huruf d menyatakan bahwa setiap penanam modal bertanggungjawab terhadap kelestarian lingkungan hidup.

<sup>6</sup> QS. Al Maidah(5): 2

<sup>7</sup> K. H.Q. Shaleh, H.A. A. Dahlan, *Azbabun Nuzul, Latar Belakang Historis Turunnya Ayat-ayat Al- Qur'an*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2000), 182.

- 3) Pasal 16 huruf e UUPM menyatakan bahwa setiap penanam modal bertanggungjawab untuk menciptakan keselamatan, kesehatan, kenyamanan, dan kesejahteraan pekerja.
- 4) Pasal 17 UUPM menentukan bahwa penanam modal yang mengusahakan sumber daya alam yang tidak terbarukan wajib mengalokasikan dana secara bertahap untuk pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup yang pelaksanaannya diatur sesuai dengan ketentuan peraturanperundang-undangan.<sup>8</sup>

b) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT)

UU No 40 tahun 2007 Pasal 74 ayat (1), (2), (3), dan (4), bunyi pasal tersebut sebagai berikut :

- 1) Undang-undang Perseroan Terbatas tersebut menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab social dan lingkungan;
- 2) Tanggung jawab social dan lingkungan itu merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran;
- 3) Perseroan Terbatas tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana pasal 1 dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab social dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.<sup>9</sup>

c) Keputusan Menteri Keuangan Nomor 232/KMK.013/1989 tanggal 11 November 1989 tentang Pedoman Pembinaan PengusahaEkonomi Lemah dan Koperasi melalui Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

Dana pembinaan disediakan dari penyisihan sebagian laba BUMN sebesar 1%-5% (dari laba setelah pajak). Nama

---

<sup>8</sup> Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal(UU PM)

<sup>9</sup> Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang PerseroanTerbatas (UU PT)

program saat itu lebih dikenal dengan Program Pegelkop (Pembinaan Pengusaha Ekonomi Lemah dan Koperasi). Pada Tahun 1994, nama program Pegelkop diubah menjadi Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi (Program PUKK) berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994 tentang Pedoman Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi melalui pemanfaatan dana dari Bagian Laba BUMN.<sup>10</sup>

- d) Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil.

Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil, antara lain terdapat pada Pasal 16 yaitu,

“Lembaga pembiayaan menyediakan dukungan modal untuk pembinaan dan pengembangan usaha kecil antara lain meliputi sekema modal awal, modal bergulir, kredit usaha kecil, kredit program dan kredit modal kerja usaha kecil, kredit kemitraan, modal ventura, dana dari bagian laba Badan Usaha Milik Negara (BUMN), anjak piutang dan kredit lainnya untuk peningkatan ekspor dan pengembangan teknologi usaha kecil.”<sup>11</sup>

Sebagai tindak lanjut dari PP No. 32 Tahun 1998 ini dikeluarkanlah Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan BUMN/Kepala Badan Pembina BUMN No.Kep-216/M-

---

<sup>10</sup> Keputusan Menteri Keuangan Nomor 232/KMK.013/1989 tanggal 11 November 1989 tentang Pedoman Pembinaan Pengusaha Ekonomi Lemah dan Koperasi melalui Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

<sup>11</sup> Peraturan Pemerintah Nomor 32 tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil Pasal 16

PBUMN/1999 tanggal 28 September 1999 tentang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan BUMN.

e) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN

1) Pasal 2 ayat 1 huruf e

Salah satu tujuan pendirian BUMN adalah turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi, dan masyarakat.

2) Pasal 88 ayat (1)

BUMN dapat menyisihkan sebagian laba bersihnya untuk keperluan pembinaan usaha kecil/koperasi serta pembinaan masyarakat sekitar BUMN.

Sebagai tindak lanjut UU No. 19 Tahun 2003 ini dikeluarkanlah Keputusan Menteri BUMN Nomor Kep-236/MBU/2003 tanggal 17 Juni 2003 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.<sup>12</sup>

f) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pasal 21 ayat 2 menyebutkan,

“Badan Usaha Milik Negara dapat menyediakan pembiayaan dari penyisihan bagian laba tahunan yang dialokasikan kepada Usaha Mikro dan Kecil dalam bentuk pemberian pinjaman, penjaminan, hibah, dan pembiayaan lainnya.”<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN

<sup>13</sup> Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pasal 21 ayat 2.

PKBL merupakan Program Pembinaan Usaha Kecil dan pemberdayaan kondisi lingkungan oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.

Jumlah penyisihan laba untuk pendanaan program maksimal sebesar 2% (dua persen) dari laba bersih untuk Program Kemitraan dan maksimal 2% (dua persen) dari laba bersih untuk Program Bina Lingkungan.

- g) Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, Pasal 4 ayat (1) PP No. 47 Tahun 2012

“Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan rencana kerja tahunan Perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau RUPS sesuai dengan anggaran dasar Perseroan, kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan.<sup>14</sup>

- h) Undang-undang Nomor 13 Tahun 2011 Tentang Penanganan Fakir Miskin

Undang-undang ini tidak membahas secara khusus peran dan fungsi perusahaan dalam menangani fakir miskin, melainkan terdapat klausul dalam pasal 36 ayat 1,

“Sumber pendanaan dalam penanganan fakir miskin, meliputi: c. dana yang disisihkan dari perusahaan perseroan. Diperjelas dalam ayat 2 Dana yang disisihkan dari perusahaan perseroan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c digunakan sebesar-besarnya untuk penanganan fakir miskin.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, Pasal 4 ayat (1)

<sup>15</sup> Undang-undang Nomor 13 Tahun 2011 Tentang Penanganan Fakir Miskin

Undang-undang Nomor 13 Tahun 2011 Pasal 41 tentang

“Peran Serta Masyarakat”, dalam ayat 3 dijelaskan bahwa,

“Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf j berperan serta dalam menyediakan dana pengembangan masyarakat sebagai pewujudan dari tanggung jawab sosial terhadap penanganan fakir miskin”.<sup>16</sup>

#### **b. Prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari atas tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah “*triple bottom lines*” yaitu *profit*, *people*, dan *planet*.

##### 1) *Profit*

Faktor keuntungan bagi perusahaan diperlukan karena kepentingan yaitu laba menjadi tujuan dari kegiatan bisnis, laba adalah sebagai insentif atau pendorong untuk bekerja lebih efisien, laba yang dicapai merupakan ukuran standar perbandingan dengan bisnis lainnya dan laba akan merupakan objek pajak, sebagai penghasilan bagi pemerintah.

##### 2) *People*.

Perusahaan yang berdiri di tengah-tengah masyarakat harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan anggota dan masyarakat sekitar. Sebab merekalah yang menjadi sumber kehidupan bagi perusahaan.

##### 3) *Planet*

Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup, serta kelestarian keragaman hayati. Karena semakin maju perusahaan maka akan semakin banyak sumber daya yang dibutuhkan. Jika perusahaan tidak mampu menjaga kelestarian alam maka planet rusak.<sup>17</sup>

### **3. Bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

salah satu bentuk tanggung jawab terhadap sesama muslim adalah zakat, infaq dan sodaqoh (ZIS). Dana ZIS digunakan untuk mengentaskan kemiskinan dalam rangka dakwah. Beberapa cara yang dilakukan para

<sup>16</sup> Undang-undang Nomor 13 Tahun 2011 Pasal 41 tentang Peran Serta Masyarakat

<sup>17</sup> Mahmud Siregar, *Prediktabilitas Regulasi CSR*, (Bandung : Alfabeta,2013), 412-413.

pengusaha untuk merealisasikan bentuk tanggung jawab sosial usaha antara lain:

- a. Investasi ziswaf (zakat, infaq, sodaqoh dan wakaf) yang diperuntukan sesuai dengan karakteristik penerima dan kondisi masyarakat.
- b. Sistem *qardhul hasan*, yakni program pemberian modal yang diangsur tanpa penambahan apapun dan tujuannya untuk pemandirian usaha.
- c. Sistem bagi hasil yang dapat diterapkan kepada kelompok ekonomi yang bisa memberi keuntungan. Namun seluruh bagi hasil tersebut tetap ditujukan untuk pemberdayaan.<sup>18</sup>

#### **4. Manfaat dan Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bagi Perusahaan**

##### a. Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Dalam menerapkan CRS banyak manfaat yang akan diperoleh perusahaan antara lain:

- 1) Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra perusahaan.
- 2) Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- 3) Mereduksi risiko bisnis perusahaan.
- 4) Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.
- 5) Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- 6) Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
- 7) Memperbaiki hubungan *stakeholders*.
- 8) Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- 9) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
- 10) Peluang mendapatkan pekerjaan.<sup>19</sup>

Secara lebih teoritis dan sistematis, konsep piramida tanggung jawab sosial perusahaan perlu menerapkan CSR bagi masyarakat di sekitarnya yaitu tanggung jawab ekonomis, tanggung jawab legal, tanggung jawab etis perusahaan memiliki kewajiban untuk

---

<sup>18</sup> Diddin Hafidhuddin, *Agar Layar Tetap Berkembang, Upaya Penyelamatan Umat*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2006), 65.

<sup>19</sup> Irham Fahmi, *Etika Bisnis.*, (Bandung:Alfabeta,2017),83.

menjalankan praktik bisnis yang baik, benar dan adil dan tanggung jawab.<sup>20</sup>

Manfaat lain yang dirasa oleh perusahaan dengan menerapkan CSR berdampak jangka panjang. Salah satunya jika ternyata perusahaan menemukan potensi lain di daerah tersebut maka masyarakat dan pemerintah di sana akan dengan cepat mendukung keberadaan perusahaan tersebut.

b. Tujuan *Corporate Social Responsibility*

Tujuan diadakannya program CSR, dalam hal ini perusahaan yang menjalankan unit program CSR sebenarnya dengan sasaran yang sudah ditargetkan. Tujuan yang paling obyektif adalah menghasilkan dampak positif terhadap lingkungan dan meliputi masyarakat. Berikut adalah beberapa tujuan diadakannya CSR:

- 1) Menyeimbangkan antara kekuatan korporasi dengan aspektanggungjawab;
- 2) Mengurangi adanya regulasi pemerintah (yang berlebihan);
- 3) Meningkatkan keuntungan jangka panjang;
- 4) Berkontribusi pada pengembangan lingkungan dan masyarakatsekitar
- 5) Meningkatkan nilai dan reputasi korporasi;
- 6) Memperbaiki permasalahan sosial yang disebabkan oleh perusahaan.<sup>21</sup>

Menurut peneliti dengan diadakan program CSR ini maka akan lebih mudah untuk mendongkrak nama baik perusahaan tersebut, sehingga nantinya akan banyak masyarakat yang mengenal dan

---

<sup>20</sup> Irham Fahmi, *Etika Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 85.

<sup>21</sup> T. Romi Marnelly, "Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia", *Jurnal Aplikasi Bisnis*, (Riau : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau), Vol. 2 No. 2, (April 2012), 55.

menganggap positif tentang keberadaan perusahaan ini karena sudah banyak membantu mensejahterakan masyarakat disekeliling perusahaan tersebut.

### **5. Dampak *Corporate Social Responsibility***

Pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan akan memberikan dampak positif tidak hanya bagi operasional perusahaan, akan tetapi juga bagi kelangsungan eksistensi perusahaan untuk jangka panjang, keuntungan yang diraih melalui program ini adalah :<sup>22</sup>

- a. Program CSR dapat menciptakan kedekatan sosial antara pihak Bank dengan masyarakat lokal.
- b. Mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. Perusahaan yang menjalankan CSR secara konsisten akan mendapatkan dukungan luas dari komunitas yang telah merasakan manfaat dari aktivitas yang dijalankan. Program CSR akan mendongkrak citra perusahaan.
- c. CSR dapat sebagai pelindung dan membantu meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis. Jika perusahaan sedang mendapatkan kabar yang tidak baik atau bahkan perusahaan melakukan kesalahan, masyarakat akan lebih mudah memaafkannya.
- d. Bila reputasi perusahaan baik, maka akan berdampak positif terhadap karyawan yang bekerja didalamnya. Kebanggaan akan menghasilkan loyalitas, sehingga akan termotivasi untuk bekerja

---

<sup>22</sup> Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Putra Grafika, 2006), 191.

lebih keras dan akan berujung pada peningkatan kinerja dan produktivitas perusahaan.

Di dalam pemberdayaan masyarakat yang penting adalah bagaimana menjadikan masyarakat pada posisi pelaku pembangunan yang aktif dan bukan penerima pasif, konsep gerakan pemberdayaan masyarakat dalam pembangunan, mengutamakan inisiatif dan kreasi masyarakat dengan strategi pokok memberikan kekuatan kepada masyarakat.

#### **6. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Dalam implementasinya ada empat model atau pola CSR yang umumnya diterapkan di Indonesia diantaranya:

- a. Keterlibatan langsung. Perusahaan menjalankan tanggung jawab sosial secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara
- b. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan. Perusahaan mendirikan Yayasan sendiri dibawah perusahaan atau grupnya. Model ini adalah model yang lazim perusahaan-perusahaan di negara maju. Biasanya perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatann yayasan.
- c. Bernitra dengan pihak lain. Pihak perusahaan melakukan kerja sama dengan lembaga sosial atau organisasi non pemerintah, intansi

pemerintah, universitas atau media masa, baik dalam mengelola dana maupun dalam pelaksanaannya.

- d. Mendukung atau bergabung dalam consortium (pembiayaan bersama). Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga social yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Dibandingkan dengan model lainnya, pola ini lebih berorientasi pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat hibah pembangunan.<sup>23</sup>

Implementasi tanggung jawab sosial perusahaan yang memiliki efektivitas yang tinggi hanya dapat dicapai jika pelaku usaha tidak lagi berperan hanya sebagai dermawan. Sikap seperti inilah yang berdampak negatif, yaitu melestarikan ketergantungan pada uang kontribusi. Dalam konteks pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Semestinya dapat dibangun suatu relasi dalam bentuk mitra kerja antara perusahaan dengan masyarakat setempat dalam upaya mencapai tujuan bersama.

## **7. Indikator *Corporate Social Responsibility***

Untuk mengukur keberhasilan penerapan CSR pada suatu perusahaan ada beberapa indikator yang dapat kita jadikan acuan. Menurut Yuliana, dkk. ada enam indikator keberhasilan CSR yang dapat dilihat, yaitu:

- a. Indikator kinerja ekonomi yaitu Menggambarkan bahwa suatu perusahaan haruslah memajukan dan berdampak baik pada perekonomian masyarakat sekitar perusahaan tersebut.

---

<sup>23</sup> Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial Didunia Industri*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.110

b. Indikator kinerja lingkungan

menggambarkan adanya pengendalian polusi, pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan, konservasi sumber alam, menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan pengolahan limbah, mempelajari dampak lingkungan..

c. Indikator kinerja hak asasi manusia

Memiliki karyawan yang diambil dari lingkungan sekitar dan tidak mempekerjakan pekerja di bawah umur.

d. Indikator kinerja sosial

Dapat berupa sumbangan tunai, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, dan pendidikan.

e. Indikator kinerja produk

Memiliki kriteria pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan <sup>24</sup>

## **B. Loyalitas Nasabah**

### **1. Pengertian Loyalitas Nasabah**

Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, pelanggan adalah “kepatuhan, kesetiaan”.<sup>25</sup> Sedangkan konsumen atau pelanggan menurut Griffin berasal dari kata *custom* yang didefinisikan sebagai membuat

---

<sup>24</sup> Rita Yuliana, “Praktik Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia” *Jurnal Investasi*, Vol. 6 No. 2, 2010, 148.

