

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PRODUK  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI BPRS BAROKAH DANA  
SEJAHTERA YOGYAKARTA**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Disusun oleh:

Erika Gusliani Safitri

NIM: 11240042

Pembimbing:

Hj. Early Maghfiroh I, S.Ag, M.Si

NIP: 19741025 199803 2 001

**JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR**

Nomor: UIN.02/DD/PP.00.9/ 1079.a /2015

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PRODUK TERHADAP  
LOYALITAS NASABAH DI BPRS BAROKAH DANA SEJAHTERA YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Erika Gusliani Safitri  
NIM/Jurusan : 11240042/MD  
Telah dimunaqasyahkan pada : Senin, 15 Juni 2015  
Nilai Munaqasyah : 89,3 (A/B)

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

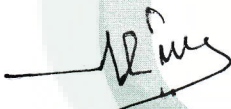
**TIM MUNAQASYAH**

Ketua Sidang/Penguji I,

  
**Hj. Early Maghfiroh I, S.Ag,M.Si.**

NIP 19741025 199803 2 001

Penguji II,



**Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si.**

NIP 19670104 199303 1 003

Penguji III,

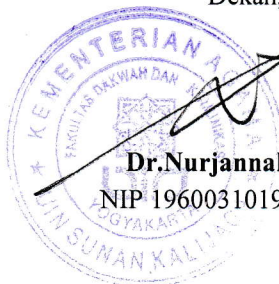


**Aris Risdiana, S.Sos.I., MM.**

NIP 19820804 201101 1 007

Yogyakarta, 22 Juni 2015

Dekan,



**Dr. Nurjannah, M.Si**

NIP 196003101987032001



### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:  
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberi petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Erika Gusliani Safitri  
NIM : 11240042  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Di BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan / Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu dalam bidang Sosial Islam. Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan . Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 3 Juni 2015

Mengetahui,

**Ketua Jurusan  
Manajemen Dakwah**



Drs. Muhammad Rasjid Ridla, M.Si.  
NIP. 19670104 199303 1 003

**Pembimbing,**

Hj. Early Maghfiroh I, S.Ag.M.Si.  
NIP. 19741025 199803 2 001

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Erika Gusliani Safitri  
NIM : 11240042  
Jurusan : Manajemen Dakwah  
Fakultas : Fakultas Dakwah Dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta** adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun.

Yogyakarta, 8 Juni 2015



Yang Menyatakan

Erika Gusliani Safitri

Nim 11240042

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Skripsi ini aku persembahkan kepada orang  
tuaku tercinta, Ayah.. Ibu terimakasih atas  
semua do'a, kasih sayang dan cinta kalian,  
terimakasih selalu memberiku semangat ..*

*dan*

*Almamaterku tercinta..*

*Jurusan Manajemen Dakwah*

*Fakultas dakwah dan Komunikasi*

*Universitas Islam Negeri Sunan*

*Kalijaga Yogyakarta*

**MOTTO**

*Diawali Dengan*

*Bismillahirrahmanirrahim, Dan*

*Diakhiri Dengan*

*Allhamdulillahirabbil'alamiin*

*(Erika G. S)*

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

*Allhamdulillahirabbil'alamiin*, puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan serta kelancaran sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan melalui beberapa tahap akhirnya skripsi yang berjudul **“Kualitas Pelayanan Dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Di BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta”** telah diselesaikan oleh peneliti.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Dakwah pada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan serta bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. Akh. Minhaji, MA. Ph.D., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Nurjanah, M.Si, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Bapak Okrisal Eka Putra, Lc. M.Ag, selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan motivasi untuk kelancaran skripsi saya.
5. Ibu Hj. Early Maghfiroh I. S.Ag. M.Si, selaku Pembimbing Skripsi yang membimbing serta memberikan pengarahan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh panitia dan penguji Munaqasah, Dosen pengampu mata kuliah yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman sampai saat ini.
7. Staff MD Ibu Tejowati Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membantu keperluan berkas-berkas surat yang dibutuhkan dalam skripsi.
8. Bapak Edi Sunarto, SE selaku Direktur PT. BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta, serta seluruh karyawan BPRS BDS yang telah berkenan meluangkan waktunya, memberikan informasi terkait dengan data-data yang dibutuhkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kepada Ayah dan Ibu tercinta, yang telah mendoakan dan memberi dukugan secara do'a, moral dan materil, dan kepada kakak dan adik-adikku tersayang. Semoga rahmat, berkah, dan kasih sayang Allah SWT selalu tercurah kepada mereka semua.
10. Keluarga besar "MD B GOKIL" tanpa terkecuali, terimakasih atas pertemanan dari awal kuliah sampai sekarang, kisah perjalanan kita di meja kuliah tak akan pernah saya lupakan, makasih.

11. Sahabat dan saudara “Kontrakan 3 Pintu” Sely, Lely, Jane, Cici, Ina, Fitri, Rita dan Jani terimakasih atas canda tawa kalian selalu memberikan motivasi untuk terselesaikannya skripsi ini.
12. Teman – teman KKN An-Najah 83, Zacky, Nur, Dini, Melani, Malika, Malik, dan Ukul, kita telah menjadi tim yang sangat kompak dan sukses menjalankan semuanya.
13. Teman – teman satu bimbingan Fidoh, Siti, Frida, Dica, Lely dan Rosi yang selalu semangat untuk munaqasah.
14. Serta teman-temanku yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih banyak atas bantuan dan do’a yang kalian berikan kepadaku.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan. Terimakasih.

*Wassalamu’alaikum Wr.Wb*

Yogyakarta, 8 Juni 2015

Peneliti,

Erika Guslian Safitri

11240042

## ABSTRAK

Erika Gusliani Safitri. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Di BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta. Skripsi Yogyakarta: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2015.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan dan citra produk terhadap loyalitas nasabah di BPRS BDS Yogyakarta, baik secara simultan maupun parsial. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Untuk mengumpulkan data menggunakan observasi, wawancara, koesioner, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif responden, analisis statistik deskriptif variabel, uji asumsi analisis regresi linear berganda, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis.

Hasil Uji Simultan (Uji F) menunjukkan nilai signifikansi  $0,012 < 0,05$  artinya kualitas pelayanan dan citra produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah BPRS BDS Yogyakarta. Hasil Uji Parsial (Uji T) menunjukkan bahwa nilai signifikansi kualitas pelayanan ( $0,744 > 0,05$ ) artinya kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS BDS Yogyakarta, sedangkan citra produk sebesar ( $0,006 < 0,05$ ) artinya citra produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS BDS Yogyakarta.

Hasil penelitian yang diolah dengan *Program SPSS Versi 17.0 For Windows* menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,225 artinya sumbangan yang diberikan dari kualitas pelayanan dan citra produk sebesar 22,5% terhadap loyalitas nasabah untuk terus menggunakan jasa di BPRS BDS Yogyakarta, sedangkan sisanya 77,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model ini seperti faktor religiusitas, faktor sosial kultural dan lainnya.

**Keyword:** Kualitas Pelayanan, Citra Produk, Loyalitas Nasabah

## DAFTAR ISI

|                                 |      |
|---------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....             | i    |
| SURAT PENGESAHAN SKRIPSI .....  | ii   |
| SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI ..... | iii  |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN ..... | iv   |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....       | v    |
| MOTTO .....                     | vi   |
| KATA PENGANTAR .....            | vii  |
| ABSTRAK .....                   | x    |
| DAFTAR ISI .....                | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....             | xiii |
| DAFTAR TABEL .....              | xiv  |

### **BAB I: PENDAHULUAN**

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| A. Penegasan Judul .....        | 1  |
| B. Latar Belakang Masalah ..... | 3  |
| C. Rumusan Masalah.....         | 7  |
| D. Tujuan Penelitian .....      | 8  |
| E. Kegunaan Penelitian .....    | 8  |
| F. Telaah Pustaka .....         | 9  |
| G. Kerangka Teori .....         | 12 |
| H. Hipotesis .....              | 23 |
| I. Metode penelitian .....      | 24 |

## **BAB II: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| A. Sejarah Singkat BPRS BDS Yogyakarta .....  | 43 |
| B. Visi dan Misi .....                        | 44 |
| C. Tujuan .....                               | 44 |
| D. Struktur Organisasi .....                  | 45 |
| E. Produk-produk .....                        | 47 |
| F. Sarana dan Prasarana .....                 | 51 |
| G. Jumlah Nasabah .....                       | 52 |
| H. Peningkatan Laba BPRS BDS Yogyakarta ..... | 52 |

## **BAB III:PEMBAHASAN**

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| A. Persiapan Penelitian .....                                      | 53 |
| B. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian ..... | 55 |
| C. Hasil Analisis Deskriptif Responden .....                       | 60 |
| D. Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel .....              | 63 |
| E. Hasil Uji Prasyarat Analisis.....                               | 68 |
| F. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....                | 71 |
| G. Hasil Uji Hipotesis .....                                       | 73 |
| H. Pembahasan .....                                                | 75 |

## **BAB IV:PENUTUP**

|                     |    |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan ..... | 78 |
| B. Saran .....      | 78 |