<sup>25</sup>Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 1281.

sesuatu yang menjadi kebiasaan atau biasa dan mempraktekkan kebiasaan.<sup>26</sup>

Loyalitas Nasabah adalah pelanggan yang tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap positif terhadap perusahaan jasa.<sup>27</sup>

Menurut definisi di atas dapat dimengerti bahwa loyalitas merupakan suatu sikap positif konsumen terhadap suatu produk baik jasa maupun pada perusahaan itu sendiri yang disertai dengan komitmen untuk memakai produk atau jasa perusahaan tersebut dan merekomendasikannya pada pihak lain.

## 2. Loyalitas dan Hak Nasabah

Sebagai pemakai barang/jasa, konsumen memiliki sejumlah hak dan kewajiban. Pengetahuan tentang hak-hak konsumen sangat penting agar orang bisa bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri. Tujuannya, jika adanya tindakan yang tidak adil terhadap dirinya, ia secara spontan menyadari akan hal itu. Konsumen kemudian bisa bertindak lebih jauh untuk memperjuangkan hak-haknya. Dengan kata lain, ia tidak hanya tinggal diam saja ketika menyadari bahwa hak-haknya telah dilanggar oleh pelaku usaha. ada empat hak dasar Konsumen, adalah sebagai berikut:

- a. Hak untuk mendapat atau memperoleh keamanan (*The Right to be Secured*)
- b. Hak untuk memperoleh informasi (*The Right to be Informed*)

---

<sup>26</sup> Soegeng Wahyoedi, Saparso, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 24.

<sup>27</sup> Warnadi, Aris Triyono, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 35.

- c. Hak untuk memilih (*The Right to Choose*)
- d. Hak untuk didengarkan (*The Right to be Heard*).<sup>28</sup>

Hak konsumen sebagaimana tertuang dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomer 8 Tahun 1999 Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Hak-hak Konsumen adalah :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi/penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.<sup>29</sup>

Hak- hak konsumen yang dipandang sebagai jalan masuk yang tepat dalam masalah etis seputar konsumen sangat diperlukan, Bila diperhatikan dengan seksama, tampak bahwa hak dan kewajiban pelaku usaha bertimbal balik dengan hak dan kewajiban konsumen. Ini berarti hak bagi konsumen adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha. Demikian pula dengan kewajiban konsumen merupakan hak yang akan diterima pelaku usaha. Bila dibandingkan dengan ketentuan umum di

---

<sup>28</sup> Happy Susanto. *Hak-hak Konsumen Jika Diragukan* (Jakarta: Visimedia, 2008), 24-25.

<sup>29</sup> Undang Nomer 8 Tahun 1999 Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK)

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, tampak bahwa pengaturan UUPK lebih spesifik. Karena di UUPK pelaku usaha selain harus melakukan kegiatan usaha dengan itikad baik, ia juga harus mampu menciptakan iklim usaha yang kondusif, tanpa persaingan yang curang antar pelaku usaha.

### 3. Asas-asas Perlindungan Pelanggan

Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen pasal 2, ada lima asas perlindungan konsumen.

- a. Asas manfaat  
Maksud asas ini adalah untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingankonsumen dan pelau usaha secara keseluruhan.
- b. Asas keadilan  
Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat bisa diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknyadan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- c. Asas keseimbangan  
Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti material maupun spiritual.
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen  
Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang/jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- e. Asas kepastian hukum  
Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum.<sup>30</sup>

Asas ini menyatakan, pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen, tetapi hal itu baru dapat dilakukan jika di antara mereka telah terjalin suatu hubungan kontraktual. Pelaku usaha tidak dapat

---

<sup>30</sup> Undang Nomer 8 Tahun 1999 Undang-undang Perlindungan Konsumen pasal 2

disalahkan atas hal hal diluar yang diperjanjikan. Secara tegas menyatakan, barangsiapa yang mengendalikan mempunyai suatu hak atau untuk meneguhkan haknya atau membantah hak orang lain, atau menunjuk pada suatu peristiwa, maka ia diwajibkan membuktikan adanya hak atau peristiwa tersebut.

#### **4. Pengembangan Loyalitas Nasabah**

Dalam pengembangan loyalitas nasabah ada dua faktor penting untuk mengembangkan loyalitas:

- a. Keterikatan (*attachment*) yang tinggi terhadap produk atau jasa tertentu dibandingkan terhadap produk atau jasa pesaing potensial, keterikatan yang dirasakan pelanggan terhadap produk atau jasa yang dibentuk oleh dua dimensi yaitu:
  1. Tingkat preferensi yaitu seberapa besar keyakinan pelanggan terhadap produk atau jasa tertentu.
  2. Tingkat diferensiasi produk yang dipersepsikan yaitu seberapa signifikan pelanggan membedakan produk atau jasa tertentu dari alternatif-alternatif lain.
- b. Pembelian berulang yang tinggi terhadap produk atau jasa tertentu dibandingkan dengan produk lain dengan pesaing.<sup>31</sup>

Produk, kualitas produk yang baik secara langsung akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, dan bila hal tersebut berlangsung secara terus-menerus akan mengakibatkan konsumen yang selalu setia membeli atau menggunakan produk tersebut dan disebut Konsumen.

#### **5. Indikator Loyalitas Nasabah**

Indikator loyalitas nasabah dapat didasarkan pada perilaku pembeli antara lain:

---

<sup>31</sup> Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 95.

- a. Melakukan pembelian berulang secara teratur.

Konsumen melakukan pembelian secara *continue* pada suatu produk tertentu. Contoh: pencipta motor Harley Davidson akan membeli motor Harley baru jika ada model Harley Davidson yang terbaru, bahkan tidak hanya membeli tetapi mereka juga mengeluarkan uang tambahan untuk mengubahnya sesuai dengan keinginan mereka.

- b. Membeli antar lini produk dan jasa

Konsumen tidak hanya membeli jasa dan produk utama tetapi konsumen juga membeli lini produk dan jasa dari perusahaan yang sama. Contoh: konsumen tidak hanya membeli motor Harley davidson saja, tetapi mereka juga membeli aksesoris dari Harley Davidson untuk mempercantik diri mereka.

- c. Mereferensikan kepada orang lain.

Dimana konsumen melakukan komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) berkenan dengan produk tersebut. Contoh: seorang konsumen Harley Davidson yang sudah lama memakai motor tersebut, menceritakan tentang kehebatan dan keunggulan dari motor tersebut, kemudian setelah itu temannya tertarik membeli motor Harley Davidson karena mendengar cerita tersebut.

- d. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Konsumen menolak untuk menggunakan produk atau jasa alternatif yang ditawarkan oleh pesaing. Contoh: para pecinta motor Harley

Davidson menolak untuk menggunakan motor lain, bahkan mereka juga cenderung menolak untuk mengetahui jenis-jenis motor lainnya.<sup>32</sup>

Konsumen dapat merupakan seorang individu ataupun organisasi, mereka memiliki peran yang berbeda dalam perilaku konsumsi, mereka mungkin berperan sebagai initiator, influencer, buyer, payer atau user, Dalam upaya untuk lebih memahami konsumennya sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, perusahaan dapat menggolongkan konsumennya ke dalam kelompok yang memiliki kemiripan tertentu, yaitu pengelompokan menurut geografi, demografi, psikografi, dan perilaku.

### C. Kerangka Berpikir

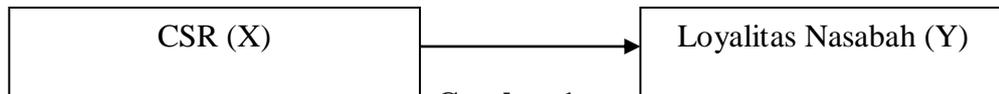
kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.<sup>33</sup> Shariah Enterprise Theory mencakup nilai-nilai syariah (keadilan, rahmatan lil alamin, dan maslahah) dan menurut teori stakeholder bahwa hubungan yang kuat dengan para pemangku kepentingan adalah berdasarkan kepercayaan, rasa hormat, dan kerjasama. Pengaruh program CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen sebagai salah satu ukuran *Balanced Scorecard*.

---

<sup>32</sup> Jill Griffin, *Customer Loyalty* (Jakarta: Erlangga, 2005), 31.

<sup>33</sup> Sugiyono, *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, RnD*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 60.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah CSR (X) sebagai variabel bebas dan Loyalitas Nasabah (Y) sebagai variabel terikat. Berikut ini adalah gambaran kerangka berfikir dalam penelitian ini.



**Gambar 1**

### **Bagan Kerangka Berpikir**

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah “jawaban sementara yang masih perlu diuji kembali . dikatakan sementara, dikarenakan jawaban yang diberikan baru bersifat teori yang relevan, belum berdasarkan pada fakta-fakta yang diperoleh melalui pengumpulan data.<sup>34</sup> Berdasarkan pengertian di atas, dapat penulis kemukakan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

Ho : CSR tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah .

Ha : CSR berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah

---

<sup>34</sup> Sugiyono, *metode penelitian bisnis* (Bandung : Alfabeta, 2007),93

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian ini peneliti akan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan “metode penelitian yang menjelaskan fenomena dengan menggunakan data-data numerik, kemudian dianalisis menggunakan setatistik.<sup>1</sup>

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dari hasilnya, Demikian pula terhadap pada tahap kesimpulan penelitian akan lebih baik bila disertai dengan gambar, tabel, grafik atau tampilan lainnya.<sup>2</sup>

Penelitian ini untuk menguji pengaruh variabel X (CSR) terhadap Y (Loyalitas Nasabah). Alasan dipilihnya jenis penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh CSR terhadap Loyalitas Nasabah. Penelitian ini terdiri dari dua variabel antara lain variabel bebas (X) yaitu CSR dan variabel terikat (Y) yaitu Loyalitas Nasabah.

---

<sup>1</sup> Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan* (Bandung PT Refika Aditama, 2012), 48.

<sup>2</sup> Zuhairi, *et. al.pedoman penulisan karya ilmiah* (Jakarta:Rajawali Pers, 2016), 24

Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah “metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi obyek sesuai dengan apa adanya.”<sup>3</sup>

Penelitian deskriptif merupakan penelitian paling sederhana, dibandingkan dengan penelitian-penelitian yang lain karena dalam penelitian ini peneliti tidak melakukan apa-apa terhadap objek atau wilayah yang diteliti. Ini artinya bahwa dalam penelitian, peneliti tidak mengubah, menambah, atau mengadakan manipulasi terhadap objek atau wilayah penelitian. Dan jenis dari penelitian deskriptif yang peneliti gunakan adalah penelitian korelasi sebab akibat dimana peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap loyalitas nasabah PT BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur.

## **B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

Variabel adalah “gejala yang bervariasi, yang menjadi objek penelitian. Sementara definisi operasional variabel ialah sesuatu yang berguna untuk “ menjelaskan variabel-variabel yang diteliti, serta penjabaran variabel menjadi subvariabel beserta indikator-indikatornya.”<sup>4</sup>

Adapun variabel yang akan dioperasionalkan ialah CSR, sebagai variabel bebas (variabel X) dan Loyalitas Nasabah, sebagai variabel terikat (variabel Y). Berikut penjelasan mengenai variabel bebas (X) dan Variabel terikat (Y):

---

<sup>3</sup> Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Prakteknya*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 157

<sup>4</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta:Rineka Cipta, 2010), 169.

## 1. CSR (variabel bebas/ X)

Variabel bebas atau yang disebut dengan variabel independen merupakan “Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).”<sup>5</sup> Sejalan dengan pengertian tersebut maka yang disebut variabel bebas pada penelitian ini penggunaan CSR.

*Corporate Social Responsibility* merupakan tahap aplikasi program *Social Responsibility* sebagaimana telah direncanakan sebelumnya. Penerapan tanggung jawab sosial membutuhkan iklim organisasi yang saling percaya dan kondusif, sehingga memunculkan motivasi dan komitmen karyawan pelaksana. Indikatornya adalah:

- a. Kinerja ekonomi
- b. Kinerja lingkungan
- c. Kinerja hak asasi manusia
- d. Kinerja sosial
- e. Kinerja produk

## 2. Loyalitas Nasabah (variabe terikat/Y)

Variabel terikat atau dependen merupakan “Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”<sup>6</sup> sesuai pengertian tersebut, variabel terikat pada penelitian ini adalah Loyalitas Nasabah. Variabel terikat ini di ukur melalui angket.

---

<sup>5</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 38.

<sup>6</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 39.

Loyalitas Nasabah merupakan suatu sikap positif nasabahterhadap suatu produk baik jasa maupun pada perusahaan itu sendiri yang disertai dengan komitmen untuk memakai produk atau jasa perusahaan tersebut dan merekomendasikannya pada pihak lain. Indikator Loyalitas Nasabah diantaranya:

- a. Melakukan pembelian berulang secara teratur.
- b. Membeli antarlini produk dan jasa.
- c. Mereferensikan kepada orang lain.
- d. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

### **C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis (subjek) yang ciri-cirinya akan diduga atau “wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulnya.”<sup>7</sup>

Berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat dipahami bahwa populasi merupakan jumlah keseluruhan dari objek yang menjadi peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah nasabah pada PT BPRS Aman Syariah Sekampung sebanyak 3.626

---

<sup>7</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 38.

## 2. Sampel

Sampel adalah “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi,”<sup>8</sup> berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dipahami bahwa pengambilan sampel merupakan suatu proses pemilihan, penentuan, dan penghitungan jenis sampel yang akan menjadi objek penelitian sampel yang akan diteliti.

Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana.<sup>9</sup> Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e=0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,05 (5%) untuk populasi dalam jumlah kecil

---

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 81.

<sup>9</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2011),

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Slovin adalah antara 10-20 % dari populasi penelitian. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 3.626 nasabah, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{3626}{1 + 3626(0,1)^2}$$

$$n = 97,31 = 97$$

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu.<sup>10</sup> Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut yang dianggap mengetahui tentang apa yang peneliti harapkan sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi yang diteliti. Atau dengan kata lain pengambilan sampel diambil berdasarkan kebutuhan penelitian.

Adapun kriteria tertentu yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah sebagai berikut:

- a. Nasabah pendanaan aktif yang berusia antara 20 hingga 70 tahun.
- b. Nasabah pendanaan aktif yang memiliki loyalitas tinggi (menabung berkali-kali).
- c. Nasabah pendanaan aktif yang rajin menabung tetapi hanya jika pihak Bank datang menemuinya.

---

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian kombinasi*,(Bandung:Alfabeta,2018),122

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan Pengaruh CSR Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT BPRS Aman Syariah Sekampung, maka peneliti menggunakan beberapa metode, diantaranya:

##### 1. Angket

Angket atau kuesioner (*questionnaire*) merupakan suatu teknik atau cara pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya jawab dengan responden).<sup>11</sup> Angket dalam penelitian ini digunakan untuk menghimpun data tentang CSR dan Loyalitas Nasabah

##### 2. Wawancara

wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan antara dua orang atau lebih bertatap muka dan mendengar secara langsung informasi atau keterangan dari narasumber<sup>12</sup>

Metode wawancara yang akan peneliti lakukan adalah metode wawancara bebas terpimpin, dimana untuk menghindari pembicaraan yang menyimpang dari permasalahan yang akan diteliti, dengan metode tersebut diharapkan akan memperoleh data mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan direktur PT. BPRS Aman Syariah Sekampung.

---

<sup>11</sup> Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), 219

<sup>12</sup> Cholid Narubuko & Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2016), 83

### 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengge, agenda, dan sebagainya.”<sup>13</sup> Dalam hal ini peneliti melakukan pengumpulan data dengan menggunakan dokumentasi untuk mencari data-data yang diperlukan untuk mengetahui profil PT BPRS Aman Syariah Sekampung.

### **E. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian sebagai alat atau fasilitas yang dipergunakan dalam pengumpulan data. Instrumen adalah alat pada waktu penelitian menggunakan suatu metode.<sup>14</sup> Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam melaksanakan pengumpulan data yang diperlukan untuk penelitian.

Penyusunan Angket masing-masing Variabel dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

- a. Penyusunan kisi-kisi berdasarkan indikator variabel
- b. Penyusunan butir-butir pertanyaan sesuai dengan indikator variabel
- c. Melakukan analisis rasional untuk melihat kesesuaian dengan indikator-indikator serta ketepatan penyusunan butir-butir angket dari segi bahasa dan aspek yang diukur.

---

<sup>13</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian.*, 274.

<sup>14</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian.*, 121.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pokok angket terdiri dari jawaban yang mengundang variasi nilai bertingkat dengan alternatif jawaban kriteria sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Kriteria Skor Skala Likert**

No	Jawaban	Skor
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak setuju (TS)	2
5	Sangat tidak setuju (STS)	1 <sup>15</sup>

Adapun, jumlah butir pernyataan masing-masing indikator dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

1. Rancangan instrumen atau jumlah butir pernyataan dari masing-masing indikator

**Tabel 3.2**  
**Jumlah butir pernyataan dari masing-masing indikator**

No	Variabel penelitian	Indikator	No Item	Jumlah
1.	<i>Corporate social responsibility</i> <b>CSR (X)</b>	a. Kinerja ekonomi	1, 2,	2
		b. Kinerja lingkungan	3, 4,	2
		c. Kinerja hak asasi manusia	5, 6	2
		d. Kinerja sosial	7, 8	2
		e. Kinerja produk	9, 10	2

<sup>15</sup> Ridwan dan Akdon, *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistik*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 16.

2.	<b>Loyalitas Nasabah</b>	a. Melakukan pembelian berulang secara teratur.	11, 12	2
		b. Membeli antarlini produk dan jasa.	13, 14, 15	3
		c. Mereferensikan kepada orang lain.	16, 17	2
		d. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.	18, 19, 20	3
<b>Jumlah</b>				<b>20</b>

Berdasarkan indikator di atas, maka dapat dikembangkan menjadi instrumen penelitian dalam bentuk pertanyaan dalam bentuk kuesioner yang akan diberi skor pada jawaban dari responden yang diasumsikan benar dan dapat dipercaya menurut skala likert. Jumlah pertanyaan pada instrumen penelitian terdapat 20 item pertanyaan. Skala likert pada setiap item dalam penelitian ini ditunjukkan dengan jawaban dan diberi skor untuk keperluan analisis kuantitatif.

## 2. Pengujian Instrumen

### a. Uji Validitas

Uji validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukurnya.<sup>16</sup> Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir pernyataan dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variable.

Berdasarkan pengertian tersebut maka dalam penelitian ini alat ukur pengumpulan data yang peneliti gunakan untuk mengukur kemantapan alat pengumpulan data maka validitas sebagai alat ukur sangat diperlukan dalam suatu penelitian agar apa yang akan diteliti benar-benar valid. Dalam uji validitas atau uji korelasi produk momen, nilai DF adalah sebesar  $N - 2$ . Dimana  $N$  adalah besarnya sampel.<sup>17</sup> Dengan demikian, hasil perhitungan uji validitas dengan  $\alpha = 0,05$ . Maka dikatakan valid apabila signifikansi  $< 0,05$  dan signifikansi  $> 0,05$  berarti tidak valid. Dimana data diolah menggunakan *SPSS 26 For Window's*. Adapun rumus yang akan peneliti gunakan adalah teknik korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = Angka Indeks Korelasi “r” Product Moment

$N$  = *Number of Cases*

$\sum xy$  = Jumlah hasil perkalian antara skor X dan Y

$\sum X$  = Jumlah seluruh skor X

<sup>16</sup> Syofiyon Siregar, *Statistik Parametrik.*, 75.

<sup>17</sup> Sugiyono, *Penelitian Kuantitatif*, 125.

$\Sigma Y =$  Jumlah seluruh skor Y<sup>18</sup>

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data dengan tujuan pengukuran. Dengan demikian, untuk mencapai hal tersebut dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbaach*, dimana secara umum yang dianggap reliabel apabila koefisien reliabilitasnya  $r_{11} > 0,6$  yang diolah menggunakan *SPSS 26 For Window's*.<sup>19</sup> Dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum a_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

$R_{11}$  = reliabilitas instrumen

$K$  = banyaknya butir pernyataan

$\sum a_b^2$  = jumlah varians butir

$\sigma_t^2$  = varians total

## F. Teknik Analisis Data

Analisis data yaitu proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokkan,

<sup>18</sup> Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014), 206.

<sup>19</sup> Singgih Santoso, *Statistik Parametik*, (Jakarta: Gramedia, 2010), 90.

sistematisasi, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis dan ilmiah.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data kuantitatif, yaitu data yang dapat diwujudkan dengan angka yang diperoleh dari lapangan. Dalam penelitian kuantitatif yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa suatu gejala itu dapat diklasifikasikan, dan hubungan gejala bersifat kausal (sebab akibat), maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan kepada beberapa variabel saja. Pola hubungan antara variabel yang akan diteliti tersebut selanjutnya disebut sebagai paradigma penelitian.

Jadi paradigma penelitian merupakan pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian. Paradigma penelitian ini terdiri atas satu variabel independen dan dependen. Adapun data kuantitatif ini dianalisis oleh penulis dengan menggunakan statistik. Rumus yang digunakan adalah rumus t-testa tau uji t dan uji *paired sample t-test*. Karena yang digunakan rumus t, rumus t banyak ragamnya dan pemakaiannya di sesuaikan dengan karakteristik data yang akan dibedakan. Ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi sebelum uji t dilakukan. Persyaratannya adalah:

## **1. Uji Asumsi Klasik**

### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan dependen memiliki distribusi normal atau

tidak.<sup>20</sup> Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui apakah normal atau tidak, maka dilakukan uji normalitas dengan menggunakan aplikasi SPSS dengan melihat hasil data yang muncul apakah yang muncul pada kolom *kolmogrov-smirnov* atau pada *Shapiro Walk*. Kemudian untuk dasar pengambilan keputusan normal tidaknya, yaitu apabila  $x$  hitung  $> 0.05$  maka distribusi populasi dikatakan normal, dan jika  $x$  hitung  $< 0.05$  maka distribusi populasi dikatakan tidak normal.

## 2. Uji Hipotesis

### a. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali, uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan kepengamatan yang lain.<sup>21</sup> Dalam pengamatan ini untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji *Arch*. Uji *Arch* adalah meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut: Apabila grafik plot menunjukkan tidak terdapat adanya titik – titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, dan titik – titik pada *scatterplot* di atas menyebar secara acak di atas

---

<sup>20</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang: UNDIP, 2001), 83.

<sup>21</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2008), 120.

maupun di bawah angka 0 pada sumbu y. Hal tersebut artinya menunjukkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas<sup>22</sup>

#### b. Uji Regresi Linier Sederhana

Uji korelasi tunggal atau persamaan regresi linier sederhana digunakan untuk menguji hipotesis pertama dan kedua. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel bebas dengan terikatnya. Langkah-langkah yang digunakan dalam analisis data adalah sebagai berikut :<sup>23</sup>

$$\hat{Y} = a + bX$$

Untuk mencari regresi linier sederhana menggunakan rumus :

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{i \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Apabila hasil output SPSS terbukti bahwa koefisien konstanta pada model linier (*a*) signifikan karena nilai signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi variabel (*b*) menunjukkan signifikan karena jauh lebih kecil dari taraf signifikan 5% atau 0.05 maka hipotesis dapat diterima.

#### c. Uji Hipotesis (Uji T)

Uji T digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Apabila nilai

---

<sup>22</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, 137.

<sup>23</sup> Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Kencana, 2007), 158.

signifikansi  $< 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka suatu variabel dapat dikatakan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel yang lain.<sup>24</sup>

Untuk melihat harga  $t_{tabel}$  adalah dengan rumus  $dk = N$  (Jumlah responden)  $- 1$ .<sup>25</sup> Adapun kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis: Jika  $sig. > 0,05$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jika  $sig. < 0,05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### d. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kelayakan penelitian yang dilakukan dengan melihat berapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. *Adjusted R square* adalah *R square* yang telah disesuaikan nilai ini selalu lebih kecil dari *R square* dari angka sebagai koefisien determinasi.

analisis koefisien determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD : koefisien determinasi

$R^2$  : koefisien korelasi yang dikuadratkan<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 243.

<sup>25</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 238.

<sup>26</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D* (Jakarta: Indeks Jakarta, 2012), 257.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah PT BPRS Aman Syariah Sekampung**

Berlandaskan dengan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dan Peraturan Bank Indonesia No.11/23/PBI/2009 tanggal 1 Juli 2009 tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah serta Surat Edaran Bank Indonesia No. 11/34/DPbS tanggal 23 Desember 2009 perihal Bank Pembiayaan Rakyat Syariah maka di Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur direncanakan mendirikan PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur sebagai community bank.<sup>1</sup> Sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia No.11/23/PBI/2009 tersebut, BPRS hanya dapat didirikan dengan izin Bank Indonesia yaitu izin prinsip dan izin usaha. Yakni adanya studi kelayakan mengenai peluang pasar dan potensi ekonomi.

Berdasarkan hasil Rapat Calon Pemegang Saham (RCPS) pada 17 Maret 2012, yang pada waktu itu dihadiri oleh 17 orang yang menjadi calon pemegang saham, akhirnya terlaksana pendirian PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur. Badan hukum PT berdasarkan Akta Pendirian PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur No. 15 tanggal 11 Pebruari 2014 oleh Notaris Abadi Riyantini, Sarjana Hukum dan pengesahan Badan

---

<sup>1</sup> Dokumentasi BPRS Aman Syariah Lampung

Hukum PT dari Kementerian Hukum dan Hak Azasi Manusia (Menkumham) Nomor : AHU-10.01982.<sup>2</sup>

PENDIRIAN-PT.2014 tanggal 13 Pebruari 2014 serta Surat Otoritas Jasa Keuangan Nomor: S-2/PB.1/2014 tentang Pemberian Izin Prinsip Pendirian PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur pada tanggal 28 Januari 2014 dan Mulai beroperasi pada tanggal 30 Desember 2014 berdasarkan Surat Otoritas Jasa Keuangan Nomor : S-237/PB.131/2014 tentang Pemberian Izin Usaha pada tanggal 30 Desember 2014. Dalam operasioanalnya PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur dikelola oleh Direksi dan jajaran karyawan dan diawasi oleh Dewan Komisaris. Hasil pengelolaan yang dilakukan oleh Direksi dan pengawasan yang dilakukan Dewan Komisaris serta pengawasan secara syariah oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) dilaporkan dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).<sup>3</sup>

## **2. Visi dan Misi PT BPRS Aman Syariah Sekampung**

Visi Jangka Pendek

“Tercapainya Rencana Bisnis Bank Tahun 2020”

Misi:

- a. Meningkatkan pendanaan pada setiap bulannya
- b. Meningkatkan penyaluran pembiayaan setiap bulannya
- c. Meningkatkan pelayanan kepada nasabah
- d. Menjalin hubungan yang baik dengan nasabah

---

<sup>2</sup> Dokumentasi BPRS Aman Syariah Lampung

<sup>3</sup> Dokumentasi BPRS Aman Syariah Lampung

e. Meningkatkan kerjasama dengan nasabah-nasabah potensial<sup>4</sup>

BPRS Aman Syariah Lampung Timur akan membuat rencana bisnis yang berisi tentang target-target kerja yang akan dicapai pada tahun 2020. Dalam rencana bisnis bank tahun 2020, Bank berkomitmen dan bertekad untuk terus berusaha mencapai rencana bisnis yang telah dibuat ditahun 2020.

Tujuan Pendirian BPRS Aman Syariah Lampung Timur yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di wilayah Lampung Timur dan sekitarnya melalui:

- a. Pemberian pelayanan jasa perbankan bagi pengusaha kecil di pedesaan yang mudah, aman, Islami dengan prinsip bank yang sehat dan sesuai dengan peraturan yang berlaku.
- b. Membuka dan memperluas lapangan dan kesempatan kerja bagi masyarakat.
- c. Berpartisipasi dalam upaya memberantas para pelepas uang (rentenir).
- d. Terciptanya ukhuwah Islamiyah yang semakin berkualitas baik antara nasabah dengan BPR Syariah sebagai pelaksana amaliah, maupun di antara nasabah BPR Syariah.
- e. Mendidik masyarakat untuk selalu memikirkan masa depan dan tidak hanya menguntungkan kepada nasib, namun lebih menekankan kepada usaha.<sup>5</sup>