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN - LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Hipotesis Penelitian Secara Parsial dan Simultan .....                 | 23 |
| Gambar 1.2 Bentuk Hubungan Variabel Independen Terhadap<br>Variabel Dependen..... | 33 |
| Gambar 3.1 Grafik Persamaan Regresi Linear Berganda .....                         | 72 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Penelitian Kualitas Pelayanan ..... | 27 |
| Tabel 1.2 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Penelitian Citra Produk .....       | 28 |
| Tabel 1.3 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Penelitian Loyalitas Nasabah .....  | 29 |
| Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualita Pelayanan .....             | 55 |
| Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Produk .....                  | 56 |
| Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah .....             | 57 |
| Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Reliabilitas Instrumen Penelitian .....      | 58 |
| Tabel 3.5 Hasil Instrumen Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan .....     | 59 |
| Tabel 3.6 Hasil Instrumen Penelitian Variabel Citra Produk .....           | 59 |
| Tabel 3.7 Hasil Instrumen Penelitian Variabel Loyalitas Nasabah .....      | 60 |
| Tabel 3.8 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                   | 60 |
| Tabel 3.9 Data Responden Berdasarkan Usia .....                            | 61 |
| Tabel 3.10 Data Responden Berdasarkan Pendidikan .....                     | 62 |
| Tabel 3.11 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Pelayanan .....    | 63 |
| Tabel 3.12 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan .....          | 64 |
| Tabel 3.13 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Citra Produk .....          | 65 |
| Tabel 3.14 Distribusi Frekuensi Variabel Citra Produk .....                | 66 |
| Tabel 3.15 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Loyalitas Nasabah .....     | 67 |
| Tabel 3.16 Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Nasbah .....            | 68 |
| Tabel 3.17 Hasil Uji Normalitas Variabel Penelitian .....                  | 68 |
| Tabel 3.18 Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Penelitian .....           | 69 |

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 3.19 Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Penelitian ..... | 70 |
| Tabel 3.20 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....        | 71 |
| Tabel 3.21 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....                        | 73 |
| Tabel 3.22 Hasil Uji Parsial (Uji T) .....                         | 74 |
| Tabel 3.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....                   | 75 |



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Penegasan Judul

Persoalan yang sering terjadi dalam memahami judul adalah terjadinya banyak penafsiran yang berbeda. Oleh karena itu guna menghindari terjadinya pembiasan makna, maka penyusun perlu memberikan deskripsi dan pembatasan yang terdapat dalam judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Di BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta”**:

##### 1. Pengaruh

Pengaruh merupakan daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perubahan seseorang.<sup>1</sup> Sedangkan dalam ilmu statistik pengaruh adalah hubungan antara dua variabel.<sup>2</sup> Yang dimaksud dengan hubungan antara dua variabel dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan citra produk sebagai variabel independen terhadap loyalitas nasabah sebagai variabel dependen.

##### 2. Kualitas Pelayanan

Menurut *Zeithalm dan Bitner*, kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat

---

<sup>1</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Pembimbing Dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1980), hlm. 664.

<sup>2</sup> Anas Sudjono, *Pengaruh Statistik Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2000), hlm.20.

keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>3</sup> Adapun yang dimaksud kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah layanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh untuk membangun nasabah yang loyal pada suatu lembaga.

### 3. Citra Produk

Citra produk (*Product Image*) menurut Wijaya dalam Anung Pramudyo, yaitu sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu produk, yang meliputi atribut produk tersebut, manfaat bagi konsumen, penggunaannya, serta jaminan.<sup>4</sup> Produk Tiara adalah tabungan yang dilakukan setiap bulannya dengan jumlah tertentu dengan bagi hasil setara dengan Deposito 3 bulan. Adapun yang dimaksud dalam citra produk dalam penelitian ini adalah kesan yang terdapat pada produk Tiara untuk dikenal dan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

### 4. Loyalitas Nasabah

Loyalitas pelanggan menurut Tjiptono dalam Zulkarnain adalah sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merk, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian

---

<sup>3</sup> Zethalm V.A And Bitner, Mary Jo, *Service Marketing*, (Mcgraw Hill Inc, Int'l Edison, New York, 2002), hlm. 40.

<sup>4</sup> Anung Pramudyo, *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening*, JBMA, Vol.1:1, 2012. [www.amaypk.ac.id/download//](http://www.amaypk.ac.id/download//), diakses tanggal 31 Oktober 2014 pukul 14.45 WIB.

yang konsisten.<sup>5</sup> Adapun yang dimaksud loyalitas nasabah dalam penelitian ini adalah sikap seseorang yang setia pada suatu produk atau lembaga, dan terjalinnya hubungan yang berkesinambungan sehingga membentuk nasabah yang setia.

#### 5. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Barokah Dana Sejahtera (BPRS BDS)

BPRS BDS adalah sebuah lembaga keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Pada umumnya, Bank syariah adalah lembaga keuangan, usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa dengan prinsip-prinsip syariah.

Jadi yang dimaksud dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan citra produk terhadap loyalitas nasabah di BPRS Barokah Dana Sejahtera adalah penelitian tentang layanan yang berkualitas dan kesan yang terdapat pada sebuah produk dapat meningkatkan kesetiaan nasabah untuk terus menggunakan jasa di BPRS Barokah Dana Sejahtera.

### **B. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan syariah sebagai salah satu lembaga keuangan yang beroperasi dalam bidang finansial, merupakan lembaga yang menggunakan sistem bagi hasil (*profit sharing*) dalam pengoperasiannya.

---

<sup>5</sup> Zulkarnain, *Ilmu Menjual: Pendekatan Teoritis Dan Kecakapan Menjual*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 136.

Perbankan syariah menawarkan berbagai produk seperti pembiayaan dan tabungan yang berlandaskan prinsip syariah, dalam arti sistem tatanan Syariah yang mewajibkan menjaga lingkungan, ekonomi, sosial politik dan keluarga agar tetap pada *track* yang berlaku sesuai dengan hukum islam, yang dapat mengaplikasikan sesuai dengan tatanan yang dihadapi.<sup>6</sup>

Sistem keuangan syariah merupakan sistem keuangan yang menjembatani antara pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang memiliki kelebihan dana melalui produk dan jasa keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Seluruh transaksi yang terjadi dalam kegiatan keuangan syariah harus dilaksanakan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.<sup>7</sup> Prinsip syariah yang digunakan BPRS BDS berdasarkan UU No.11/23/PBI/2009, Tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang menyatakan bahwa Prinsip Syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan syariah berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia.<sup>8</sup>

Kemajuan teknologi komunikasi juga ikut serta berperan penting meningkatkan intensitas persaingan, karena memberikan nasabah akses informasi yang lebih banyak tentang berbagai macam layanan perbankan beserta keuntungan-keuntungan yang ditawarkan. perkembangan jasa perbankan yang bervariasi dan banyaknya lembaga keuangan yang

---

<sup>6</sup> Ardy Lutfi Siregar, *Segi Tiga Fungsional Pengembangan Bank Syariah, Di Dalam Perbankan Syariah Masa Depan*, (Jakarta:Senayan Abadi Publishing, 2003), hlm. 103.

<sup>7</sup> Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta:Kencana,2010), hlm. 52

<sup>8</sup> Undang-Undang Peraturan Bank Indonesia No. 11 Tahun 2009 tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

menawarkan fasilitas yang dapat memenuhi keinginan nasabah, hal ini merupakan usaha untuk mempertahankan dan menambah nasabah, bank harus bisa memilih kebijakan maupun teknologi yang paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan bank. Dengan memilih teknologi yang tepat akan mempengaruhi ketepatan, keakuratan, kemampuan, dan kecepatan bank dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan mencerminkan baik tidaknya bank tersebut di mata nasabah.

Berkembangnya lembaga keuangan syariah di Indonesia, khususnya di Yogyakarta persaingan pada institusi perbankan syariah semakin ketat. BPRS Barokah Dana Sejahtera merupakan sebuah lembaga keuangan berbasis prinsip syariah yang berada di wilayah kerja Daerah Istimewa Yogyakarta. BPRS BDS masuk dalam 10 besar BPR Syariah terbaik tahun 2014 versi Infobank 2014 dalam kategori Aset Rp.25 Miliar sampai dengan dibawah Rp.50 Miliar.<sup>9</sup> Hal ini menjadi bukti adanya pertumbuhan yang produktif dan peningkatan aset yang cukup berarti dari waktu ke waktu, ini merupakan salah satu alasan penyusun ingin melakukan penelitian di BPRS BDS Yogyakarta.

Peningkatan aset ini tentunya didukung oleh faktor-faktor pendukung, seperti produk-produk yang digunakan nasabah untuk memenuhi kebutuhannya. salah satunya produk Tiara yang banyak

---

<sup>9</sup> <http://bprs-bds.co.id> di akses pada tanggal 14 Oktober 2014 pukul 18.30 WIB.

digunakan oleh nasabah.<sup>10</sup> Semakin banyak produk tersebut digunakan maka citra produk tersebut semakin baik. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas maka akan menciptakan hubungan yang baik akan menjadikan nasabah yang setia (loyal) antar perusahaan dan nasabah. Keberagaman itu tentunya memiliki nilai lebih karena dapat diasumsikan bahwa pelayanan dan produk yang diberikan BPRS BDS dapat mencakup semua kalangan yang ada di masyarakat.

Keanekaragaman latar belakang nasabah juga merupakan salah satu kendala tersendiri, karena pada dasarnya secara personal, setiap orang mempunyai keinginan yang berbeda-beda. Dengan demikian, pihak bank perlu membuat sebuah strategi untuk dapat mengoptimalkan kualitas pelayanan dan citra produk sehingga setiap personal dari seluruh nasabah terpenuhi kebutuhannya. Pada saat kondisi nasabah terpenuhi kebutuhannya atas kualitas pelayanan yang diberikan dan citra produk yang ditawarkan diharapkan nasabah mendapatkan kepuasan dan akan membentuk nasabah yang loyal terhadap bank.

Loyalitas nasabah merupakan puncak pencapaian pelaku bisnis terutama perbankan. Nasabah yang puas dan loyal (setia) tidak akan ragu untuk menjadi penyebar yang baik dari mulut ke mulut mengenai kebaikan produk yang dipakainya. Kepuasan yang didapat cenderung menyebabkan nasabah berperilaku positif dan kedekatan emosional terhadap lembaga dan produk sehingga membentuk kesetiaan nasabah yang kuat.

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan Niken, Customer Service BPRS BDS, Yogyakarta tanggal 22 Desember 2014 pukul 11.00 WIB.