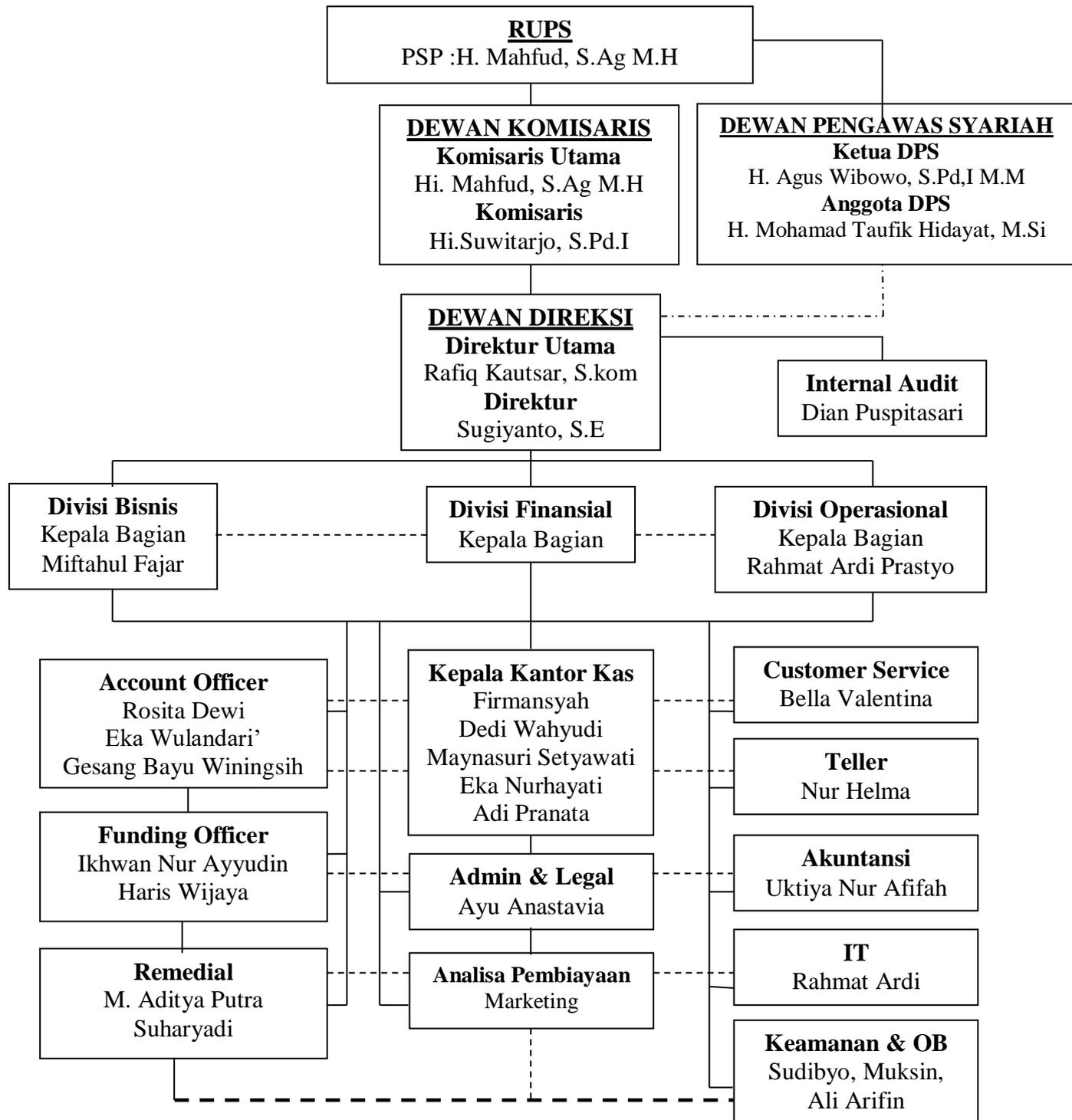
---

<sup>4</sup> Dokumentasi BPRS Aman Syariah Lampung

<sup>5</sup> Dokumentasi BPRS Aman Syariah Lampung

### 3. Struktur Organisasi PT BPRS Aman Syariah Sekampung

**Gambar 4.1**  
**SUSUNAN ORGANISASI**  
**PT BPRS AMAN SYARIAH KABUPATEN LAMPUNG TIMUR 2019**



Bagan struktur organisasi PT BPRS Aman Syariah di atas dapat diketahui bahwa struktur organisasi tertinggi PT BPRS Aman Syariah adalah Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) yang membawahi Dewan Komisaris H. Mahfud, S.Ag,MH dan H. Suwitarjo, S.Pd.I. Dewan Direksi Tonny Utomo dan Sugiyanto (penulis) dan Dewan Pengawas Syariah (DPS) H. Agus Wibowo, S.Pd.I, M.M dan H. Mohamad Taufik Hidayat, M.Si. Dalam pengelolaannya Dewan Direksi membawahi Bagian Operasional, Bagian Umum dan SDM serta Bagian Marketing Penyaluran dan Pendanaan, selain itu membawahi Internal Audit.

#### **4. Produk-produk PT BPRS Aman Syariah Sekampung**

Aspek ini merupakan jenis-jenis produk yang akan diperkenalkan kepada masyarakat pengguna jasa PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur.

##### **a. Produk Pendanaan**

Produk ini menyangkut berbagai pelayanan untuk menarik dana masyarakat yang meliputi :<sup>6</sup>

- 1) Tabungan Khusus *Wadiah* (TAKWA)
- 2) Tabungan *Mudharabah* (TAMBAH)
- 3) Tabungan Haji Mabrur (TAJIMABRUR)
- 4) Tabungan Qurban Aman Syariah (TAQURBANAS)
- 5) Tabungan Pendidikan Aman Syariah (TAPENAS)
- 6) Tabungan Masa Tua (TAMATU)

---

<sup>6</sup> Wawancara dengan Bapak Sugiyanto selaku direktur PT. BPRS Aman Syariah Sekampung pada 26 Januari 2022 pukul 11.00 WIB

- 7) Tabungan Anak Sejahtera (TABANAS)
- 8) Tabungan Makbullah Umroh (TAMU)
- 9) Tabungan Wisata (TAWA)
- 10) Tabungan Keluarga Samara (TAKASMARA)
- 11) Tabungan Idul Fitri (TIFI)
- 12) Deposito Mudharabah

Tabungan deposito PT BPRS Aman Syariah terbagi menjadi 3 produk, yaitu:

1. Deposito 3 bulan
2. Deposito 6 bulan
3. Deposito 12 bulan

Selain deposito tersebut diatas ada juga produk deposito antar bank pasiva, produk ini untuk menghimpun dana dari bank lain untuk keperluan likuiditas bank yang bersangkutan.

**a. Produk Penempatan Dana Masyarakat (Pembiayaan)**

Produk penyaluran dana masyarakat adalah merupakan kualitas aktiva sangat ditentukan oleh ketepatan dan efektifnya penempatan dana tersebut. Oleh karena itu penyaluran dana masyarakat yang akan dikelola PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur yaitu sebagai berikut :

1. Pembiayaan dengan transaksi jual beli berdasarkan prinsip :
  - a. Murabahah
  - b. Istishna

- c. Salam
  - d. Ijarah
  - e. Multi Jasa
  - f. Jual beli lainnya
2. Pembiayaan bagi hasil berdasarkan prinsip :
- a. Mudharabah
  - b. Musyarakah
3. Pembiayaan lainnya berdasarkan prinsip :
- a. Rahn
  - b. Qardh
  - c. Qardhul Hasan
  - d. Melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur sepanjang disetujui oleh Dewan Pengawas Syariah.

Produk-produk tersebut akan ditempatkan pada segmentasi bisnis sebagai bisnis kecil dan koperasi serta bisnis pertanian. Dalam segmentasinya Bisnis kecil dan koperasi termasuk pula di dalamnya :

- a. Industri kecil (*home industry*)
- b. Perdagangan kecil (*retailer*)
- c. Jasa konstruksi untuk keperluan uang muka (bukan bank garansi)
- d. Koperasi non KUD
- e. Lembaga pendidikan/*college*
- f. Pegawai pemerintah atau swasta.

Dan pada segmentasi Bisnis pertanian termasuk di dalamnya :

1. Tanaman pangan rakyat
2. Perkebunan
3. Holtikultura
4. Perikanan
5. Peternakandari produksi sampai marketing.

Sehubungan dengan penempatan dana masyarakat pada aktiva produksi adalah merupakan sumber penghasilan PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur maka sistem yang dilakukan adalah Menggunakan manajemen pembiayaan dengan kebijakan dan prosedur pembiayaan

Adapun bentuk-bentuk produksi pembiayaan yang dipasarkan :

Dalam pemasaran/penyaluran dana olah PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur dilakukan melalui produk-produk sebagai berikut. Penyaluran pada garis besarnya terdiri dari 3 (tiga) kelompok yaitu :

- 1) Pemberian pembiayaan kepada pengusaha kecil dan atau masyarakat pedesaan.
- 2) Penempatan pada surat-surat berharga (deposito berjangka) sertifikat Deposito/SBI.
- 3) Penempatan dana pada Bank lain (deposito, Tabungan dan atau giro).

Khusus untuk kelompok-kelompok pemberian pembiayaan kepada pengusaha kecil dan atau masyarakat pedesaan, dipasarkan melalui beberapa produk di antaranya :

- a. Pembiayaan Bagi Hasil (Mudharabah, Musyarakah)
- b. Pembiayaan Pemilikan Barang/Jual Beli (Murabahah)
- c. Pembiayaan *Qordh*
- d. Pembiayaan Multijasa

## B. Deskripsi Hasil Penelitian

### 1. Distribusi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah 97 orang nasabah pada PT BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur. Untuk melihat responden penelitian berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.

- a. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Gambar 4.2**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**



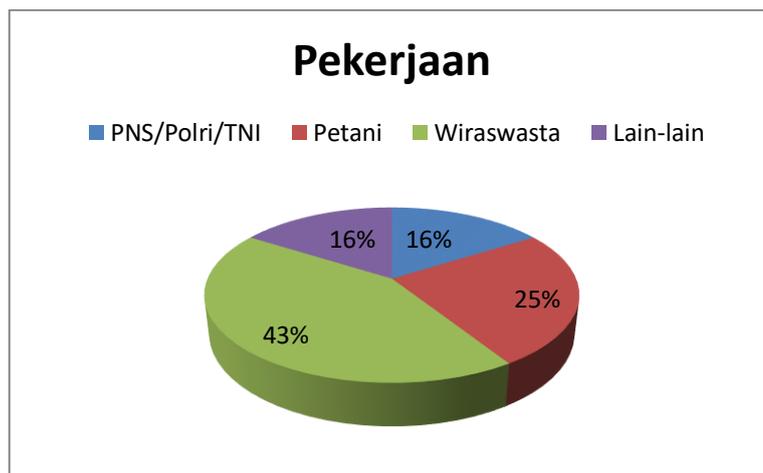
Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu nasabah pada PT BPRS Aman Syariah Sekampung

Lampung Timur adalah laki-laki, yaitu sebanyak 71 orang (73%) dan sebagian lagi adalah perempuan, yaitu sebanyak 26 orang (27%).

b. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Gambar 4.3**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

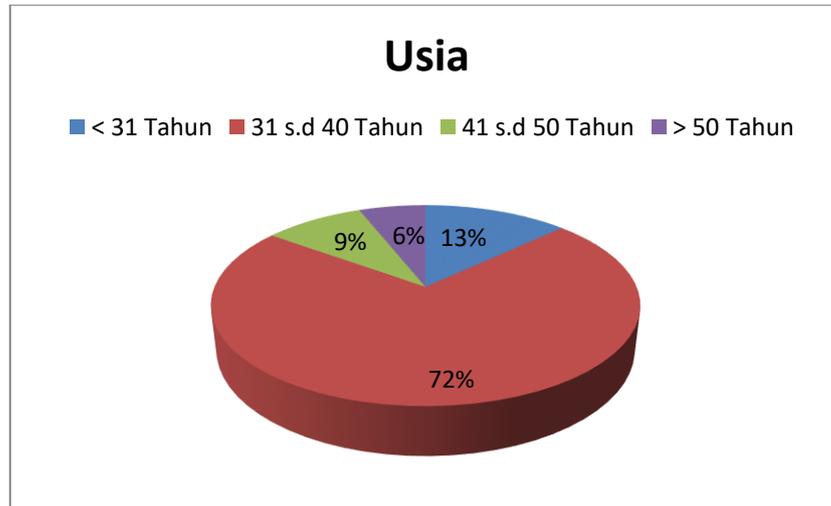


Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa responden yaitu nasabah pada BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur yang bekerja sebagai PNS/Polri/TNI sebanyak 16 orang (16,5%), responden yang bekerja sebagai petani sebanyak 24 orang (24,7%), responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 42 orang (43.3%), dan responden yang bekerja sebagai lain-lain sebanyak 15 orang (15,5%). Berdasarkan data tersebut diketahui rata-rata responden bekerja sebagai karyawan swasta.

c. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

**Gambar 4.4**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Usia**



Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan hasil studi ini diketahui bahwa responden yang memiliki usia < 31 tahun sebanyak 7 orang (13%), responden yang berusia 31 s/d 40 tahun sebanyak 38 orang (72%), responden berusia 41 s/d 50 tahun sebanyak 5 orang (9%), dan responden yang berusia >50 tahun sebanyak 3 orang (6%). Rata-rata responden yaitu nasabah pada PT Berdikari Insurance Bandar Lampung berusia 31 s/d 40 tahun.

## 2. Deskripsi Jawaban Variabel X dan Y

Variabel - variabel penelitian secara statistik. Penelitian ini menggunakan nilai rata - rata (mean), nilai maksimum, nilai minimum dan standar deviasi untuk menggambarkan deskripsi *statistic* setiap variabel. Statistik deskriptif ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 26. Hasil angket CSR dan Loyalitas dapat dilihat pada Lampiran 3 dan Lampiran 4.

**Tabel 4.1**  
**Hasil Jawaban Responden Variabel CSR (X)**

No	Pernyataan	Jumlah Total Jawaban Responden
1	Adanya PT BPRS Aman Syariah Sekampung membantu menumbuhkan ekonomi setempat.	396
2	PT BPRS Aman Syariah baik secara langsung maupun tidak langsung memiliki program ekonomi kemasyarakatan yang ditujukan untuk mengembangkan potensi ekonomi dan bisnis masyarakat.	315
3	PT BPRS Aman Syariah memiliki kepedulian terhadap pengendalian polusi penanaman pohon untuk perbaikan kerusakan lingkungan	383
4	PT BPRS Aman Syariah memiliki kepedulian terhadap lingkungan dengan kerjabakti bersama masyarakat sekitar	355
5	PT BPRS Aman Syariah memiliki karyawan yang diambil dari lingkungan sekitar	385
6	PT BPRS Aman Syariah tidak memperkerjakan pekerja di bawah umur.	390
7	PT BPRS Aman Syariah memberikan santunan beasiswa kepada anak yang kurang mampu	432
8	PT BPRS Aman Syariah memberikan bantuan modal secara tunai kepada UMKM sekitar	386
9	PT BPRS Aman Syariah menyediakan produk yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar	380
10	PT BPRS Aman Syariah memiliki kriteria pengungkapan informasi pengembangan produk yang dimiliki.	378

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pada pertanyaan item ke 7 bahwa interaksi antara PT BPRS Aman Syariah memberikan santunan beasiswa kepada anak yang kurang mampu, memiliki jawaban

terbesar dengan nilai 432. Hal tersebut menunjukkan bahwa PT BPRS Aman Syariah memiliki kinerja sosial yang baik terhadap masyarakat. Sedangkan pada pertanyaan item ke bahwa PT BPRS Aman Syariah baik secara langsung maupun tidak langsung memiliki program ekonomi kemasyarakatan yang ditujukan untuk mengembangkan potensi ekonomi dan bisnis masyarakat, memiliki jawaban terkecil dengan nilai 315. Hal tersebut menunjukkan bahwa PT BPRS Aman Syariah Sekampung tidak langsung memiliki program ekonomi kemasyarakatan yang ditujukan untuk mengembangkan potensi ekonomi dan bisnis masyarakat.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Jawaban Responden Variabel Loyalitas Nasabah (Y)**

No	Pernyataan	Jumlah Total Jawaban Responden
1	Saya akan terus menggunakan produk secara berkesinambungan di PT BPRS Aman Syariah Sekampung	405
2	Saya akan menggunakan produk lain yang ditawarkan PT BPRS Aman Syariah Sekampung selain produk yang saat ini saya pilih	391
3	Saya menggunakan berbagai produk di PT BPRS Aman Syariah Sekampung	394
4	Saya percaya setiap kebutuhan saya dapat terpenuhi oleh produk PT BPRS Aman Syariah Sekampung	422
5	Saya senang menggunakan produk PT BPRS Aman Syariah Sekampung, karena dalam satu waktu saya bisa sekaligus menabung dan juga menggunakan pembiayaan	452
6	Saya menyarankan kepada teman, kerabat maupun saudara untuk menjadi nasabah PT BPRS Aman Syariah Sekampung	365
7	Saya dengan senang hati mengajak orang-orang disekitar saya untuk	436

No	Pernyataan	Jumlah Total Jawaban Responden
	menggunakan produk PT BPRS Aman Syariah Sekampung	
8	Saya akan terus menjadi nasabah dan menggunakan layanan PT BPRS Aman Syariah Sekampung.	445
9	Saya merasa nyaman atas pelayanan dan produk PT BPRS Aman Syariah Sekampung sehingga saya tidak akan terpengaruh dengan tawaran produk sejenis dari lembaga perbankan lain.	431
10	Saya jarang menanggapi tawaran dari lembaga perbankan lain.	382

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pada pertanyaan item ke 5 bahwa saya senang menggunakan produk PT BPRS Aman Syariah Sekampung, karena dalam satu waktu saya bisa sekaligus menabung dan juga menggunakan pembiayaan, memiliki jawaban terbesar dengan nilai 452. Hal tersebut menunjukkan bahwa nasabah PT BPRS Aman Syariah Sekampung membeli antarlini produk dan jasa PT BPRS Aman Syariah Sekampung. Sedangkan pada pertanyaan item ke 6 bahwa saya menyarankan kepada teman, kerabat maupun saudara untuk menjadi nasabah PT BPRS Aman Syariah Sekampung, memiliki jawaban terkecil dengan nilai 365. Hal tersebut menunjukkan bahwa nasabah PT BPRS Aman Syariah Sekampung belum maksimal karena nasabah masih menerima penawaran dan berbagai alasan dari lembaga perbankan lainnya.

### 3. Uji Validitas

Sebelum dibagikan ke responden, angket diujikan kepada 10 orang responden secara acak.<sup>7</sup> dengan diluar sample responden dan hasilnya sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Uji Validitas kepada 10 Sampel**

No	rtabel	rhitung
1	0,1680	0,545
2	0,1680	0,433
3	0,1680	0,741
4	0,1680	0,411
5	0,1680	0,741
6	0,1680	0,853
7	0,1680	0,853
8	0,1680	0,460
9	0,1680	0,663
10	0,1680	0,739

Berdasarkan hasil pengujian validitas kuesioner, maka rekapitulasi pengujian validitas dapat dilihat di bawah ini:

#### a. *Corporate Social Responsibility* (X)

Adapun nilai  $r_{table}$  pada taraf signifikan 5% (0,05) adalah sebesar 0,1680 (Lampiran 14). Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item pertanyaan dinyatakan valid.<sup>8</sup> Nilai  $r_{tabel}$  tersebut didapat dari *degree of freedom* atau derajat kebebasan.  $Df = 97-2 = 95$  Hasil dari pengujian validitas X adalah sebagai berikut:

<sup>7</sup> Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 122.

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2016), 230.

**Tabel 4.4**  
**Uji Validitas**

Variabel	Indikator	Pearson Correlation	Taraf Sig. 5%	Sig.	Keterangan
CSR (X)	X <sub>1</sub>	0,485	0,1680	0,000	Valid
	X <sub>2</sub>	0,519		0,000	Valid
	X <sub>3</sub>	0,351		0,000	Valid
	X <sub>4</sub>	0,620		0,000	Valid
	X <sub>5</sub>	0,332		0,001	Valid
	X <sub>6</sub>	0,407		0,000	Valid
	X <sub>7</sub>	0,278		0,001	Valid
	X <sub>8</sub>	0,332		0,001	Valid
	X <sub>9</sub>	0,325		0,001	Valid
	X <sub>10</sub>	0,607		0,000	Valid
Loyalitas Nasabah (Y)	Y <sub>1</sub>	0,313	0,1680	0,002	Valid
	Y <sub>2</sub>	0,499		0,000	Valid
	Y <sub>3</sub>	0,347		0,000	Valid
	Y <sub>4</sub>	0,541		0,000	Valid
	Y <sub>5</sub>	0,519		0,000	Valid
	Y <sub>6</sub>	0,315		0,002	Valid
	Y <sub>7</sub>	0,427		0,000	Valid
	Y <sub>8</sub>	0,516		0,000	Valid
	Y <sub>9</sub>	0,555		0,000	Valid
	Y <sub>10</sub>	0,470		0,000	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan Data SPSS 26

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa koefisien validitas  $r_{hitung}$  >  $r_{tabel}$  variabel dan nilai signifikansi (sig.) hasil korelasi yang lebih kecil dari 0,05 (5%), hal ini menunjukkan variabel CSR (X) dan Loyalitas Nasabah (Y) dinyatakan valid.

#### 4. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indek yang menunjukkan sejauhmana suatu alat ukur ini dapat diandalkan atau dapat dipercaya. Adapun hasil reabilitas adalah sebagai berikut.

**Tabel 4.5**  
**Hasil uji Reliabilitas CSR (X)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.707	10

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

**Tabel 4.6**  
**Hasil uji Reliabilitas Loyalitas Nasabah (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.716	10

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Berdasarkan table dapat diketahui bahwa dari pengujian reliabilitas didapatkan hasil uji untuk variabel X nilai *alpha Cronbach's* sebesar 0,707, dan nilai Y sebesar 0,716. Penelitian ini menguji realibilitas kusioner dengan melihat besaran nilai *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* rhitung  $> 0,6$  maka disimpulkan bahwa instrumen pernyataan reliabel, dan sebaliknya jika rhitung  $< 0,6$  maka disimpulkan bahwa intrumen pernyataan tidak reliabel.<sup>9</sup> Sehingga dapat disimpulkan semua instrument dalam penelitian ini reliabel.

## C. Pengujian Hipotesis

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui kenormalan distribusi data. Dalam uji normalitas ini peneliti menggunakan uji one sample kolmogorof-smirnov (K-S) dengan taraf signifikasi uji adalah  $> 0,05$

---

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*,..... 185.

(sig. > 0,05).<sup>10</sup> Jika signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa semua kelompok memiliki data yang berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Normalitas**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
CSR	.124	97	.200	.967	97	.215
Loyalitas Nasabah	.129	97	.200	.969	97	.222

a. Lilliefors Significance Correction

*Sumber: Data Diolah SPSS 26*

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan distribusi yang normal pada model regresi dengan nilai signifikansi > 0,05 yaitu *Corporate Social Responsibility* berdistribusi normal dengan nilai 0,200 atau > 0,05, dan Loyalitas Nasabah berdistribusi normal dengan nilai 0,200 atau > 0,05.

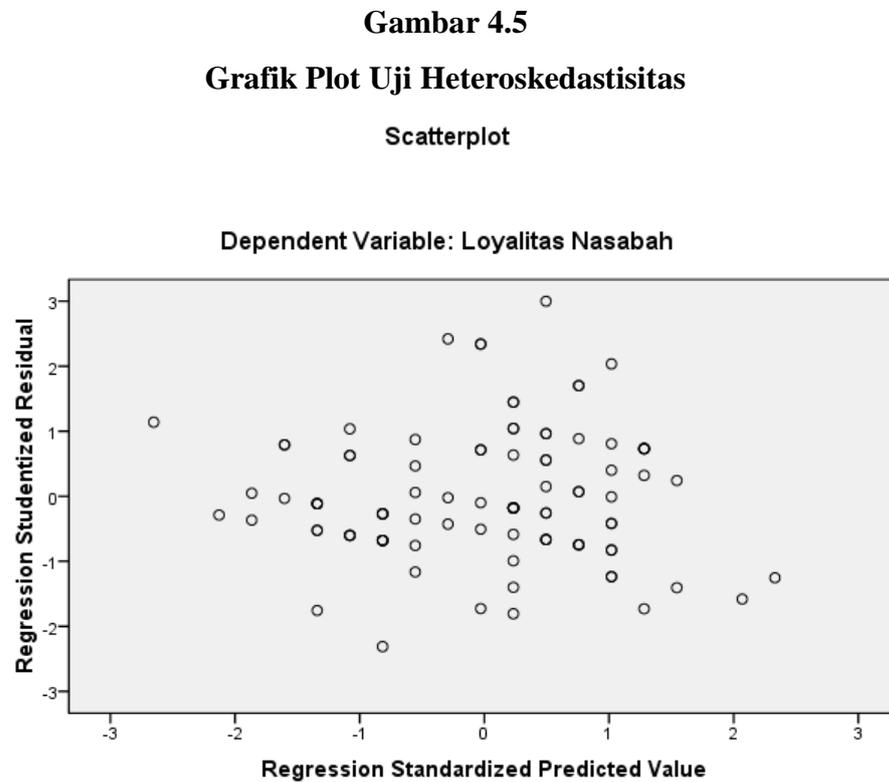
## 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan pada model regresi untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual pada suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan *variance* maupun residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah pada suatu model

---

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 179.

regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual pada satu pengamatan terhadap pengamatan lainnya.



Berdasarkan grafik plot di atas menunjukkan bahwa tidak terdapat adanya titik – titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, dan titik – titik pada *scatterplot* di atas menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu y. Hal tersebut artinya menunjukkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 122.

### 3. Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 4.8

#### Output Keempat dari Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.589	2.266		4.232	.000
	CSR	.840	.058	.831	14.569	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Data Diolah SPSS 26

Berdasarkan hasil di atas diperoleh nilai konstanta pada kolom B.

Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 9,589 + 0,840 X \text{ atau}$$

$$\text{Loyalitas Nasabah} = 9,589 + 0,840 (\text{Corporate Social Responsibility})$$

Untuk mengetahui apakah persamaan regresi di atas dapat digunakan untuk memprediksi atau meramalkan besarnya variabel kriterium (Y) berdasarkan variabel prediktor (X) dilakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui signifikansi antara dua variabel. Untuk pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier sederhana, dibawah ini merupakan hasil analisis regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS 26.0.

Dari hasil analisis di atas diperoleh persamaan regresi yaitu  $Y = 9,589 + 0,840 X$ . Persamaan regresi =  $9,589 + 0,840 X$ . kemudian diuji

apakah memang valid untuk memprediksi variabel terikatnya. Artinya apakah *Corporate Social Responsibility* benar-benar dapat memprediksi tingkat Loyalitas Nasabah. Hasil dari analisis di atas terbukti bahwa koefisien konstanta pada model linier (a) signifikan karena nilai signifikan dari adalah 0,000, jauh lebih kecil dari 0,05. Kemudian hasil dari uji signifikansi koefisien regresi variabel *Corporate Social Responsibility* (b) menunjukkan signifikan karena nilai signifikan dari adalah 0,000, jauh lebih kecil dari taraf signifikan 5% atau 0.05. Koefisien konstanta pada model linier (a) dan koefisien regresi variabel Loyalitas Nasabah (b) signifikan. Jadi Loyalitas Nasabah dapat memprediksi Loyalitas Nasabah. Sehingga persamaan regresi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 9,589 menyatakan bahwa jika nilai dari *Corporate Social Responsibility* adalah 0, maka nilai dari Loyalitas Nasabah adalah 9,589.
2. Koefisien regresi sebesar 0,840 bertanda positif menyatakan bahwa setiap penambahan nilai sebesar 1 poin untuk nilai *Corporate Social Responsibility* akan meningkatkan nilai Loyalitas Nasabah sebesar 0,840 poin. Dan sebaliknya jika nilai *Corporate Social Responsibility* turun 1 poin maka nilai dari Loyalitas Nasabah juga mengalami penurunan sebesar 0,840 poin. Dari persamaan terlihat bahwa koefisien b bernilai positif, ini menunjukkan bahwa perubahan Y searah dengan perubahan X. Jadi nilai Y akan meningkat jika X meningkat, sebaliknya nilai Y akan menurun jika X menurun. Jadi

dapat disimpulkan bahwa tingkat Loyalitas Nasabah berbanding lurus dengan *Corporate Social Responsibility*.

#### 4. Uji T

Uji T digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  dan nilai dari  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka suatu variabel dapat dikatakan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel yang lain.<sup>12</sup> Sebaliknya, apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  dan nilai dari  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka suatu variabel dapat dikatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel lain.

**Tabel 4.9**  
**Uji T**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.589	2.266		4.232	.000
	CSR	.840	.058	.831	14.569	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

*Sumber: Data Diolah SPSS 26*

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa variabel CSR menunjukkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $14,569 > 1,661$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , hal ini berarti CSR berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah ( $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima).

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*,.....243.

## 5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Sedangkan untuk besarnya korelasi antara *Corporate Social Responsibility* dan *Loyalitas Nasabah* dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.831 <sup>a</sup>	.691	.688	1.662

a. Predictors: (Constant), CSR

Sumber: Data Diolah SPSS 26

Berdasarkan tabel output SPSS di atas, diketahui nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,688. Besarnya angka koefisien determinasi (Adjusted R Square) adalah 0,688 atau sama dengan 68,8%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (X) berpengaruh terhadap variabel *Loyalitas Nasabah* (Y) sebesar 68,8%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 68,8\% = 31,2\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

#### **D. Pembahasan**

Berdasarkan deskripsi variabel diketahui interaksi antara PT BPRS Aman Syariah memberikan santunan beasiswa kepada anak yang kurang mampu, memiliki jawaban terbesar dengan nilai 432. Hal tersebut menunjukkan bahwa PT BPRS Aman Syariah memiliki kinerja sosial yang baik terhadap masyarakat. Sedangkan pada pertanyaan item ke bahwa PT BPRS Aman Syariah baik secara langsung maupun tidak langsung memiliki program ekonomi kemasyarakatan yang ditujukan untuk mengembangkan potensi ekonomi dan bisnis masyarakat, memiliki jawaban terkecil dengan nilai 315. Hal tersebut menunjukkan bahwa PT BPRS Aman Syariah Sekampung secara langsung maupun tidak langsung memiliki program ekonomi kemasyarakatan yang ditujukan untuk mengembangkan potensi ekonomi dan bisnis masyarakat. Nasabah senang menggunakan produk PT BPRS Aman Syariah Sekampung, karena dalam satu waktu saya bisa sekaligus menabung dan juga menggunakan pembiayaan, memiliki jawaban terbesar dengan nilai 452. Hal tersebut menunjukkan bahwa nasabah PT BPRS Aman Syariah Sekampung membeli antarlini produk dan jasa PT BPRS Aman Syariah Sekampung. Sedangkan pada pertanyaan item ke 6 bahwa nasabah menyarankan kepada teman, kerabat maupun saudara untuk menjadi nasabah PT BPRS Aman Syariah Sekampung, memiliki jawaban terkecil dengan nilai 365. Hal tersebut menunjukkan bahwa nasabah PT BPRS Aman Syariah Sekampung kurang mereferensikan PT BPRS Aman Syariah Sekampung kepada orang lain.