BPRS BDS menjadi salah satu bank yang dijadikan nasabah untuk melakukan pembiayaan maupun transaksi lainnya. Dengan tingkat persaingan yang ketat antar bank serta didukung keunggulan-keunggulan antar bank, maka BPRS BDS berupaya untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan citra produk agar nasabahnya tetap loyal pada banknya. Dengan uraian diatas maka penulis tertarik mengangkat permasalahan tersebut dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Di BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta”.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Barokah Dana Sejahtera?
2. Apakah citra produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Barokah Dana Sejahtera?
3. Apakah kualitas pelayanan dan citra produk secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Barokah Dana Sejahtera?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Barokah Dana Sejahtera.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra produk terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Barokah Dana Sejahtera.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra produk secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Barokah Dana Sejahtera.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Bidang Teoritik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi pengembangan ilmu manajemen pada umumnya dan jurusan lembaga keuangan islam khususnya, serta menjadi rujukan penelitian berikutnya tentang kualitas pelayanan, citra produk, dan loyalitas.

2. Bidang Praktis

Penelitian ini diharapkan sebagai sumbangan pemikiran dan informasi untuk mengukur kualitas pelayanan, citra produk dan loyalitas nasabah sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan untuk mengurangi kesenjangan antara pihak bank dengan

nasabah, serta membangun loyalitas/kesetiaan nasabah pada lembaga/bank akan bertambah besar.

## **F. Telaah Pustaka**

Penelitian tentang “Analisis Komparatif Tingkat Kualitas Pelayanan Untuk Muzaki Antara Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta Dan Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) Cabang Yogyakarta”. Skripsi ini ditulis oleh Feri Fajar Feronika. Hasil penelitian yang dilakukan diperoleh bahwa kelima aspek kualitas pelayanan termasuk dalam kategori memuaskan, namun dari sisi lembaga BAZNAZ kota Yogyakarta yang diteliti terdapat satu aspek yang harus ditingkatkan adalah “aspek jaminan”, sedangkan di lembaga PKPU cabang Yogyakarta yang harus ditingkatkan adalah aspek “daya tangkap”. Karena kedua aspek ini berada di urutan terbawah dalam kualitas pelayanan. Penelitian ini terdapat persamaan yaitu salah satu variabel yang diteliti “kualitas pelayanan” yang akan digunakan, namun ada perbedaan yang akan dilakukan peneliti yaitu menggunakan variabel lainnya seperti “citra produk dan loyalitas nasabah” dalam penelitian.<sup>11</sup>

Penelitian tentang, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Margirizki Bahagia Yogyakarta”. Skripsi ini ditulis oleh Andy Hidayatullah, hasil uji hipotesis yang

---

<sup>11</sup> Feri Fajar Feronika, Analisis Komparatif Tingkat Kualitas Pelayanan Untuk Muzaki Antara Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta Dan Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) Cabang Yogyakarta, *Skripsi* tidak diterbitkan, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2014).

dilakukan bahwa kualitas pelayanan dan citra produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, namun dalam variabel citra produk terdapat 2 aspek pembentukan citra yang harus ditingkatkan yaitu desain produk dan pelayanan produk agar tingkat loyalitas nasabah juga semakin tinggi.<sup>12</sup> Penelitian ini terdapat persamaan yaitu variabel yang akan diteliti, akan tetapi yang membedakannya adalah obyek penelitiannya.

Skripsi ketiga, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Di Bank Pembiayaan Rakyat Syari’ah Bangun Drajat Warga Yogyakarta”. Skripsi ini ditulis oleh Mukaddam. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, terdapat pengaruh positif dan signifikan yang cukup berarti antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y). Hal ini dibuktikan dari hasil perhitungan, dimana diperoleh hipotesis koefisien determinasi antara variabel X dengan variabel Y, dimana diperoleh hipotesis koefisien determinasi antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,248.<sup>13</sup> Adapun perbedaan dalam penelitian ini adalah metode analisis data.

Skripsi Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga Dan Religiusitas Terhadap Minat *Muzakki* Untuk Menyalurkan Zakat Profesi

---

<sup>12</sup> Andy Hidayatullah, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Di BPRS Margirizki Bahagia Yogyakarta, *Skripsi* tidak diterbitkan, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2007).

<sup>13</sup> Mukaddam, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Studi Di Bank Pembiayaan Rakyat Syari’ah Bangun Drajat Warga Yogyakarta, *Skripsi* tidak diterbitkan, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2014).

Pada Pos Keadilan Peduli Ummat (PKPU) Cabang Yogyakarta, skripsi ini ditulis oleh Hanifah Nur'aini. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, bahwa kualitas pelayanan dan citra lembaga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki untuk menyalurkan zakat, analisis data pada skripsi ini menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki, dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dibandingkan 0,05.<sup>14</sup>

Jurnal Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Publik Dengan *Customer Value* Sebagai Variabel *Moderating*, ditulis oleh Elda, Sefredi dan Yulihar Program Studi Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Bung Hatta. Hasil pengujian dengan nilai koefisien 0,327 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan publik.<sup>15</sup>

Jurnal yang ditulis oleh Anung Pramudyo, tentang Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening, JBMA, Vol.1:1, 2012. Akademi Manajemen Administrasi (AMA) "YPK" Yogyakarta. Hasil nilai koefisien dari penelitian ini menunjukkan sebesar

---

<sup>14</sup> Hanifah Nur'aini, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga Dan Religiusitas Terhadap Minat *Muzakki* Untuk Menyalurkan Zakat Profesi Pada Pos Keadilan Peduli Ummat (PKPU) Cabang Yogyakarta, *Skripsi* tidak diterbitkan, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, 2015).

<sup>15</sup> Elda, Sefredi, dan Yulihar, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Publik Dengan *Customer Value* Sebagai Variabel *Moderating*, vol. 4:2, 2014. <http://ejurnal.bunghatta.ac.id>, diakses tanggal 5 Maret 2015 pukul 22.00 WIB.

0.768, bahwa citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas.<sup>16</sup>

Berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian ini mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Di BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta. Adapun perbedaan pada penelitian ini adalah tempat penelitian yaitu di BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta. Dengan demikian penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Di BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta belum pernah dilakukan.

## G. Kerangka Teori

### 1. Kualitas pelayanan

#### a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut *Zeithalm*, kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>17</sup> Menurut Wyckof dalam Fandy Ciptono bahwa kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*Excellence*) yang

---

<sup>16</sup> Anung Pramudyo, *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening*, JBMA, Vol.1:1, 2012.

<sup>17</sup> Zethalm V.A And Bitner, Mary Jo, *Service Marketing*, hlm. 40.

diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>18</sup>

Jadi kualitas pelayanan adalah layanan berkualitas yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan rasa nyaman. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik, maka nasabah akan merasa puas.

#### b. Dimensi-Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono pendekatan kualitas layanan atau jasa yang banyak digunakan dalam riset pemasaran adalah model *Servqual* yang dikembangkan Parasuraman, Zeithaml dan Berry. *Servqual* dibangun dengan membandingkan dua faktor utama yaitu layanan yang diterima dibandingkan dengan harapan konsumen. Perbandingan dua faktor utama tersebut terdapat dalam lima dimensi kualitas layanan dari model *Servqual* atau dikenal dengan *Teori Total Quality Service* yang telah dikembangkan, yaitu:<sup>19</sup>

##### 1) Keandalan (*Reliability*)

Keandalan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja yang ditampilkan harus sesuai dengan harapan pelanggan seperti ketepatan waktu, pelayanan

---

<sup>18</sup> Fandu Ciptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Bayumedia Publishing, 2011), hlm. 331.

<sup>19</sup> Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: Andi, 2003), hlm. 26.

yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, tanggungjawab petugas saat memberikan layanan serta dengan tingkat akurasi yang tinggi.

## 2) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap merupakan kesiap sediaan karyawan dan kemauan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan serta cepat mengakomodasi keluhan pelanggan.

## 3) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan yang ditampilkan bisa berupa pengetahuan yang dimiliki, sopan santun dan kemampuan pegawai menumbuhkan rasa percaya (*trust*) para pelanggannya terhadap perusahaan. Hal ini terlihat dalam komponen komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

## 4) Empati (*Empathy*)

Empati merupakan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada pelanggan dalam upaya memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik. Dalam riset berikutnya empati berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan,

serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.<sup>20</sup>

#### 5) Bukti Fisik (*Tangible*)

Berwujud atau bukti fisik merupakan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Hal ini ditunjukkan oleh penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen. Penampilan dan kemampuan yang diberikan meliputi fasilitas fisik seperti gedung, perlengkapan dan peralatan yang digunakan serta penampilan pegawai.

Penelitian ini menggunakan dimensi kualitas pelayanan dari model *Servqual/Teori Total Quality Service* meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik.

## 2. Citra Produk

### a. Pengertian Citra Produk

Citra produk (*Product Image*) menurut wijaya, yaitu sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu produk, yang meliputi atribut produk tersebut, manfaat bagi konsumen, penggunaannya, serta jaminan.<sup>21</sup> Menurut Aaker

---

<sup>20</sup> Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: Andi, 2008), hlm. 95.

<sup>21</sup> Anung Pramudyo, *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening*. JBMA, Vol. 1.1, 2012.

dalam Simamora citra adalah seperangkat asosiasi yang ingin diciptakan atau dipelihara oleh perusahaan.<sup>22</sup>

Jadi citra produk merupakan kesan/pendapat seseorang baik atau buruk tentang suatu produk, baik dari desain produk, kualitas produk, dan manfaat produk bagi nasabah yang dapat memenuhi kebutuhannya.

Perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan citra yang efektif untuk produknya. Citra yang efektif akan melakukan tiga hal untuk produknya:<sup>23</sup>

- 1) Menyampaikan satu pesan tunggal untuk memantapkan karakter produk dan urutan nilai.
- 2) Menyampaikan pesan dengan cara berbeda sehingga tidak dikelirukan dengan pesan serupa dari pesaing.
- 3) Mengirimkan kekuatan emosional sehingga membangkitkan hati maupun pikiran pembeli.

#### b. Pembentukan Citra Produk

Adapun yang mencakup ciri-ciri pembentuk citra yang lain untuk produknya seperti:<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> *Ibid.*, Anung Pramudyo.

<sup>23</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*, Alih Bahasa Hendra Teguh, SE, Ak Dan Ronny A Rusli, SE, Ak, (Jakarta: Prenhallindo, 1997), hlm. 251.

<sup>24</sup> William J Stanton, *Prinsip Pemasaran*, Jilid Ke-1, Alih Bahasa Yohanes Lamarto, (Jakarta: Erlangga, 1984), hlm. 284-288.

### 1) Desain Produk

Desain produk merupakan salah satu aspek pembentuk citra produk. Sebuah desain yang unik, lain dari yang lain bisa merupakan satu-satunya ciri pembeda produk. Desain produk yang baik dapat meningkatkan pemasaran produk dalam pelbagai hal misalnya, dapat mempermudah operasi pemasaran produk, meningkatkan nilai kualitas dan keawetan produk, dan menambah daya penampilan produk.

### 2) Warna Produk

Warna dapat menjadi faktor penentu diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen. Para manajemen harus sebagai kekuatan, pendayagunaan warna yang tepat dapat meningkatkan penjualan suatu produk dan pada umumnya mempengaruhi reaksi emosional seseorang terhadap produk.

### 3) Kualitas Produk

Kualitas produk harus benar-benar diperhatikan karena produk harus mampu mencapai tingkat kualitas yang sesuai dengan fungsi penggunaannya, kualitas produk mutlak harus ada didalam produk.

### 4) Jaminan dan Pertanggungjawaban Produk

Tujuan dari jaminan produk adalah untuk meyakinkan pembeli bahwa perusahaan akan memberikan ganti rugi bila produknya tidak berfungsi sebagaimana mestinya. Perusahaan

bertanggungjawab penuh atas kerugian-kerugian yang disebabkan oleh produk yang disebabkan kelalaian produksi atau sebab-sebab lainnya.

### 5) Pelayanan Produk

Pelayanan produk merupakan kegiatan yang memerlukan perhatian khusus pihak manajemen karena produk sendiri semakin lama semakin canggih dan tidak rumit. Inti dari pelayanan produk merupakan terpenuhinya kebutuhan dan terjawabnya keluhan-keluhan nasabah.

## 3. Loyalitas Nasabah

### a. Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas secara harfiah diartikan kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Loyalitas dapat didefinisikan sebagai kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu produk, mempunyai komitmen pada produk tersebut, dan bermaksud meneruskan penggunaannya di masa mendatang. Loyalitas menunjukkan kecenderungan pelanggan terhadap untuk menggunakan suatu produk tertentu dengan tingkat konsistensi yang tinggi.<sup>25</sup> Menurut Selnes bahwa loyalitas

---

<sup>25</sup> B. S. Dharmesta, "Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti", *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14, No. 3 (Juni 1999), hlm. 73.

pelanggan menunjukkan perilaku yang setia, yang dimaksudkan berhubungan dengan produk atau jasa.<sup>26</sup>

Jadi terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

b. Dimensi-Dimensi Loyalitas Nasabah

Ada beberapa penelitian tentang hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelayanan, diantaranya menurut Zeithaml terdapat empat dimensi dari loyalitas:<sup>27</sup>

1) *Word Of Mouth Communications*

*Word Of Mouth Communication* adalah merekomendasikan kepada orang lain, memberitahukan keunggulan bank, mengajak orang lain untuk ke bank tersebut.

2) *Purchase Intention*

*Purchase Intention* adalah nasabah akan selalu menentukan pilihan pertamanya pada bank, mengurangi

---

<sup>26</sup> Anung Pramudyo, *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening*, JBMA, Vol.1:1, 2012.

<sup>27</sup> Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 189-191.

kunjungan ke bank lain, bangga menjadi nasabah bank, sering berkunjung atau melakukan transaksi pada bank.

### 3) *Price Sensitivity*

*Price Sensitivity* yaitu, akan pindah ke bank lain jika ada tawaran dengan tarif yang menarik, akan mendatangi bank lain jika ada tawaran yang lebih menarik.

### 4) *Complaining Behavior*

*Complaining Behavior* yaitu, mengadukan permasalahan layanan, jarang melakukan transaksi, berkata negatif tentang bank.

## 4. Lembaga Keuangan Islam

### a. Pengertian Lembaga Keuangan Bank Syariah

Lembaga Keuangan Bank Syariah adalah setiap perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan bidang keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Lembaga keuangan syariah secara esensial berbeda dengan lembaga keuangan konvensional baik dalam tujuan, mekanisme, kekuasaan, ruang lingkup serta tanggung jawabnya. Setiap institusi dalam lembaga keuangan syariah menjadi bagian integral dari sistem keuangan syariah, lembaga keuangan syariah bertujuan membantu mencapai tujuan sosio ekonomi masyarakat Islam.<sup>28</sup> Adapun jenis-jenis usaha bank syariah sebagai berikut:<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syaria'ah*, hlm. 29.

- 1) Bank Umum Syariah (BUS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BUS dapat berusaha sebagai bank devisa dan bank nondevisa. Bank Devisa adalah bank yang dapat melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan seperti transfer ke luar negeri, inkaso ke luar negeri, pembukuan *letter of credit*, dan sebagainya seperti Bank Mega Syariah, BRI Syariah dan lain-lain.
- 2) Unit Usaha Syariah (UUS), adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu Bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah/unit syariah. Seperti Bank Syariah Mandiri.
- 3) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah sebuah lembaga keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Pada umumnya, Bank syariah adalah lembaga keuangan, usaha pokoknya

---

<sup>29</sup> *Ibid.*, hlm. 61-62.

memberikan pembiayaan dan jasa-jasa, dalam lalu lintas pembiayaan serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.<sup>30</sup>

Sedangkan yang dimaksud dengan prinsip-prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan dan keuangan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Prinsip utama yang dianut oleh lembaga keuangan syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya adalah *masyir, gharar, haram, riba, batil*.<sup>31</sup>

5. Hubungan Kualitas pelayanan, citra produk dengan loyalitas nasabah.

Menurut Parasuraman bahwa yang paling kuat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah faktor kualitas keandalan, artinya dari dimensi kualitas pelayanan yang paling dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah dimensi keandalan.<sup>32</sup> Sedangkan menurut William J. Stanton citra produk yang mempengaruhi kesetiaan pelanggan untuk terus menggunakan produknya yaitu jaminan, kualitas dan pelayanan produk yang diberikan, dengan memberikan jaminan

---

<sup>30</sup> Heri Sudarsono, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2003), hlm. 27.

<sup>31</sup> Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga keuangan syari'ah*, hlm. 35-36.

<sup>32</sup> Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 102.

kepada nasabah maka nasabah akan merasa nyaman untuk menggunakan produknya.<sup>33</sup>

Memberikan kualitas pelayanan yang baik, maka perlu membina hubungan yang erat antara perusahaan, dalam hal ini karyawan memiliki hubungan yang baik terhadap pengguna jasa. Kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk, yang memenuhi keinginan pelanggan, dengan demikian memberikan kepuasan atas pengguna produk, kualitas pelayanan dan produk merupakan jaminan terbaik bagi kita atas kesetiaan pelanggan, untuk menghadapi persaingan.<sup>34</sup> Jadi menurut peneliti hubungan kualitas pelayanan dan citra produk dapat berpengaruh untuk meningkatkan loyalitas nasabah di BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta.

#### **H. Hipotesis**

Berdasarkan uraian faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah penulis dapat membuat dugaan sementara sebagai berikut:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

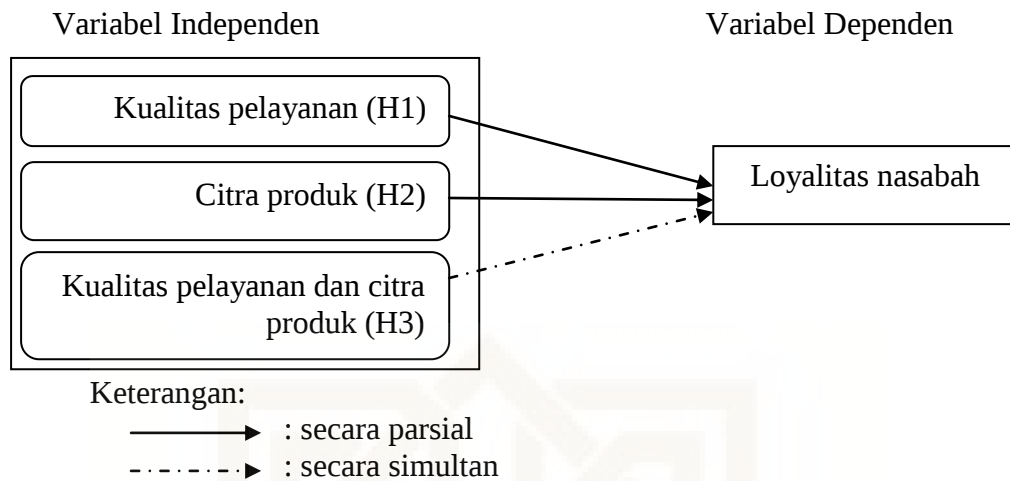
H2: Citra produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

H3: Kualitas pelayanan dan citra produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

---

<sup>33</sup> William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*. hlm. 289.

<sup>34</sup> Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 88-89.



Gambar 1.1

### Hipotesis Penelitian Secara Parsial dan Simultan

## I. Metode Penelitian

Metode merupakan upaya agar kegiatan penelitian dapat dilakukan secara optimal. Untuk memperoleh hasil dalam penelitian ilmiah diperlukan metode yang digunakan. Adapun metode yang digunakan sebagai berikut:

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori *field research* (penelitian lapangan). Karena, data yang diperoleh dari hasil angket yang di sebar pada nasabah produk Tiara (Tabungan Investasi Terencana) pada BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta.