Dari hasil analisis di atas diperoleh persamaan regresi  $Y = 9,589 + 0,840 X$ . Berdasarkan pengujian hipotesis uji t diperoleh nilai signifikan variabel Corporate Social Responsibility dan variabel Loyalitas Nasabah sebesar 0,000, lebih kecil dari signifikansi 0,05 dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. Jadi persamaan regresi tersebut dapat digunakan untuk meramalkan besarnya variabel kriterium (Y) berdasarkan variabel prediktor (X).

Dari hasil analisis di atas, dapat dikemukakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini yaitu “Ada pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Loyalitas Nasabah loyalitas nasabah PT BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur” dapat diterima secara signifikan. Besarnya angka koefisien determinasi (Adjusted R Square) adalah 0,688 atau sama dengan 68,8%.

Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel Corporate Social Responsibility (X) berpengaruh terhadap variabel Loyalitas Nasabah (Y) sebesar 68,8%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 68,8\% = 31,2\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Ada pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap loyalitas nasabah PT BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur dan besarnya koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,688. Dengan demikian hipotesis yang penulis ajukan ( $H_a$ ) dapat diterima dan ( $H_0$ ) di tolak berarti. Besarnya koefisien determinasi atau Adjusted R Square adalah sebesar 0,688. Besarnya angka koefisien determinasi (Adjusted R Square) adalah 0,688 atau sama dengan 68,8%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X) berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) sebesar 68,8%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 68,8\% = 31,2\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain.

#### **B. Saran**

Berdasarkan dari kesimpulan dan pembahasan diatas secara teoritik dan hasil penelitian, maka peneliti menemukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi praktisi, diperlukan adanya suatu strategi yang bagus untuk menjaga loyalitas nasabah, sehingga nasabah tidak beralih pada produk lain. Kemudian untuk *Corporate Social Responsibility* pada PT BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur untuk lebih meningkatkan aktivitas sosial dan lingkungan karena selain memberikan manfaat bagi

masyarakat secara umum, akan tetapi juga dapat memberikan keuntungan yang berkelanjutan bagi PT BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur. Adanya sosialisasi yang baik dan pengenalan yang mendalam kepada masyarakat umum juga sangat diperlukan agar masyarakat mengetahui dan mengenal PT BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur, sehingga dengan demikian masyarakat mau menggunakan jasa perbankan dalam transaksi keuangan.

2. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya untuk memperluas penelitian yang akan dilakukan sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor- faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Selain itu sebaiknya peneliti menambah jumlah variabel mengingat penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen saja, sehingga informasi yang didapatkan akan semakin lengkap.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. *Manajemen Bisnis Syariah dan /Kewirausahaan*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013
- Agustina, I'in Mazuin. "Pengaruh Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah", *Equilibrium*, Volume 6, Nomor 2, Juli 2018
- Alma, Bukhari. dan Doni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2014
- Aprilia, Leni. "Implementasi *Corporate Social Responsibility* di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur", *Skripsi*, Metro: IAIN Metro, 2019
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* Jakarta: Rineka Cipta, 2010
- Badroen, Faisal. dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Putra Grafika, 2006
- Budiyono, Tri. *Hukum Perusahaan*, Salatiga: Griya Media, 2011
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* Jakarta: Balai Pustaka, s2005
- Fahmi, Irham. *Etika Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2015
- Fahri, Ahmad. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan Citra Bank Sumut Terhadap Loyalitas Nasabah", *Skripsi*, Medan: UIN Sumatera Utara, 2020
- Fajar, Mukti. "Pelaporan Program Kemit raan Dan Bina Lingkungan Serta *Corporate Social Responsibility* Badan Usaha Milik Negara", *Media Hukum*, Vol. 24 No. 2 DESEMBER 2017
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Semarang: UNDIP, 2001
- Griffin, Jill. *Customer Loyalty* Jakarta: Erlangga, 2005
- Hafidhuddin, Diddin. *Agar Layar Tetap Berkembang, Upaya Penyelamatan Umat*, Jakarta: Gema Insani Press, 2006
- Irianto, Agus. *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*, Jakarta: Kencana, 2007
- Kusnadi, Edi. *Metodologi Penelitian Aplikasi Praktis*, Jakarta: Ramayana Pers dan STAIN Metro, 2008

- Marnelly, T. Romi. “*Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia*”, Jurnal Aplikasi Bisnis, Riau : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau), Vol. 2 No. 2, April 2012
- Maryanto. “Membangun Lingkungan yang Berbasis Konsep Berkelanjutan”, *Jurnal Meta-Yuridis* Vol.1 No.1 Tahun 2018
- McDonald, Lynette M. “Use of Different Corporate Social Responsibility (CSR) Initiatives As A Crisis Mitigation Strategy”, *Academy of World Business, Marketing & Management Development* Volume 2 No. 118, July 2006
- Peraturan Pemerintah Nomor 32 tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil Pasal 16
- Pujiyono, Jamal Wiwoho, Triyanto, “Model Pertanggungjawaban Hukum Pelaksanaan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat”, *Yustisia*. Vol.5 No.1 Januari - April 2016
- Rama, Ali. “Analisis Kerangka Regulasi Model *Shariah Governance* Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia”, *Journal of Islamic Economics Lariba*, Volume 1 Issue 1 January-June 2015, 8.
- Ramadhani, Rykanita Pri. H.Usman, “Implementasi Corporate Social Responsibility Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah Ditinjau Dari Perspektif Syariah (Studi Kasus Pada Pt. Bank Bni Syariah Cabang Makassar)”, Skripsi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar 2014.
- Richardo, Stephen. dkk., “Tanggung Jawab Direksi Dalam Menjalankan Csr (*Corporate Social Responsibility*) Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012”, *Transparency*, Volume II Nomor 2, Juni 2013
- Ridwan dan Akdon, *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistik*, Bandung: Alfabeta, 2010
- Risa, Yulia. Elwidarifa Marwenny, “Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan PT. Tirta Investama Danone Aqua Dalam Pemberdayaan Masyarakat Di Kanagarian Batang Barus Kayu Aro Kabupaten Solok”, *Jurnal Cendekia Hukum*: Vol. 4, No 1, September 2018
- Said, Achmad Lamo. *Corporate Social Responsibility Dalam Prespektif Governance*, Yogyakarta: Deepublish, 2015
- Sani, Fathnur K., *Metodologi Penelitian Eksperimentasi* Yogyakarta: Deepublis, 2018
- Santoso, Singgih. *Menggunakan SPSS untuk Statistik Parametrik* Jakarta: PT Ellex Media Komputindo, 2005

- Shaleh, K. H.Q. H.A. A. Dahlan, *Azbabun Nuzul, Latar Belakang Historis Turunnya Ayat-ayat Al- Qur'an*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2000), 182.
- Siregar, Mahmul. "Prediktabilitas Regulasi Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Di Indonesia", *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, Volume 11, Nomor 1, Januari-Juni 2016
- Solihin, Ismail. *Pengantar Bisnis: Pengenalan Praktis Dan Study Kasus*, Jakarta: Kencana, 2006
- Sucipto, Agus. *Studi Kelayaan Bisnis Analisis Integratif dan Studi Kasus*, UIN MalikiPress, 2011
- Sudijono, Anas. *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2015
- Suharsaputra, Uhar. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan* Bandung PT Refika Aditama, 2012
- Suryati, Lili. *Manajemen Pemasaran* Yogyakarta: Deepublish, 2019
- Susanto, Happy. *Hak-hak Konsumen Jika Diragukan* Jakarta: Visimedia, 2008
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal(UU PM)
- Wahyoedi, Soengeng. Saparso, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah* Yogyakarta: Deepublish, 2019
- Wahyuni, Desi. "Tanggung Jawab Sosial (CSR) Perbankan Syariah Menurut Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Bank Aman Syariah Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur)", *Skripsi*, Metro: IAIN Metro, 2019
- Warnadi, Aris Triyono, *Manajemen Pemasaran* Yogyakarta: Deepublish, 2019
- Wati, Minly Tandi. Alvi Furwanti Alwie, Samsir, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen PT. Unilever Indonesia Di Kota Pekanbaru", *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 14. No.1, Maret 2017
- Wibisono, Yusuf. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*, Jakarta: PT Gramedia, 2007
- Zanariyatim, Apip. Ai Nur Bayinah dan Oni Sahroni, "Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bank Umum Syariah Berdasarkan *Islamic*

**OUT LINE**  
**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)**  
**LOYALITAS NASABAH**  
**PT BPRS Aman Syariah Sekampung**  
**Lampung Timur**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**NOTA DINAS**

**PERSETUJUAN**

**PENGESAHAN**

**HALAMAN ABSTRAK**

**HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN**

**HALAMAN MOTTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR TABEL**

**DAFTAR GAMBAR**

**DAFTAR LAMPIRAN**

**BAB I    PENDAHULUAN**

- G. Latar Belakang Masalah
- H. Identifikasi Masalah
- I. Batasan Masalah
- J. Rumusan Masalah
- K. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- L. Penelitian Relevan

**BAB II    LANDASAN TEORI**

- E. *Corporate Social Responsibility*
  - 9. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)
  - 10. Dasar Hukum dan Prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)
  - 11. Bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR)

12. Manfaat dan Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bagi Perusahaan
  13. Dampak *Corporate Social Responsibility*
  14. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR)
  15. Indikator Implementasi *Corporate Social Responsibility*
- F. Loyalitas Nasabah
6. Pengertian Loyalitas Nasabah
  7. Loyalitas dan Hak Nasabah
  8. Asas-asas Perlindungan Pelanggan
  9. Pengembangan Loyalitas Nasabah
  10. Indikator Karakteristik Loyalitas Nasabah
- G. Kerangka Berpikir
- H. Hipotesis Penelitian

### **BAB III METODE PENELITIAN**

- G. Rancangan Penelitian
- H. Variabel dan Definisi Operasional Variabel
- I. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel
- J. Teknik Pengumpulan Data
- K. Instrumen Penelitian
- L. Teknik Analisis Data

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

- E. Gambaran Umum Objek Penelitian
2. Sejarah PT BPRS Aman Syariah Sekampung
  3. Visi dan Misi PT BPRS Aman Syariah Sekampung
  4. Struktur Organisasi PT BPRS Aman Syariah Sekampung
  5. Produk-produk PT BPRS Aman Syariah Sekampung
- F. Deskripsi Hasil Penelitian
- G. Pengujian Hipotesis
- H. Pembahasan

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan

B. Saran

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**RIWAYAT HIDUP**

Menyetujui,  
Pembimbing



Hasrun Afandi US, M.M.  
NIP. 198901092019031002

Metro, September 2022  
Peneliti,



Cahya Astriyan Doni  
NPM. 1602100219

## KUESIONER PENELITIAN

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Saya bernama Cahya Astrian Doni, Selaku Mahasiswa IAIN Metro Program studi Perbankan Syariah. Saat ini saya sedang menyusun tugas akhir dari perkuliahan saya dengan melakukan penelitian tentang “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Loyalitas Nasabah PT BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur”. Mohon sekiranya Bapak/Ibu dapat membantu saya untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan berikut ini. Semua data yang Bapak/Ibu berikan akan kami rahasiakan. Terimakasih atas partisipasinya.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

### I. Identitas Responden:

- A. Nama Responden : \_\_\_\_\_
- B. Jenis Kelamin : \_\_\_\_\_
- C. Pekerjaan : \_\_\_\_\_
- D. Usia:
- 21 –30 Tahun  31 –40 Tahun  41-50 Tahun
- 51 –60 Tahun  > 60 Tahun

### II. Angket

Pernyataan berikut adalah tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Loyalitas Nasabah PT BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur). Beri tahu kami seberapa banyak Anda setuju atau tidak setuju dengan setiap pernyataan.

1 = Sangat Tidak Setuju(STS),

2 = Tidak Setuju(TS),

3 = Netral(N),

4 = Setuju(S),

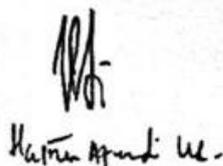
5 = Sangat Setuju (SS)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
<b>CSR (X)</b>						
<b>Kinerja Ekonomi</b>						
1	Adanya PT BPRS Aman Syariah Sekampung membantu menumbuhkan ekonomi setempat.					
2	PT BPRS Aman Syariah baik secara langsung maupun tidak langsung memiliki program ekonomi kemasyarakatan yang ditujukan untuk mengembangkan potensi ekonomi dan bisnis masyarakat.					
<b>Kinerja Lingkungan</b>						
3	PT BPRS Aman Syariah memiliki kepedulian terhadap pengendalian					

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	polusi penanaman pohon untuk perbaikan kerusakan lingkungan					
4	PT BPRS Aman Syariah memiliki kepedulian terhadap lingkungan dengan kerjabakti bersama masyarakat sekitar					
<b>Kinerja Hak Asasi Manusia</b>						
5	PT BPRS Aman Syariah memiliki karyawan yang diambil dari lingkungan sekitar					
6	PT BPRS Aman Syariah tidak memperkerjakan pekerja di bawah umur.					
<b>Kinerja social</b>						
7	PT BPRS Aman Syariah memberikan santunan beasiswa kepada anak yang kurang mampu					
8	PT BPRS Aman Syariah memberikan bantuan modal secara tunai kepada UMKM sekitar					
<b>Kinerja Produk</b>						
9	PT BPRS Aman Syariah menyediakan produk yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar					
10	PT BPRS Aman Syariah memiliki kriteria pengungkapan informasi pengembangan produk yang dimiliki.					
<b>Loyalitas Nasabah (Y)</b>						
<b>Melakukan pembelian berulang secara teratur</b>						
11	Saya akan terus menggunakan produk secara berkesinambungan di PT BPRS Aman Syariah Sekampung					
12	Saya akan menggunakan produk lain yang ditawarkan PT BPRS Aman Syariah Sekampung selain produk yang saat ini saya pilih					
<b>Membeli antarlini produk dan jasa</b>						
13	Saya menggunakan berbagai produk di PT BPRS Aman Syariah Sekampung					
14	Saya percaya setiap kebutuhan saya dapat terpenuhi oleh produk PT BPRS Aman Syariah Sekampung					
15	Saya senang menggunakan produk					

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	PT BPRS Aman Syariah Sekampung, karena dalam satu waktu saya bisa skaligus menabung dan juga menggunakan pembiayaan					
<b>Mereferensikan kepada orang lain</b>						
16	Saya menyarankan kepada teman, kerabat maupun saudara untuk menjadi nasabah PT BPRS Aman Syariah Sekampung					
17	Saya dengan senang hati mengajak orang-orang disekitar saya untuk menggunakan produk PT BPRS Aman Syariah Sekampung					
<b>Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing</b>						
18	Saya akan terus menjadi nasabah dan menggunakan layanan PT BPRS Aman Syariah Sekampung.					
19	Saya merasa nyaman atas pelayanan dan produk PT BPRS Aman Syariah Sekampung sehingga saya tidak akan terpengaruh dengan tawaran produk sejenis dari lembaga perbankan lain.					
20	Saya jarang menanggapi tawaran dari lembaga perbankan lain.					