### 2. Sifat Penelitian

Penelitian deskriptif kuantitatif, penelitian deskriptif yaitu menjelaskan dan menggambarkan, sedangkan kuantitatif merupakan penelitian yang dalam prosesnya banyak menggunakan angka-angka,

dari mulai pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan dari hasilnya.<sup>35</sup>

Pelaksanaan metode-metode deskriptif tidak terbatas hanya sampai pada pengumpulan dan penyusunan data, tetapi meliputi analisa dan interpretasi tentang arti data itu. Karena itulah maka dapat terjadi sebuah penyelidikan deskriptif membandingkan persamaan dan perbedaan fenomena tertentu lalu mengambil bentuk koparatif atau mengukur sesuatu dimensi seperti dalam berbagai bentuk studi kuantitatif, angket, test, interview, dan lain-lain.<sup>36</sup>

### 3. Populasi dan Sample

#### a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.<sup>37</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah produk Tiara di BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta sebanyak 194 orang.

---

<sup>35</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), hlm. 12.

<sup>36</sup> Winarno Surakhmad, *Pengantar Peneliti Ilmiah: Dasar, Metode, Dan Teknik*, (Bandung: Tarsito, 1982). hlm. 139.

<sup>37</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 148.

## b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).<sup>38</sup> Teknik sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah simple random sampling yaitu, pengambilan sample dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi.<sup>39</sup>

Apabila subyek dari populasi penelitian kurang dari 100 orang, maka lebih baik diambil semuanya. Sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, dan apabila subyek dari populasi penelitian besar atau lebih dari 100 orang, maka dapat diambil sampel sebanyak 10% atau lebih.<sup>40</sup> Dalam penelitian ini fokus pada nasabah produk Tiara yang berjumlah 194 orang, maka dari itu jumlah sample dalam penelitian ini sebesar 15%, jadi 15% dari 194 orang adalah 30 orang.

---

<sup>38</sup> *Ibid.*, hlm. 149.

<sup>39</sup> *Ibid.*, hlm. 152.

<sup>40</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Cet. IX, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm. 107.

#### 4. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang valid dan relevan pada penelitian ini, maka peneliti melakukan metode pengumpulan data dengan cara sebagai berikut:

##### a. Observasi

Observasi menurut Larry Cristensen menyatakan bahwa dalam penelitian, observasi diartikan sebagai pengamatan terhadap pola perilaku manusia dalam situasi tertentu, untuk mendapatkan informasi tentang fenomena yang diinginkan. Observasi merupakan cara yang penting untuk mendapatkan informasi yang pasti tentang orang, karena apa yang dikatakan orang belum tentu sama dengan apa yang dikerjakan.<sup>41</sup> Observasi dalam penelitian ini untuk melihat tempat penelitian dan kegiatannya secara langsung.

##### b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana pewawancara dalam pengumpulan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai. Teknik ini digunakan untuk mengetahui dan mengumpulkan informasi atau gambaran umum subjek atau sampel melalui pemimpin atau staf-staf perusahaan yang akan diteliti.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, hlm. 235.

<sup>42</sup> *Ibid.*, hlm. 224.

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara tidak terstruktur, yang dimaksud wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan instrument untuk pengumpulan data, dimana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan yang diberikan oleh peneliti. Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian dan perilaku responden.

Cara menyusun instrumen pada penelitian ini yaitu, menjadikan variabel-variabel penelitian sebagai titik tolak, lalu indikator pada setiap variabel dijabarkan menjadi butir-butir pernyataan atau pertanyaan.<sup>43</sup> Adapun kisi-kisi instrumen yang akan digunakan sebagai berikut:

---

<sup>43</sup> *Ibid.*, hlm. 180.

Instrumen kualitas pelayanan ini diadopsi dari penelitian Feri Fajar Feronika.<sup>44</sup>

Tabel 1.1

Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan

| No | Indikator                              | No. Item   | Jumlah |
|----|----------------------------------------|------------|--------|
| 1. | Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )        | 1,2,3,4    | 4      |
| 2. | Jaminan ( <i>Assurance</i> )           | 5,6,7,8    | 4      |
| 3. | Keandalan ( <i>Reliability</i> )       | 9,10,11,12 | 4      |
| 4. | Empati ( <i>Emphaty</i> )              | 13,14,15   | 3      |
| 5. | Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) | 16,17,18   | 3      |
|    | Jumlah                                 |            | 18     |

Sumber: Dokumen Feri Fajar Feronika tahun 2014

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa dalam pembuatan instrumen penelitian variabel kualitas pelayanan sebanyak 18 item pernyataan yaitu: dimensi Bukti Fisik (*Tangible*) sebanyak empat item nomor 1, 2, 3, 4; Dimensi Jaminan (*Assurance*) sebanyak empat item yaitu pada nomor 5, 6, 7, 8; dimensi Keandalan (*Reliability*) sebanyak empat item yaitu nomor 9, 10, 11, 12; dimensi Empati (*Emphaty*) sebanyak 3 item yaitu 13, 14, 15 dan dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*) sebanyak 3 item yaitu 16, 17, 18.

Instrumen citra produk dan loyalitas nasabah ini diadopsi dari penelitian Andy Hidayatullah.<sup>45</sup>

<sup>44</sup> Feri Fajar Feronika, Analisis Komparatif Tingkat Kualitas Pelayanan Untuk Muzaki Antara Badan Amil Zakat Nasional Kota Yogyakarta Dan Pos Keadilan Peduli Umat Cabang Yogyakarta, *Skripsi* tidak diterbitkan.

Tabel 1.2

## Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Variabel Citra Produk

| No | Indikator                                | No. Item   | Jumlah |
|----|------------------------------------------|------------|--------|
| 1. | Desain Produk                            | 1,2,3,4    | 4      |
| 2. | Warna Produk                             | 5,6,7,8    | 4      |
| 3. | Kualitas Produk                          | 9,10,11,12 | 4      |
| 4. | Jaminan dan<br>Pertanggungjawaban Produk | 13,14,15   | 3      |
| 5. | Pelayanan Produk                         | 16,17,18   | 3      |
|    | Jumlah                                   |            | 18     |

Sumber: Dokumen Andy Hidayatullah tahun 2007

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan bahwa dalam pembuatan instrumen penelitian variabel citra produk sebanyak 18 item pernyataan yaitu: dimensi Desain Produk sebanyak empat item nomor 1, 2, 3, 4; dimensi Warna Produk sebanyak empat item yaitu pada nomor 5, 6, 7, 8; dimensi Kualitas Produk sebanyak empat item yaitu nomor 9, 10, 11, 12; dimensi Jaminan dan Pertanggungjawaban Produk sebanyak 3 item yaitu 13, 14, 15 dan dimensi Pelayanan Produk sebanyak 3 item yaitu 16, 17, 18.

Tabel 1.3

## Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Variabel Loyalitas Nasabah

| No | Indikator                           | No. Item   | Jumlah |
|----|-------------------------------------|------------|--------|
| 1. | <i>Word Of Mouth Communications</i> | 1,2,3,4    | 4      |
| 2. | <i>Purchase Intentions</i>          | 5,6,7,8    | 4      |
| 3. | <i>Price Sensitivity</i>            | 9,10,11,12 | 4      |
| 4. | <i>Complaining Behavior</i>         | 13,14,15   | 3      |
|    | Jumlah                              |            | 15     |

Sumber: Dokumen Andy Hidayatullah tahun 2007

---

<sup>45</sup> Andy Hidayatullah, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Di BPRS Margirizki Bahagia Yogyakarta, *Skripsi* tidak diterbitkan.

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan bahwa dalam pembuatan instrumen penelitian variabel loyalitas nasabah sebanyak 18 item pernyataan yaitu: dimensi *Word Of Mouth Communications* sebanyak empat item nomor 1, 2, 3, 4; dimensi *Purchase Intentions* sebanyak empat item yaitu pada nomor 5, 6, 7, 8; dimensi *Price Sensitivity* sebanyak empat item yaitu nomor 9, 10, 11, 12; dimensi *Complaining Behavior* sebanyak 3 item yaitu 13, 14, 15.

Instrumen ini menggunakan *skala likert*, yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>46</sup> Penggunaan *skala likert* pada proposal skripsi ini yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Adapun pemberian skor untuk setiap jawaban dari setiap item pernyataan yaitu SS=4, S=3, TS=2, dan STS= 1.

#### d. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang

---

<sup>46</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, hlm. 168.

berbentuk karya misalnya, karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain.<sup>47</sup> Dokumentasi dalam penelitian ini berupa foto dan dokumen-dokumen kegiatan saat melakukan penelitian di BPRS BDS Yogyakarta.

## 5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

### a. Variabel Penelitian

Variabel secara teoritis dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain, Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>48</sup>

Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:<sup>49</sup>

- 1) Variabel Independen yaitu, variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

---

<sup>47</sup> *Ibid.*, hlm. 396.

<sup>48</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: CV Alfabeta, 2003), hlm. 3.

<sup>49</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, hlm. 96-97.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas pelayanan (X1) dan citra produk (X2) di BPRS Barokah Dana Sejahtera.

- 2) Variabel Dependen yaitu, sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah (Y) BPRS Barokah Dana Sejahtera.

#### b. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti atau mengspesifikasikan pengertian kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk.<sup>50</sup>

Adapun definisi operasional pada skripsi ini sebagai berikut:

- 1) Kualitas Pelayanan sebagai tindakan yang diberikan BPRS BDS untuk memberikan layanan yang berkualitas kepada nasabah, dapat diukur dengan menggunakan dimensi a) bukti langsung seperti lokasi fisik, penampilan karyawan, peralatan dan perlengkapan yang digunakan, b) keandalan seperti kemampuan karyawan dalam memberikan layanan yang

---

<sup>50</sup> Ibid., hlm. 172.