Menyetujui,  
Pembimbing



**Hasrun Afandi US, M.M.**  
NIP. 198901092019031002

Metro, September 2022  
Peneliti,



**Cahva Astrivan Doni**  
NPM. 1602100219

Lampiran 3

**Uji Validitas kesepuluh Sampel**

No Sampel	Item Soal										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	43
2	5	3	4	5	4	4	4	5	4	5	43
3	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	39
4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
5	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	42
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	43
9	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	40
10	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	40

## Lampiran 4

**HASIL SKOR ANGGKET CSR**

No Sampel	Item Soal										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	4	3	4	5	5	4	5	4	3	3	40
3	4	3	4	3	4	5	4	4	4	3	38
4	4	3	4	5	3	5	5	5	4	4	42
5	5	2	3	3	2	2	5	4	2	2	30
6	4	4	4	3	3	4	5	4	3	4	38
7	4	3	5	4	2	5	5	4	4	4	40
8	4	3	4	3	3	5	4	5	3	4	38
9	4	2	3	3	3	4	5	4	3	4	35
10	4	3	2	4	4	5	4	4	3	3	36
11	4	2	3	3	3	4	5	4	3	4	35
12	4	3	4	3	4	3	5	5	4	4	39
13	3	3	3	3	3	4	5	5	4	5	38
14	4	3	4	3	3	3	5	3	5	2	35
15	4	2	4	4	4	3	4	5	3	4	37
16	4	2	5	5	5	5	5	1	4	2	38
17	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35
18	4	4	5	5	4	5	5	5	3	5	45
19	5	3	4	3	4	3	4	4	4	3	37
20	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	35
21	3	2	4	2	4	3	4	5	5	4	36
22	4	4	5	3	3	3	3	4	4	3	36
23	3	2	4	2	5	4	5	2	4	3	34
24	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	37
25	3	2	4	3	4	3	5	2	5	2	33
26	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	39
27	4	3	5	3	3	4	4	5	3	4	38
28	3	3	3	3	4	3	4	3	5	4	35
29	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	42
30	3	2	4	3	4	4	4	5	4	3	36
31	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	37
32	5	3	5	3	3	3	4	4	4	4	38
33	5	2	3	3	4	4	5	5	5	4	40
34	3	3	3	4	5	5	4	4	3	3	37
35	3	3	4	3	3	5	4	4	3	3	35

36	3	4	5	3	3	5	3	4	3	3	36
37	3	4	4	3	3	4	5	5	2	4	37
38	4	5	3	4	4	3	5	4	5	4	41
39	4	3	3	3	4	3	4	3	4	5	36
40	5	3	4	3	5	4	5	5	4	4	42
41	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4	42
42	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	42
43	4	3	4	4	5	5	5	4	4	3	41
44	5	3	5	4	4	4	4	4	5	3	41
45	4	3	3	3	4	5	4	4	4	3	37
46	3	3	3	3	5	3	4	4	5	4	37
47	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
48	4	3	3	5	5	5	5	4	4	4	42
49	5	3	4	2	5	5	5	4	3	4	40
50	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	42
51	4	4	3	3	5	4	5	4	5	5	42
52	4	3	4	4	5	3	5	4	4	4	40
53	4	2	4	3	5	3	5	4	4	4	38
54	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	38
55	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
56	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	35
57	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	42
58	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	39
59	4	3	4	3	4	5	5	3	3	4	38
60	4	2	4	4	4	5	5	4	3	5	40
61	5	3	4	4	5	4	5	4	4	4	42
62	4	3	4	4	5	4	5	4	3	4	40
63	5	4	4	3	5	4	5	4	3	5	42
64	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	43
65	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	38
66	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	40
67	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	36
68	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
69	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	41
70	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	41
71	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	42
72	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
73	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4	38
74	4	3	4	3	4	4	5	3	3	3	36
75	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	40
76	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	45

77	4	3	4	4	3	4	4	3	5	4	38
78	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
79	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	46
80	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	43
81	4	3	4	3	4	4	5	4	4	3	38
82	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	36
83	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
84	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	39
85	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42
86	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	42
87	5	4	3	4	3	4	5	4	4	4	40
88	5	3	4	5	4	4	4	4	5	4	42
89	4	3	3	4	4	4	5	3	4	3	37
90	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	42
91	4	4	5	3	3	4	4	4	5	5	41
92	4	4	5	3	3	4	5	4	5	5	42
93	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
94	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	43
95	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
96	5	4	4	3	3	4	4	4	5	5	41
97	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	44
Jumlah	396	315	383	355	385	390	432	386	380	378	

## Lampiran 5

**HASIL SKOR ANGKET LOYALITAS NASABAH**

No Sampel	Item Soal										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	3	4	4	5	4	4	5	5	4	42
2	5	4	4	4	5	3	5	5	5	4	44
3	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	40
4	4	3	3	5	5	3	4	4	5	4	40
5	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	36
6	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	40
7	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4	42
8	4	5	3	4	5	3	4	5	4	4	41
9	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	38
10	4	3	4	3	4	3	5	4	4	4	38
11	4	4	3	5	4	3	4	4	3	4	38
12	4	5	3	4	5	4	5	5	4	3	42
13	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	41
14	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	38
15	5	4	3	3	5	4	4	5	4	3	40
16	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
17	4	3	4	4	5	3	4	4	4	3	38
18	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	43
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	37
21	3	4	3	3	5	4	4	5	4	3	38
22	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	38
23	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	38
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	36
26	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	43
27	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	42
28	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
29	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	45
30	4	4	4	4	5	3	4	5	4	3	40
31	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
32	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
33	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	43
34	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	41
35	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	38

36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
37	4	4	4	3	5	4	5	5	4	4	42
38	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43
39	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	40
40	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	45
41	5	4	4	5	5	4	5	5	5	3	45
42	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	43
43	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	45
44	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	45
45	4	3	5	4	4	3	4	4	5	4	40
46	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	41
47	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	43
48	5	3	4	5	5	4	5	5	5	4	45
49	5	4	4	5	5	3	5	5	4	3	43
50	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	45
51	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	45
52	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	45
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
54	4	4	4	4	5	3	5	4	5	4	42
55	5	4	3	5	5	3	4	5	5	4	43
56	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
57	4	4	3	5	5	4	4	4	3	4	40
58	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	41
59	4	4	5	3	5	5	4	4	5	4	43
60	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	45
61	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	44
62	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	44
63	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	46
64	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	46
65	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	40
66	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	45
67	3	3	5	4	4	3	5	5	4	3	39
68	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	46
69	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	43
70	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	45
71	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	46
72	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	46
73	2	4	4	4	4	4	5	5	5	4	41
74	3	4	5	5	4	3	4	4	4	3	39
75	3	4	4	4	5	3	5	4	5	4	41
76	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49

77	4	5	5	5	5	3	5	4	5	4	45
78	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	46
79	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
80	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	45
81	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	44
82	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
83	5	5	5	5	5	3	4	5	4	4	45
84	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	42
85	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	46
86	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	46
87	4	4	4	5	4	3	5	5	5	4	43
88	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	46
89	3	4	5	4	5	4	5	5	4	4	43
90	3	4	3	5	4	3	4	5	5	4	40
91	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
92	3	4	5	5	5	4	5	5	4	4	44
93	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	46
94	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	46
95	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	45
96	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	47
97	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	47
Jumlah	405	391	394	422	452	365	436	445	431	382	

## Lampiran 6 Output Deskripsi Variabel

```

DATASET ACTIVATE DataSet0.
FREQUENCIES VARIABLES=CSR Loyalitas_Nasabah
  /NTILES=4
  /STATISTICS=STDDEV VARIANCE RANGE MINIMUM MAXIMUM SEMEAN MEAN MEDIAN MO
DE SUM

  /ORDER=ANALYSIS.

```

## Frequencies

[DataSet0]

### Statistics

		Corporate Social Responsibility	Loyalitas Nasabah
N	Valid	97	97
	Missing	0	0
Mean		40.11	41.27
Std. Error of Mean		.387	.261
Median		41.00	41.00
Mode		41	40
Std. Deviation		3.813	2.568
Variance		14.539	6.594
Range		19	14
Minimum		30	35
Maximum		49	49
Sum		3891	4003
Percentiles	25	37.00	39.50
	50	41.00	41.00
	75	43.00	43.00

## Frequency Table

### Corporate Social Responsibility

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30	1	1.0	1.0	1.0
	32	1	1.0	1.0	2.1
	33	2	2.1	2.1	4.1
	34	3	3.1	3.1	7.2
	35	7	7.2	7.2	14.4
	36	6	6.2	6.2	20.6
	37	8	8.2	8.2	28.9
	38	6	6.2	6.2	35.1
	39	3	3.1	3.1	38.1
	40	7	7.2	7.2	45.4
	41	14	14.4	14.4	59.8
	42	11	11.3	11.3	71.1
	43	8	8.2	8.2	79.4
	44	10	10.3	10.3	89.7
	45	6	6.2	6.2	95.9
	46	2	2.1	2.1	97.9
	48	1	1.0	1.0	99.0
	49	1	1.0	1.0	100.0
Total		97	100.0	100.0	

**Loyalitas Nasabah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	35	1	1.0	1.0	1.0
	36	1	1.0	1.0	2.1
	37	2	2.1	2.1	4.1
	38	3	3.1	3.1	7.2
	39	17	17.5	17.5	24.7
	40	22	22.7	22.7	47.4
	41	12	12.4	12.4	59.8
	42	10	10.3	10.3	70.1
	43	10	10.3	10.3	80.4
	44	10	10.3	10.3	90.7
	45	2	2.1	2.1	92.8
	46	2	2.1	2.1	94.8
	47	4	4.1	4.1	99.0
	49	1	1.0	1.0	100.0
Total		97	100.0	100.0	



Item_7	Pearson Correlation	.408	.444	.527	.364	.408	1.000**	1	-.218	.681*	.667*	.853**
	Sig. (2-tailed)	.242	.198	.117	.301	.242	.000		.545	.030	.035	.002
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Item_8	Pearson Correlation	.356	-.218	.345	.034	-.089	-.218	1	.122	.218	.460	
	Sig. (2-tailed)	.312	.545	.329	.926	.807	.545	.545	.738	.545	.469	
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Item_9	Pearson Correlation	.531	.062	.587	-.203	.152	.681*	.681*	.122	1	.557	.663*
	Sig. (2-tailed)	.115	.865	.074	.574	.676	.030	.030	.738		.094	.037
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Item_10	Pearson Correlation	.612	-.167	.395	.547	.102	.667*	.667*	.218	.557	1	.739*
	Sig. (2-tailed)	.060	.645	.258	.102	.779	.035	.035	.545	.094		.015
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Total_Skor	Pearson Correlation	.545	.433	.741*	.411	.471	.853**	.853**	.260	.663*	.739*	1
	Sig. (2-tailed)	.104	.212	.014	.238	.169	.002	.002	.469	.037	.015	
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Lampiran 8 Output Uji Reliabilitas 10 Sampel

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=Item_1 Item_2 Item_3 Item_4 Item_5 Item_6 Item_7 Item_8 Item
_9 Item_10
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL

  /MODEL=ALPHA.
```

### Reliability

[DataSet0]

### Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	10	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	10	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.751	10



Item_9	Pearson Correlation	.039	.174	.035	.113	.115	-.162	-.057	-.169	1	.176	.325**
	Sig. (2-tailed)	.702	.089	.734	.270	.262	.113	.577	.099		.085	.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Item_10	Pearson Correlation	.190	.306**	.056	.177	.055	.089	.137	.355**	.176	1	.607**
	Sig. (2-tailed)	.063	.002	.586	.083	.592	.387	.181	.000	.085		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Total_Skor	Pearson Correlation	.485**	.519**	.351**	.620**	.332**	.407**	.278**	.332**	.325**	.607**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.006	.001	.001	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Lampiran 10 Output Uji Reliabilitas CSR

### RELIABILITY

/VARIABLES=Item\_1 Item\_2 Item\_3 Item\_4 Item\_5 Item\_6 Item\_7 Item\_8 Item\_9 Item\_10

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

/SUMMARY=TOTAL.

## Reliability

[DataSet0]

### Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	97	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.707	10

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	35.09	7.314	.309	.456
Item_2	35.93	6.963	.305	.450
Item_3	35.23	7.740	.142	.501
Item_4	35.52	6.419	.413	.407
Item_5	35.21	7.770	.100	.515
Item_6	35.15	7.486	.190	.488
Item_7	34.72	8.036	.084	.514
Item_8	35.20	7.784	.107	.512
Item_9	35.26	7.777	.075	.526
Item_10	35.28	6.578	.411	.412



	Sig. (2-tailed)	.749	.027	.016	.001	.001	.235	.000		.000	.489	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Item_9	Pearson Correlation	.199	.117	.271**	.279**	.260*	.037	.361**	.367**	1	.316**	.555**
	Sig. (2-tailed)	.208	.254	.007	.006	.010	.721	.000	.000		.002	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Item_10	Pearson Correlation	.215	.283**	.300**	.197	.095	.173	.274**	.071	.316**	1	.470**
	Sig. (2-tailed)	.158	.005	.003	.053	.356	.090	.007	.489	.002		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Total_Sk or	Pearson Correlation	.313**	.499**	.347**	.541**	.519**	.315**	.427**	.516**	.555**	.470**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Lampiran 12 Output Uji Reliabilitas Loyalitas Nasabah

RELIABILITY

/VARIABLES=Item\_1 Item\_2 Item\_3 Item\_4 Item\_5 Item\_6 Item\_7 Item\_8 Item\_9 Item\_10

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

/SUMMARY=TOTAL.

### Reliability

[DataSet0]

### Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	97	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	10

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	38.33	7.640	.218	.724
Item_2	38.47	7.044	.466	.678
Item_3	38.44	7.062	.399	.691
Item_4	38.15	7.174	.410	.689
Item_5	37.85	7.611	.380	.695
Item_6	38.74	7.610	.255	.716
Item_7	38.01	7.344	.455	.683
Item_8	37.92	7.431	.430	.687
Item_9	38.06	7.246	.425	.686
Item_10	38.57	7.665	.386	.694

### Lampiran 13 Output Uji Normalitas

**Tests of Normality**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
CSR	.124	97	.200	.967	97	.215
Loyalitas Nasabah	.129	97	.200	.969	97	.222

a. Lilliefors Significance Correction

## Lampiran 14 Output Uji Heteroskedastisitas

```

DATASET ACTIVATE DataSet0.
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Loyalitas_Nasabah
/METHOD=ENTER CSR

/SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED).
    