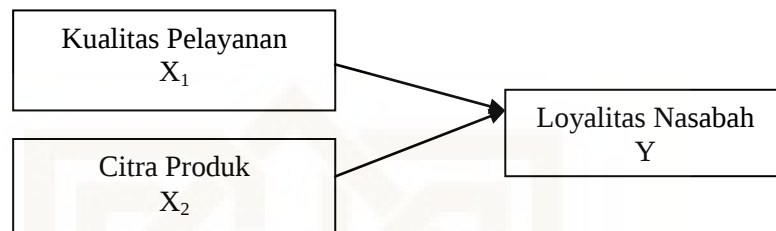
akurat dan memberikan solusi pada keluhan-keluhan nasabah, c) daya tanggap yakni layanan yang diberikan karyawan dengan tanggap dan tepat, d) jaminan seperti keahlian karyawan dalam memberikan layanan dan mempunyai akhlak yang jujur, dan e) empati yakni kesediaan karyawan dalam memberikan layanan yang adil kepada seluruh nasabah.

- 2) Citra produk sebagai persepsi nasabah terhadap produk yang digunakan, diukur dengan menggunakan dimensi a) desain produk yakni keunggulan yang dimiliki produk berbeda dengan produk yang lainnya, b) warna produk yakni produk yang menggunakan prinsip-prinsip syariah, c) kualitas produk yakni dapat memenuhi kebutuhan nasabah, d) jaminan dan tanggungjawab produk yakni jaminan yang diberikan kepada penggunaannya, dan e) pelayanan produk yakni tindakan karyawan dalam memberikan layanan produk yang sesuai dengan prosedur.
- 3) Loyalitas nasabah diukur dengan menggunakan a) *word of mouth communications* yakni tindakan nasabah untuk merekomendasikan kepada orang lain dari mulut ke mulut, b) *purchase intention* yakni tindakan nasabah yang mengurangi kunjungan ke bank lain, c) *price sensitivity* yakni sikap nasabah untuk mendapatkan penawaran yang lebih baik, dan

d) *complain behavior* yakni tindakan nasabah yang tidak aktif dalam melakukan transaksi.

Variabel Independen

Variabel Dependen



Gambar 1.2

Bentuk Hubungan Variabel Independen terhadap Variabel Dependen

## 6. Metode Analisis Data

### a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif berisi tentang penjelasan terhadap variabel-variabel yang diteliti, melalui pendefinisian, dan uraian yang lengkap dan mendalam dari berbagai referensi, sehingga ruang lingkup, kedudukan dan prediksi terhadap hubungan antar variabel yang akan diteliti menjadi lebih jelas dan terarah. Dalam suatu penelitian analisis ini merupakan uraian sistematis tentang teori dan hasil-hasil penelitian yang relevan dengan variabel yang diteliti.<sup>51</sup> Analisis ini berguna untuk menjelaskan karakteristik nasabah BPRS BDS berdasarkan umur, jenis kelamin, dan pekerjaan.

<sup>51</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, hlm. 125-126.

## b. Uji Instrumen Penelitian

Sebelum dilakukan uji asumsi klasik dan dilanjutkan dengan regresi, hasil kuesioner akan diuji, dimana data harus memuat pertanyaan yang jelas bagi responden dan juga harus konsisten dan stabil.<sup>52</sup> Guna mengetahui semua itu, maka dilakukan beberapa uji sebagai berikut:

### 1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu instrumen pengukuran yang digunakan, artinya mampu mengungkapkan apa yang akan diukur. Suatu instrumen berupa kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan apa yang akan diukur.<sup>53</sup>

Uji validitas menggunakan *SPSS versi 17.0 For Windows* dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Total Correlation*, apabila nilai koefisiennya positif dan lebih besar dari pada *r* tabel *product moment*, maka item tersebut dinyatakan valid. Nilai *r* tabel dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikansi 0,05 dan 2 sisi.<sup>54</sup>

---

<sup>52</sup> J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), hlm. 43.

<sup>53</sup> Wayan Koster dan Bodiono, *Teori Dan Aplikasi Statistika Dan Probabilitas Sederhana, Logis Dan Mudah Dimengerti*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 370.

<sup>54</sup> Duwi Priyatno, *Lima Jam Belajar olah Data Dengan SPSS 17*, hlm. 172.

## 2) Uji Reliabilitas

Analisis reliabilitas adalah analisis yang banyak digunakan untuk mengetahui keajekan atau konsistensi alat ukur yang menggunakan skala, kuesioner, atau angket. Uji reliabel pada penelitian ini menggunakan *SPSS versi 17.0 For Windows* dengan teknik *cronbach alpha*, menurut sekaran dalam buku duwi, reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan diatas 0,8 adalah baik.<sup>55</sup>

## 3) Uji Prasyarat Analisis

Uji prasyarat dilakukan sebagai sebuah persaratan yang harus dipenuhi sebelum suatu analisis diterapkan pada sebuah data. Uji prasarat analisis yang digunakan sebagai persaratan untuk melakukan analisis regresi linear berganda yaitu normalitas, linearitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas menggunakan *SPSS versi 17.0 For Windows*, sebagai berikut:

### a) Uji Normalitas

Uji asumsi dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi atau data normal atau

---

<sup>55</sup> *Ibid*, hlm. 167-172.

mendekati normal.<sup>56</sup> Uji normalitas menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan *SPSS versi 17.0 For Windows*. Suatu populasi yang berdistribusi normal jika nilai hitung signifikansi  $> 0,05$  dan sebaliknya.

b) Uji Linearitas

Uji digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel yang dijadikan variabel bebas mempunyai hubungan linear atau tidak terhadap variabel terikatnya. Untuk mengujinya menggunakan *curve estimation*, dengan ketentuan jika nilai signifikansi F diatas 0,05% maka hubungan antara variabel dikatakan linear. Sebaliknya jika nilai signifikansi F kurang dari 0,05% maka hubungannya tidak linear.<sup>57</sup>

c) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas dengan kriteria jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar maka tidak terjadi heteroskedastis.<sup>58</sup>

---

<sup>56</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi V*, (Jakarta:Rineka Cipta, 2002), hlm. 212.

<sup>57</sup> Singgih Santoso, *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik Dengan SPSS Versi 11.5*, Cet. III (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2005), Hlm. 347.

<sup>58</sup> Duwi Priyanto, *Lima Jam Belajar SPSS*, hlm. 160.

#### d) Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen, jika terjadi korelasi maka terjadi problem multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen.<sup>59</sup>

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebasnya.<sup>60</sup> Variabel yang menyebabkan multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance yang lebih kecil dari pada 0,10 atau nilai *VIF* (*Tolerance* dan *Inflation Factor*) yang lebih besar dari pada nilai 10.<sup>61</sup>

#### e) Uji Regresi Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, analisis ini berguna untuk menganalisis hubungan variabel antara dua variabel independen atau lebih dengan satu variabel dependen. Adapun analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan dan citra produk (dua variabel independen) terhadap loyalitas nasabah (satu variabel

---

<sup>59</sup> Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS statistik Parametrik* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2001), hlm. 203.

<sup>60</sup> Duwi Priyanto, *Lima Jam Belajar SPSS*, hlm. 152.

<sup>61</sup> *Ibid.*, hlm. 156.

dependen). Perhitungan regresi linear berganda dilakukan dengan menggunakan *SPSS versi 17.0 For Windows*. Persamaan regresi untuk dua prediktor, maka analisis data yang digunakan adalah regresi berganda dengan formulasi sebagai berikut:<sup>62</sup>

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

Keterangan :

Y : Loyalitas Nasabah  
 A : Konstanta  
 b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> : Koefisien Kolerasi Berganda  
 X<sub>1</sub> : Kualitas Pelayanan  
 X<sub>2</sub> : Citra Produk

## 7. Uji Hipotesis

### a. Uji Simultan (Uji F)

*ANOVA* atau analisis varian merupakan uji koefisien regresi secara bersama-sama (Uji F) untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>63</sup> Dalam penelitian ini peran *ANOVA* adalah untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas pelayanan dan citra produk secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Pada penelitian ini *ANOVA* digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas pelayanan, citra produk,

---

<sup>62</sup> Wahid Sulaiman, *Jalan Pintas Menguasai SPSS 10*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), hlm. 136.

<sup>63</sup> Duwi Priyatno, *Lima Jam Belajar SPSS*, hlm. 146.

secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah di BPRS BDS Yogyakarta.

Hasil  $F$  hitung dapat dilihat pada tabel *ANOVA*<sup>b</sup> dengan kriteria pengujian simultan yaitu jika  $F$  hitung  $\leq F$  tabel maka tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen sedangkan jika  $F$  hitung  $> F$  tabel maka ada pengaruh secara simultan antara variabel independen dengan variabel dependen. Pengujian simultan menggunakan *SPSS versi 17.0 For Windows*.

b. Uji Parsial (Uji  $T$ )

$T$  hitung adalah pengujian signifikansi untuk mengetahui pengaruh variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $Y$  secara parsial, apakah berpengaruh signifikansi atau tidak. Untuk mengetahui hasilnya signifikansi atau tidak, angka  $t$  hitung akan dibandingkan dengan  $t$  tabel.<sup>64</sup> Uji  $t$  (uji koefisien regresi secara parsial) digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial kualitas pelayanan dan citra produk secara signifikan atau tidak terhadap loyalitas nasabah.

Hasil  $T$  hitung dapat dilihat pada tabel *Coefficients*<sup>a</sup> dengan kriteria pengujian yaitu  $-t$  tabel  $\leq t$  hitung  $\leq t$  tabel maka tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dan jika  $-t$  hitung  $< -t$  tabel atau  $t$  hitung  $> t$  tabel maka ada pengaruh secara parsial antara variabel independen

---

<sup>64</sup> *Ibid.*, hlm. 147.

terhadap variabel dependen. Jika signifikansi  $> 0,05$  maka tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen sedangkan jika signifikansi  $< 0,05$  maka ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>65</sup>

c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

*R Square* ( $R^2$ ) atau kuadrat  $r$  menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah ke bentuk persen, artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>66</sup> Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan, citra produk terhadap loyalitas nasabah BPRS BDS Yogyakarta. Hasil  $R^2$  dapat dilihat pada tabel *Model Summary*<sup>b</sup> pada kolom *R Square*. Pengujian koefisien determinasi menggunakan *SPSS versi 17.0 For Windows*.

---

<sup>65</sup>*Ibid.*, hlm. 149.

<sup>66</sup>*Ibid.*, hlm. 145.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah melakukan analisis pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.
2. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa citra produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah untuk terus menggunakan jasa dari BPRS BDS Yogyakarta.
3. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan citra produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah untuk menggunakan jasa BPRS BDS Yogyakarta.

#### **B. Saran**

Setelah melakukan analisis pada kesimpulan diatas yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, maka dapat disarankan bahwa BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta hendaknya dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah sehingga dapat meningkatkan loyalitas nasabah untuk terus menggunakan jasa di BPRS BDS Yogyakarta. Kualitas pelayanan yang dapat ditingkatkan seperti meningkatkan kenyamanan, kemudahan, dan kecepatan dalam memberikan pelayanan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anas Sudjono, *Pengaruh Statistik Pendidikan*, Jakarta: Raja Grafindo, 2000.
- Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Andy Hidayatullah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Di BPRS Margirizki Bahagia Yogyakarta*, Yogyakarta: Fakultas Syari'ah Dan Hukum, 2007.
- Anung Pramudyo, *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening*, JBMA, Vol1:1, 2012.  
[www.amaypk.ac.id/download//25](http://www.amaypk.ac.id/download//25), diakses tanggal 31 Oktober 2014.
- Ardy Lutfi Siregar, *Segi Tiga Fungsional Pengembangan Bank Syariah Di Dalam Perbankan Syariah Masa Depan*, Jakarta: Senayan Abadi Punlishing, 2003.
- B. S. Dharmesta, "Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti", *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14, No. 3 (Juni 1999), Hlm. 73.
- Duwi Priyatno, *Lima Jam Belajarolah Data Dengan SPSS 17*, Yogyakarta: Andi, 2009.
- Elda, Sefredi, Dan Yulihar, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Publik Dengan Customer Value Sebagai Variabel Moderating*, Vol. 4:2, 2014. <http://ejurnal.bunghatta.ac.id>, Diakses tanggal 5 Maret 2015.
- Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Fandy Ciptono, *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Bayumedia Publishing, 2011.
- Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: Andi, 2008.
- \_\_\_\_\_, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta: Andi, 2003.
- Feri Fajar Feronika, *Analisis Komparatif Tingkat Kualitas Pelayanan Untuk Muzaki Antara Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta Dan Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) Cabang Yogyakarta*, *Skripsi* tidak diterbitkan, Yogyakarta: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, 2014.

- Hanifah Nur'aini, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga Dan Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Untuk Menyalurkan Zakat Profesi Pada Pos Keadilan Peduli Ummat (PKPU) Cabang Yogyakarta, *Skripsi* tidak diterbitkan, Yogyakarta: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, 2015.
- Heri Sudarsono, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2003.
- J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan* Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.
- Mukadam, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Di Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah Bangun Drajat Warga Yogyakarta, *Skripsi* tidak diterbitkan, Yogyakarta: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, 2014.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*, Alih Bahasa Hendra Teguh, SE, Ak Dan Ronny A Rusli, SE, Ak, Jakarta: Prenhallindo, 1997.
- Singgih Santoso, *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik Dengan SPSS Versi 11.5*, Cet. III Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2005.
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2005.
- \_\_\_\_\_, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Cet. IX, Jakarta: Rineka Cipta, 1998.
- \_\_\_\_\_, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi V*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- \_\_\_\_\_, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta 2003.
- Tim Penyusun Kampus Pusat Pembimbing Dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, Jakarta: Balai Pustaka, 1980.
- Undang-Undang Peraturan Bank Indonesia No. 11 Tahun 2009 Tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.
- Wahid Sulaiman, *Jalan Pintas Menguasai SPSS 10*, Yogyakarta: Andi Offset, 2002.

Wayan Kosterdan Bodiono, *Teori Dan Aplikasi Statistika Dan Probabilitas Sederhana, Lugas Dan Mudah Dimengerti*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.

Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar, Metode, Dan Teknik*, Bandung: Tarsito, 1982.

William J Stanton, *Prinsip Pemasaran*, Jilid Ke-1, Alih Bahasa Yohanes Lamarto, Jakarta: Erlangga, 1984.

Zethalm V. A And Bitner, Mary Jo, *Service Marketing*, New York: Mcgraw Hill Inc, Int'l Edison, 2002.

Zulkarnain, *Ilmu Menjual: Pendekatan Teoritis Dan Kecakapan Menjual*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.

Lain-lainnya:

[www.bprs-bds.co.id](http://www.bprs-bds.co.id)

CD Materi Pelatihan BPRS BDS Yogyakarta.

## **Daftar Lampiran**

1. Koesioner
2. Hasil Koesioner
3. Hasil Validitas Dan Reliabilitas
4. Hasil Deskriptif Responden
5. Hasil Deskriptif Variabel
6. Hasil Uji Analisis Linear Berganda
7. Hasil Uji Hipotesis
8. Surat Penelitian
9. Sertifikat



## 2. Hasil koesioner

### a. Variabel Kualitas Pelayanan

| variabel kp |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|-------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 1           | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | X  |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 54 |
| 4           | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 56 |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 55 |
| 4           | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 57 |
| 2           | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4  | 3  | 3  | 2  | 4  | 3  | 2  | 3  | 3  | 53 |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 53 |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 55 |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 55 |
| 4           | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 60 |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 54 |
| 4           | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 63 |
| 4           | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 65 |
| 3           | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 46 |
| 4           | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 69 |
| 4           | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 61 |
| 4           | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 57 |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 54 |
| 4           | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 68 |
| 4           | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 68 |
| 4           | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 65 |
| 4           | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 59 |
| 3           | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 62 |
| 4           | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 56 |
| 4           | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 64 |
| 4           | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 60 |
| 4           | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 69 |
| 4           | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 68 |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 54 |
| 4           | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 56 |
| 4           | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 57 |

b. Variabel Citra Produk

| variabel cp |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|-------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 1           | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | X  |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 58 |
| 3           | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 62 |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 62 |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 57 |
| 3           | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 60 |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 58 |
| 2           | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 59 |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 58 |
| 3           | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 62 |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 56 |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 58 |
| 4           | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 66 |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 59 |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 58 |
| 3           | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 63 |
| 4           | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 68 |
| 3           | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 63 |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 60 |
| 4           | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 65 |
| 3           | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 64 |
| 4           | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 66 |
| 3           | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 63 |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 63 |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 60 |
| 3           | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 63 |
| 4           | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 66 |
| 4           | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 65 |
| 3           | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 62 |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 61 |
| 3           | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 62 |

c. Variabel loyalitas nasabah

| variabel ln |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |
|-------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|
| 1           | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | X  |
| 3           | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 49 |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 51 |
| 3           | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 55 |
| 4           | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 56 |
| 3           | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 52 |
| 4           | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 52 |
| 4           | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 54 |
| 3           | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 54 |
| 3           | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 55 |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 51 |
| 4           | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 54 |
| 3           | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 55 |
| 3           | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 50 |
| 3           | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 52 |
| 4           | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 54 |
| 3           | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 51 |
| 3           | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 54 |
| 4           | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 54 |
| 3           | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 54 |
| 3           | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 53 |
| 4           | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 53 |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 51 |
| 4           | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 55 |
| 4           | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 54 |
| 4           | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 54 |
| 4           | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 57 |
| 3           | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 53 |
| 3           | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 53 |
| 4           | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 56 |
| 4           | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 56 |

### 3. Hasil validitas dan realibilitas

**Item-Total Statistics**

|      | Scale Mean if<br>Item Deleted | Scale Variance if<br>Item Deleted | Corrected Item-<br>Total Correlation | Cronbach's<br>Alpha if Item<br>Deleted |
|------|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------|
| kp1  | 55.7333                       | 35.375                            | .585                                 | .935                                   |
| kp2  | 56.1000                       | 34.783                            | .732                                 | .932                                   |
| kp3  | 55.9667                       | 35.413                            | .570                                 | .936                                   |
| kp4  | 56.1333                       | 35.085                            | .705                                 | .933                                   |
| kp5  | 56.0667                       | 34.271                            | .797                                 | .930                                   |
| kp6  | 56.2667                       | 37.651                            | .483                                 | .937                                   |
| kp7  | 56.1333                       | 35.982                            | .656                                 | .934                                   |
| kp8  | 56.0000                       | 35.724                            | .612                                 | .934                                   |
| kp9  | 56.1000                       | 34.162                            | .840                                 | .930                                   |
| kp10 | 56.0667                       | 34.478                            | .762                                 | .931                                   |
| kp11 | 56.1333                       | 34.878                            | .742                                 | .932                                   |
| kp12 | 56.1333                       | 34.740                            | .767                                 | .931                                   |
| kp13 | 55.9667                       | 36.930                            | .392                                 | .939                                   |
| kp14 | 56.0333                       | 34.102                            | .807                                 | .930                                   |
| kp15 | 56.1667                       | 35.937                            | .582                                 | .935                                   |
| kp16 | 56.1667                       | 37.385                            | .402                                 | .938                                   |
| kp17 | 56.1333                       | 34.740                            | .767                                 | .931                                   |
| kp18 | 55.9333                       | 35.720                            | .516                                 | .937                                   |

**Reliability Statistics**

| Cronbach's<br>Alpha | N of Items |
|---------------------|------------|
| .937                | 18         |