```

### Regression

[DataSet0]

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Corporate Social Responsibility <sup>a</sup>		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.831 <sup>a</sup>	.691	.688	1.662

a. Predictors: (Constant), CSR

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	585.990	1	585.990	212.269	.000 <sup>a</sup>
	Residual	262.257	95	2.761		
	Total	848.247	96			

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

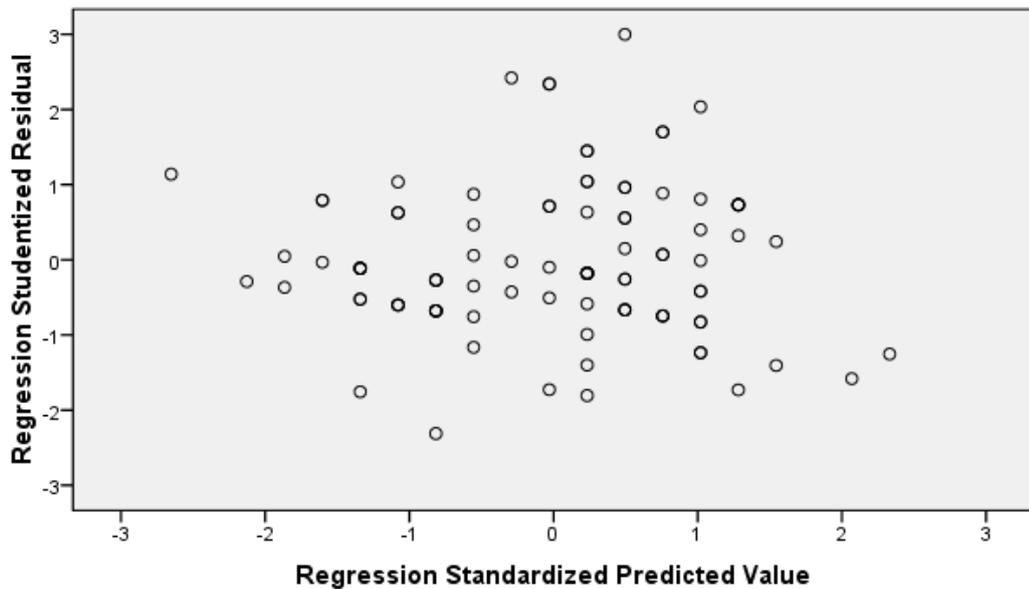
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	39.30	42.99	41.27	.740	97
Std. Predicted Value	-2.652	2.331	.000	1.000	97
Standard Error of Predicted Value	.251	.715	.343	.093	97
Adjusted Predicted Value	39.06	43.21	41.27	.755	97
Residual	-5.663	7.366	.000	2.459	97
Std. Residual	-2.291	2.980	.000	.995	97
Stud. Residual	-2.311	2.999	.000	1.004	97
Deleted Residual	-5.763	7.462	-.004	2.507	97
Stud. Deleted Residual	-2.367	3.136	.002	1.018	97
Mahal. Distance	.001	7.035	.990	1.222	97
Cook's Distance	.000	.073	.010	.015	97
Centered Leverage Value	.000	.073	.010	.013	97

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

## Charts

### Scatterplot

**Dependent Variable: Loyalitas Nasabah**



## Lampiran 15 Output Uji Regresi Linier Sederhana

```

DATASET ACTIVATE DataSet2.
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Loyalitas_Nasabah

/METHOD=ENTER CSR.
    
```

### Regression

[DataSet2]

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Corporate Social Responsibility <sup>a</sup>		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.831 <sup>a</sup>	.691	.688	1.662

a. Predictors: (Constant), CSR

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	585.990	1	585.990	212.269	.000 <sup>a</sup>
	Residual	262.257	95	2.761		
	Total	848.247	96			

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

## Lampiran 16 Uji T

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.589	2.266		4.232	.000
CSR	.840	.058	.831	14.569	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8823	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7648	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4783	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4703	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 61 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel Nilai t

d.f	$t_{0,10}$	$t_{0,05}$	$t_{0,025}$	$t_{0,01}$	$t_{0,005}$	d.f
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63, 657	1
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	2
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	3
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	4
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	5
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	6
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	7
8	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	8
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	9
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	10
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	11
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	12
13	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	13
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	14
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	15
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	16
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	17
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	18
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	19
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	20
21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	21
22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	22
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	23
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	24
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	25
26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	26
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	27
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	28
29	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	29
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	30
31	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	31
32	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738	32
33	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733	33
34	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728	34
35	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724	35
36	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719	36
37	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715	37
38	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712	38
39	1,303	1,685	2,023	2,426	2,708	39

Sumber: Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Dr. Imam Ghozali)

Tabel Nilai t

d.f	$t_{0,10}$	$t_{0,05}$	$t_{0,025}$	$t_{0,01}$	$t_{0,005}$	d.f
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	40
41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	41
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	42
43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	43
44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	44
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	45
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	46
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	47
48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	48
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	49
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	50
51	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676	51
52	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	52
53	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	53
54	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	54
55	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	55
56	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	56
57	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665	57
58	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663	58
59	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662	59
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	60
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	61
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	62
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656	63
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	64
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	65
66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652	66
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	67
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	68
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	69
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	70
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	71
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	72
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645	73
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644	74
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643	75
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	76
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641	77
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640	78

Sumber: Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Dr. Imam Ghozali)

Tabel Nilai t

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f
79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	79
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	80
81	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	81
82	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	82
83	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	83
84	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	84
85	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	85
86	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	86
87	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	87
88	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633	88
89	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632	89
90	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632	90
91	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	91
92	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	92
93	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630	93
94	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629	94
95	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629	95
96	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628	96
97	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627	97
98	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627	98
99	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626	99
Inf.	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626	Inf.

Sumber: Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Dr. Imam Ghozali)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iaim@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-1650/In.28/S/U.1/OT.01/12/2022**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : CAHYA ASTRIYANDONI  
NPM : 1602100219  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1602100219

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.



Metro, 12 Desember 2022  
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.  
NIP.19750505 200112 1 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296, Website: www.febi.metrouniv.ac.id, e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3452/ln.28.1/J/TL.00/10/2022  
Lampiran : -  
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,  
Hasrun Afandi US (Pembimbing 1)  
(Pembimbing 2)  
di-

Tempat  
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : CAHYA ASTRIYANDONI  
NPM : 1602100219  
Semester : 13 (Tiga Belas)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul : PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT.BPRS AMAN SYARIAH  
SEKAMPUNG LAMPUNG TIMUR

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
  - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
  - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 13 Oktober 2022  
Ketua Jurusan,



**Muhammad Ryan Fahlevi M.M**  
NIP 19920829 201903 1 007

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik. Untuk memastikan keasliannya, silahkan scan QRCode.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111  
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Cahya Astriyan Doni  
NPM : 1602100219  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG LAMPUNG TIMUR** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 17%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 15 Desember 2022  
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



**Muhammad Ryan Fahlevi**

NIP.199208292019031007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3508/In.28/D.1/TL.00/10/2022  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
PIMPINAN PT. BPRS AMAN  
SYARIAH SEKAMPUNG LAMPUNG  
TIMUR  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-3509/In.28/D.1/TL.01/10/2022,  
tanggal 17 Oktober 2022 atas nama saudara:

Nama : **CAHYA ASTRIYANDONI**  
NPM : 1602100219  
Semester : 13 (Tiga Belas)  
Jurusan : S1 Perbankan Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PT. BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG LAMPUNG TIMUR, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG LAMPUNG TIMUR".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 17 Oktober 2022  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Siti Zulaikha S.Ag, MH**  
NIP 19720611 199803 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail febi.iain@metrouniv.ac.id

## SURAT TUGAS

Nomor: B-3509/In.28/D.1/TL.01/10/2022

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : CAHYA ASTRIYANDONI  
NPM : 1602100219  
Semester : 13 (Tiga Belas)  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di PT. BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG LAMPUNG TIMUR, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG LAMPUNG TIMUR".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 17 Oktober 2022



Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH  
NIP 19720611 199803 2 001

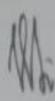


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iningsulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507, Faksimili (0726) 47296, Website: www.metroiain.ac.id, E-mail: iainmetro@metroiain.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Cahya Astriyandoni      Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS  
NPM : 1602100219      Semester/ TA : X / 2020-2021

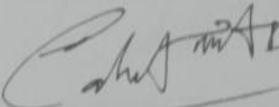
No	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Selasa, 8 Maret 2022		<ol style="list-style-type: none"><li>1. Perhatikan Penulisan kutipan pada jurnal dalam menulis footnote</li><li>2. latar belakang diberikan Deskriptif yang jelas pada awal paragraf</li><li>3. tambahkan indikator dan Perjelas indikator dalam sub loyalitas Nasabah.</li><li>4. uji Regresi Linear berganda diganti menjadi linear sederhana.</li></ol>	  

Pembimbing

  
Hasrun Afandi, M.M

Hasrun Afandi U.S, M.M  
NIP. 198901092019031002

Mahasiswa Ybs,



Cahya Astriyandoni  
NPM. 1602100219



Lampung Timur, 21 November 2022  
No. : 022/SDI.U-BAS/2022  
Lampiran : -

Kepada Yth.  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Iringmulyo  
Metro Timur

Perihal : **Pemberian Izin Research**

Ref : Surat IAIN No. B-3508/In.28/D.1/TL.00/10/2022 tanggal 17 Oktober 2022 perihal Izin Research

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Semoga kita senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufiq serta hidayah dari Allah SWT. *Aamiin yaa Robbal'alamin.*

Menunjuk referensi tersebut diatas, dengan ini kami beritahukan bahwa kami menyetujui permohonan Izin Research dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, atas nama Saudari:

Nama : Cahya Astriandoni  
NPM : 1602100219  
Jurusan/Prodi : S1 Perbankan Syariah

Demikian kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasama yang baik selama ini diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

PT. BPRS AMAN SYARIAH  
Kantor Pusat



Dian Puspitasari  
Kabag SDI & Umum



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725) 47296, website: www.syariah.metrouniv.ac.id, E-mail: syariah.lain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Cahya Astriya Doni  
NPM : 1602100219

Fakultas / Jurusan : FEBI / PBS  
Semester : XII / 2021-2022

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	selasa, 22 Maret 2022	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Pendittian Relevan dibuat table dan - Dideskriptirkan</li><li>2. Pada sumber data Csa diperbaiki</li><li>3. Identifikasi masalah disesuaikan dengan LBM</li><li>4. Apd disesuaikan dengan indikator.</li><li>5. Masukan indikator di bab 2 dan diesuaikan dengan LBM</li><li>6. Kerangka berpikir diberikan penjelasan dari para ahli</li></ol>	 

Dosen Pembimbing

Hasrun Afandi US, M.M  
NIP. 198901092019031002

Mahasiswa Ybs.

Cahya Astriya Doni  
NPM. 1602100219



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725)47206, website: www.syariah.metrouniv.ac.id, E-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Cahya Astriyan Doni  
NPM : 1602100219

Fakultas / Jurusan : FEBI / PBS  
Semester : XII / 2021-2022

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa, 15 maret 2022	1. Perbaiki Indikator CSR dan loyalitas Nasabah untuk penulisannya. 2. tambahkan indikator di LBM 3. berikan rincian Alasan tertarik Melakukan penelitian 4. sample Populasi diperkecil 5. APO	

Dosen Pembimbing

Hasrun Afandi US, M.M  
NIP. 198901092019031002

Mahasiswa Ybs.

Cahya Astriyan Doni  
NPM. 1602100219



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Cahya Astriya Doni  
NPM : 1602100219

Fakultas / Jurusan : FEBI / PBS  
Semester : XIII / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Kamis / 06 Sept 22	penambahan instrumen uji keberhadapan.	MS

Dosen Pembimbing

Hasrun Afandi US, M.M  
NIP. 198901092019031002

Mahasiswa Ybs.

Cahya Astriya Doni  
NPM. 1602100219



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Cahya Astriyan Doni                      Fakultas / Jurusan : FEBI / PBS  
NPM : 1602100219                                   Semester : XII / 2021-2022

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 14 April 2022	ACC untuk diseminarkan jurnal online	US.

Dosen Pembimbing

Hasrun Afandi US, M.M  
NIP. 198901092019031002

Mahasiswa Ybs.

Cahya Astriyan Doni  
NPM. 1602100219





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507; faksimil (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Cahya Astriya Doni                      Fakultas / Jurusan : FEBI / PBS  
NPM : 1602100219                              Semester : XIII / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	22-9-2022	1. Perbaiki APd dan outline 2. ganti teori di bab 2 berkaitan CSR.	

Dosen Pembimbing

Hasrun Afandi US.

**Hasrun Afandi US, M.M**  
NIP. 198901092019031002

Mahasiswa Ybs.

**Cahya Astriya Doni**  
NPM. 1602100219



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iningmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725)47206, website: www.syariah.metrouniv.ac.id, E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Cahya Astriyan Doni                      Fakultas / Jurusan : FEBI / PBS  
NPM : 1602100219                                  Semester : XIII / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu 8-12-2022	- Table Hitung T diperjelas Teorinya - Perjelas Rumus pada uji Normalitas	ML

Dosen Pembimbing

Hasrun Afandi US, M.M  
NIP. 198901092019031002

Mahasiswa Ybs.

Cahya Astriyan Doni  
NPM. 1602100219



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, faksimil (0725)47206, website: www.syarlah.metroainv.ac.id E-mail: syarah.ain@metroainv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Cahya Astriyan Doni                      Fakultas / Jurusan : FEBI / PBS  
NPM : 1602100219                                  Semester : XIII / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Semn 5-12-2022	gunakan table diagram pada tabel variabel operasionalnya.	ML

Dosen Pembimbing

Hasrun Afandi US, MLM  
NIP. 198901092019031002

Mahasiswa Ybs.

Cahya Astriyan Doni  
NPM. 1602100219



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725)47206, website: www.syahid.metrouniv.ac.id, e-mail: syahid@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Cahya Astriyan Doni                      Fakultas / Jurusan : FEBI / PBS  
NPM : 1602100219                                  Semester : XIII / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 9-12-2022	- Masukkan Foto Note dan Perbaiki Penulisan pada bab 4 terkait uji validitas	ML

Dosen Pembimbing

Hasrun Afandi US, M.M  
NIP. 198901092019031002

Mahasiswa Ybs.

Cahya Astriyan Doni  
NPM. 1602100219



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. KH Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syarlah.metrouniv.ac.id; E-mail: syarah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Cahya Astriyan Doni                      Fakultas / Jurusan : FEBI / PBS  
NPM : 1602100219                                  Semester : XIII / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 12-12-2022	ACC untuk disidang. Munaosyahkan	ML

Dosen Pembimbing

**Hasrun Afandi US, M.M**  
NIP. 198901092019031002

Mahasiswa Ybs.

**Cahya Astriyan Doni**  
NPM. 1602100219

## Dokumentasi Penelitian



Peneliti bersama Bapak Sugianto selaku Direktur BPRS Aman Syariah Sekampung



Peneliti bersama Bapak rahmat selaku Kepala Operasional BPRS Aman Syariah Sekampung



Pengisian Angket oleh Responden



Pengisian Angket oleh Responden



Pengisian Angket oleh Responden



Pengisian Angket oleh Responden



Pengisian Angket oleh Responden

## RIWAYAT HIDUP



Peneliti dilahirkan di Purbolinggo Lampung Timur pada tanggal 23 Maret 1993 dari pasangan Bapak Asra'i Hendarsyah dan Ibu Tri Marta Ningsih. Pendidikan peneliti dimulai dari SD Negeri 2 Metro Timur, selesai pada tahun 2005. Lalu lanjut di SMP Negeri 4 Metro selesai pada tahun 2008. Kemudian melanjutkan di SMK Negeri 2 Metro dengan mengambil jurusan ATPH, selesai pada tahun 2011. Selanjutnya, di tahun 2016, peneliti melanjutkan pendidikan di IAIN Metro dengan mengambil Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.