**Item-Total Statistics**

|     | Scale Mean if<br>Item Deleted | Scale Variance if<br>Item Deleted | Corrected Item-<br>Total Correlation | Cronbach's<br>Alpha if Item<br>Deleted |
|-----|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------|
| cp1 | 54.5333                       | 21.568                            | .810                                 | .906                                   |
| cp2 | 54.5333                       | 22.878                            | .615                                 | .912                                   |
| cp3 | 54.5333                       | 23.292                            | .496                                 | .914                                   |

|      |         |        |      |      |
|------|---------|--------|------|------|
| cp4  | 54.5000 | 21.293 | .833 | .905 |
| cp5  | 54.4000 | 22.248 | .634 | .911 |
| cp6  | 54.3000 | 22.493 | .531 | .914 |
| cp7  | 54.5000 | 21.638 | .750 | .907 |
| cp8  | 54.4333 | 20.875 | .863 | .904 |
| cp9  | 54.5667 | 22.599 | .597 | .912 |
| cp10 | 54.5667 | 23.771 | .404 | .916 |
| cp11 | 54.4333 | 22.806 | .522 | .914 |
| cp12 | 54.3667 | 22.792 | .487 | .915 |
| cp13 | 54.6000 | 23.766 | .468 | .915 |
| cp14 | 54.5000 | 23.500 | .402 | .917 |
| cp15 | 54.5000 | 22.810 | .586 | .912 |
| cp16 | 54.6667 | 23.540 | .518 | .914 |
| cp17 | 54.4667 | 22.051 | .623 | .911 |
| cp18 | 54.5000 | 23.500 | .402 | .917 |

#### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .917             | 18         |

#### Item-Total Statistics

|      | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| LN1  | 45.8000                    | 19.821                         | .691                             | .919                             |
| LN2  | 45.7667                    | 19.426                         | .763                             | .917                             |
| LN3  | 45.7333                    | 18.961                         | .856                             | .913                             |
| LN4  | 45.7000                    | 20.217                         | .512                             | .924                             |
| LN5  | 45.7667                    | 20.323                         | .525                             | .924                             |
| LN6  | 45.6667                    | 19.954                         | .562                             | .923                             |
| LN7  | 46.0000                    | 20.897                         | .419                             | .926                             |
| LN8  | 45.7667                    | 19.013                         | .877                             | .913                             |
| LN9  | 45.7333                    | 19.444                         | .728                             | .918                             |
| LN10 | 45.8000                    | 20.234                         | .577                             | .922                             |

|      |         |        |      |      |
|------|---------|--------|------|------|
| LN11 | 45.6667 | 19.540 | .663 | .920 |
| LN12 | 45.7667 | 20.530 | .472 | .925 |
| LN13 | 45.7000 | 19.045 | .808 | .915 |
| LN14 | 45.8000 | 20.303 | .559 | .923 |
| LN15 | 45.8000 | 19.890 | .672 | .919 |

#### Reliability Statistics

|                  |            |
|------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .925             | 15         |

#### 4. Hasil Deskriptif Responden

##### jenis kelamin

|                 | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid laki-laki | 12        | 40.0    | 40.0          | 40.0               |
| perempuan       | 18        | 60.0    | 60.0          | 100.0              |
| Total           | 30        | 100.0   | 100.0         |                    |

##### usia

|               | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid (20-25) | 5         | 16.7    | 16.7          | 16.7               |
| (26-30)       | 11        | 36.7    | 36.7          | 53.3               |
| (31-35)       | 10        | 33.3    | 33.3          | 86.7               |
| (36-40)       | 4         | 13.3    | 13.3          | 100.0              |
| Total         | 30        | 100.0   | 100.0         |                    |

##### pendidikan

|           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid sma | 15        | 50.0    | 50.0          | 50.0               |
| s1        | 13        | 43.3    | 43.3          | 93.3               |
| s2        | 2         | 6.7     | 6.7           | 100.0              |
| Total     | 30        | 100.0   | 100.0         |                    |

## 5. Hasil Deskriptif Variabel

**Descriptive Statistics**

|                       | N  | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|-----------------------|----|---------|---------|------|----------------|
| kp1                   | 30 | 2       | 4       | 3.63 | .556           |
| kp2                   | 30 | 2       | 4       | 3.27 | .521           |
| kp3                   | 30 | 2       | 4       | 3.33 | .547           |
| kp4                   | 30 | 3       | 4       | 3.20 | .407           |
| kp5                   | 30 | 2       | 4       | 3.40 | .563           |
| kp6                   | 30 | 3       | 4       | 3.10 | .305           |
| kp7                   | 30 | 2       | 4       | 3.27 | .521           |
| kp8                   | 30 | 2       | 4       | 3.33 | .547           |
| kp9                   | 30 | 2       | 4       | 3.40 | .563           |
| kp10                  | 30 | 2       | 4       | 3.40 | .563           |
| kp11                  | 30 | 3       | 4       | 3.27 | .450           |
| kp12                  | 30 | 3       | 4       | 3.27 | .450           |
| kp13                  | 30 | 2       | 4       | 3.63 | .556           |
| kp14                  | 30 | 2       | 4       | 3.27 | .521           |
| kp15                  | 30 | 3       | 4       | 3.10 | .305           |
| kp16                  | 30 | 2       | 4       | 3.27 | .521           |
| kp17                  | 30 | 2       | 4       | 3.40 | .563           |
| kp18                  | 30 | 2       | 4       | 3.63 | .556           |
| Valid N<br>(listwise) | 30 |         |         |      |                |

**Descriptive Statistics**

|     | N  | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|-----|----|---------|---------|------|----------------|
| cp1 | 30 | 2       | 4       | 3.17 | .461           |
| cp2 | 30 | 3       | 4       | 3.27 | .450           |
| cp3 | 30 | 3       | 4       | 3.30 | .466           |
| cp4 | 30 | 2       | 4       | 3.40 | .563           |
| cp5 | 30 | 3       | 4       | 3.50 | .509           |
| cp6 | 30 | 3       | 4       | 3.53 | .507           |
| cp7 | 30 | 3       | 4       | 3.30 | .466           |
| cp8 | 30 | 3       | 4       | 3.57 | .504           |

|                    |    |   |   |      |      |
|--------------------|----|---|---|------|------|
| cp9                | 30 | 3 | 4 | 3.43 | .504 |
| cp10               | 30 | 3 | 4 | 3.50 | .509 |
| cp11               | 30 | 3 | 4 | 3.60 | .498 |
| cp12               | 30 | 3 | 4 | 3.63 | .490 |
| cp13               | 30 | 3 | 4 | 3.37 | .490 |
| cp14               | 30 | 3 | 4 | 3.50 | .509 |
| cp15               | 30 | 2 | 4 | 3.60 | .563 |
| cp16               | 30 | 3 | 4 | 3.27 | .450 |
| cp17               | 30 | 3 | 4 | 3.37 | .490 |
| cp18               | 30 | 3 | 4 | 3.27 | .450 |
| Valid N (listwise) | 30 |   |   |      |      |

#### Descriptive Statistics

|                    | N  | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|----|---------|---------|------|----------------|
| ln1                | 30 | 3       | 4       | 3.43 | .504           |
| ln2                | 30 | 3       | 4       | 3.50 | .509           |
| ln3                | 30 | 3       | 4       | 3.53 | .507           |
| ln4                | 30 | 3       | 4       | 3.53 | .507           |
| ln5                | 30 | 3       | 4       | 3.57 | .504           |
| ln6                | 30 | 3       | 4       | 3.73 | .450           |
| ln7                | 30 | 2       | 4       | 3.43 | .568           |
| ln8                | 30 | 3       | 4       | 3.63 | .490           |
| ln9                | 30 | 3       | 4       | 3.73 | .450           |
| ln10               | 30 | 3       | 4       | 3.60 | .498           |
| ln11               | 30 | 3       | 4       | 3.73 | .450           |
| ln12               | 30 | 3       | 4       | 3.60 | .498           |
| ln13               | 30 | 3       | 4       | 3.60 | .498           |
| ln14               | 30 | 3       | 4       | 3.50 | .509           |
| ln15               | 30 | 3       | 4       | 3.27 | .450           |
| Valid N (listwise) | 30 |         |         |      |                |

## 6. Hasil Analisis Berganda

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

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant) | 14.614                      | 11.194     |                           | 1.305 | .203 |                         |       |
| kp           | -.048                       | .147       | -.061                     | -.330 | .744 | .778                    | 1.285 |
| cp           | .645                        | .216       | .553                      | 2.986 | .006 | .778                    | 1.285 |

a. Dependent Variable: ln

## 7. Hasil Uji Hipotesis

**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .527 <sup>a</sup> | .278     | .225              | 3.91546                    | 1.576         |

a. Predictors: (Constant), cp, kp

b. Dependent Variable: ln

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

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F     | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1     | Regression | 159.533        | 2  | 79.767      | 5.203 | .012 <sup>a</sup> |
|       | Residual   | 413.933        | 27 | 15.331      |       |                   |
|       | Total      | 573.467        | 29 |             |       |                   |

a. Predictors: (Constant), cp, kp

b. Dependent Variable: ln

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                  |                | kualitas pelayanan | citra produk | loyalitas nasabah |
|----------------------------------|----------------|--------------------|--------------|-------------------|
| N                                |                | 30                 | 30           | 30                |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | 56.0333            | 57.3000      | 48.8667           |
|                                  | Std. Deviation | 5.77440            | 3.81603      | 4.44688           |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .171               | .206         | .211              |

|                        |          |       |       |       |
|------------------------|----------|-------|-------|-------|
|                        | Positive | .171  | .206  | .211  |
|                        | Negative | -.125 | -.167 | -.149 |
| Kolmogorov-Smirnov Z   |          | .936  | 1.131 | 1.153 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) |          | .344  | .155  | .140  |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

Nama : Erika Gusliani Safitri  
Tempat/Tgl. Lahir : Pekanbaru, 12 Desember 1993  
Alamat : KPR 1 Jalan 3 No. 10 Perawang, Siak.  
Nama Ayah : Wiyana  
Nama Ibu : Suminem  
e-mail : erika\_ikha@yahoo.co.id  
No. Hp : 085664513319

### B. Riwayat pendidikan

1. SD YPPI Perawang, tahun 2006
2. SMP YPPI Perawang, tahun 2008
3. SMK YAMATU Perawang, tahun 2011