

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PENANGANAN KELUHAN, DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS
BNI SYARIAH KANTOR CABANG KUSUMANEGARA YOGYAKARTA)**



**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

NUR AMALIA TSANI

15820017

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2019**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PENANGANAN KELUHAN, DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS
BNI SYARIAH KANTOR CABANG KUSUMANEGARA YOGYAKARTA)**



**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

NUR AMALIA TSANI

15820017

DOSEN PEMBIMBING:

FARID HIDAYAT, S.H.I., M.S.I

NIP. 19810726 201503 1 002

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2019**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. MarsdaAdisucipto, Telp (274) 589621, 512474, Fax. (274) 586117
E-mail: febri@uin-suka.ac.id Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B- 1284/Un.02/DEB/PP.00.9/05/2019

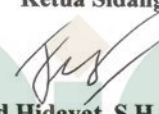
Skripsi/tugas akhir dengan judul: "Pengaruh Kualitas Layanan, Penanganan Keluhan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BNI Syariah KC Kusumanegara Yogyakarta)"

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Nur Amalia Tsani
NIM : 15820017
Telah diujikan pada : Kamis, 25 April 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM UJIAN TUGAS AKHIR
Ketua Sidang


Farid Hidayat, S.H., M.S.I.
NIP. 19810726 201503 1 002

Penguji I

Penguji II


Dian Nuriyah Solissa, SHI, M.Si
NIP. 19840216 200912 2 004


Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.
NIP. 19661119 199203 1 002

Yogyakarta, 06 Mei 2019
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
DEKAN




Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag
NIP. 19670518 199703 1 003



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

FE-UINSK-BM-05-03/RO

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Nur Amalia Tsani

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Nur Amalia Tsani

NIM : 15820017

Judul Skripsi : “Pengaruh Kualitas Layanan, Penanganan Keluhan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BNI Syariah Kantor Cabang Kusumanegara Yogyakarta)”

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/ Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi Saudara tersebut di atas dapat segera di munaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 05 Maret 2019

Pembimbing,

FARID HIDAYAT, S.H., M.S.I

NIP. 19810726 201503 1 002

SYARAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nur Amalia Tsani

NIM : 15820017

Jurusan/ Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Penanganan Keluhan dan Citra Merek (Studi Kasus BNI Syariah Kantor Cabang Kusumanegara Yogyakarta)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 05 Maret 2019

Penyusun



Nur Amalia Tsani
15820017

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Amalia Tsani
NIM : 15820017
Jurusan/Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Kualitas Layanan, Penanganan Keluhan dan Citra Merek (Studi Kasus BNI Syariah Kantor Cabang Kusumanegara Yogyakarta)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada Tanggal : 5 Mei 2019

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yang Menyatakan,



(Nur Amalia Tsani)

MOTTO

“URIP IKU URUP”

Hidup itu menyala, ketika hidup kita mampu menjadi cahaya atau terang bagi diri sendiri maupun makhluk hidup yang lain.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Ku Persembahkan Karya Ini Untuk Seluruh Penyemangatku

Allah SWT

Rahmat, rizki dan anugerah dari-Nya

Bapak dan Ibuk Tercinta

*Hanya karena ridho Allah maka ada ridhomu, di setiap keajaiban yang terjadi
pada ku karena doa kalian, dan syurga ku berada di bawah telapak kaki mu*

Saudara-Saudaraku

Kakakku tersayang Farisol Eko Pamuji, alm. Maruli Muslikh dan Astri Julita

Rahmi

*Segala doa dan motivasi kalian adalah sumber kesabaran ku dalam
menyelesaikan
skripsi ini*

Teman-Temanku

*Pengalaman yang ku hadapi bersama kalian, baik susah dan senangnya
perjalanan hidup selama di rantauan ini adalah sesuatu yang akan ku catat
sebagai sejarah dalam hidup ku*

Almamaterku

Ilmu yang kau ajarkan sangat lah bermanfaat bagi ku

Semoga kalian tetap dalam lindungan Allah

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1978 dan 0543/U/1978.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Ŝā'	Ŝ	es (titik di atas)
ج	Jīm	J	Je
ح	Ĥā'	Ĥ	ha (titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	Ka dan ha
د	Dāl	D	De
ذ	Žāl	Ž	zet (titik di atas)
ز	Rā'	R	Er
ش	Zāi	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ص	Syīn	Sy	es dan ye

ص	Ṣād	Ṣ	es (titik di bawah)
ض	Ḍād	Ḍ	de (titik di bawah)
ط	Ṭā'	Ṭ	te (titik di bawah)
ظ	Ẓā'	Ẓ	zet (titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
و	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Wāwu	W	W
هـ	Hā'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

II. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

يَتَعَدَّدُ	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عَدَّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

III. *Tā' marbūṭah*

Semua *ta' marbutah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حِكْمَة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
عِلَّة	Ditulis	<i>'illah</i>
كساية الأَنْبياء	Ditulis	<i>karāmah al-auliya'</i>

IV. *Vokal Pendek dan Penerapannya*

ـَ	Fathah	Ditulis	<i>A</i>
ـِ	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
ـُ	Dammah	Ditulis	<i>U</i>

فَعَم	Fathah	Ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	Ditulis	<i>ẓukira</i>
يَرَهُ	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

V. *Vokal Panjang*

1.Fathah + alif	Ditulis	<i>A</i>
جَاهِلِيَّة	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
2.Fathah + ya" mati	Ditulis	<i>Ā</i>
تَنْسَى	Ditulis	<i>Tansā</i>
3.Kasrah + ya" mati	Ditulis	<i>Ī</i>
كَرِيم	Ditulis	<i>Karīm</i>
4.Dhammah + wawu mati	Ditulis	<i>Ū</i>
فُسُوز	Ditulis	<i>Furuḍ</i>

VI. Vokal Rangkap

1.Fathah + ya" mati	Ditulis	<i>Ai</i>
تینکی	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2.Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

VII. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أنتی	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
ننشکستی	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf Qamariyyah maka ditulis menggunakan huruf awal "al"

انقساً انقساً	Ditulis	<i>al-Qur'an</i>
انقیاس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyah ditulis sesuai dengan huruf pertama Syamsiyah

انساء	ditulis	<i>as-Sama'</i>
انشس	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

IX. Huruf besar

Huruf besar dalam tulisan latin digunakan sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD).

X. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat dapat ditulis menurut penulisannya

ذو النّفوس	Ditulis	<i>zawi al-furud</i>
أهل السّنّة	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohim

Alhamdulillah, atas puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq dan hidayahnya sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Sholawat serta salam tidak lupa penulis panjatkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. Semoga kita termasuk golongan umatnya dan mendapatkan syafaatnya di *yaumul qiyamah*. Aamiin.

Alhamdulillah berkat hidayah dan pertolongan-Nya, penulis dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Penanganan Keluhan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BNI Syariah Kantor Cabang Kusumanegara Yogyakarta)”. Skripsi ini belum tentu selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini, penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang ikut memberi andil dalam penyelesaian skripsi ini, diantaranya kepada:

1. Bapak Prof. Drs. K.H. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Joko Setyono, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4. Ibu Dian Nuriyah Solissa, S.H.I., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Farid Hidayat, S.H.I., M.S.I selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Perbankan Syariah yang telah membagi ilmunya terhadap penulis selama belajar di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Segenap karyawan yang telah banyak membantu terhadap kelancaran proses belajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
8. Kepada BNI Syariah Yogyakarta yang telah memberikan izin penelitian dan ilmu yang bermanfaat serta data-data yang mendukung penulisan skripsi ini.
9. Keluargaku tercinta, kedua orang tuaku, bapakku Sholihin dan Ibuku Lailatul Ismawati, serta kakak-kakakku Farisol Eko Pamuji, alm. Maruli Muslikh dan Astri Julita Rahmi, yang telah memberikan motivasi, semangat, doa, serta senantiasa berjasa dalam memberi dukungan pada penulis.
10. Kepada teman hidupku yang sudah memberikan motivasi, doa, serta menjadi penyemangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada teman-temanku yang selalu memotivasi saya lewat doa-doa mereka.

12. Kepada sahabat-sahabat ESTAFFADE (Femeilia, Della, Firda, Septi) yang sudah banyak membantu di dalam proses ini dan yang lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

13. Kepada sahabat-sahabat IMADU dan alumni MAU Jogja yang selalu menghibur selama proses ini maupun sebelumnya.

14. Kepada teman-teman KKN angkatan ke-96 kelompok 159, Karangasem, Sampang, Gedangsari, Gunungkidul yang telah memotivasi dan mendoakan saya dalam proses skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan sangat penulis hargai. Akhir kata, besar harapan penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menjadi pedoman untuk penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 05 Maret 2019

Hormat saya,

Nur Amalia Tsani

NIM. 15820017

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SYARAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
ABSTRAK	xx
ABSTRACT	xxi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II	13
LANDASAN TEORI.....	13
A. Landasan Teori.....	13
B. Telaah Pustaka	29
C. Pengembangan Hipotesis	33
D. Kerangka Pemikiran.....	36
BAB III.....	38

METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian.....	38
B. Populasi dan Sempel Penelitian	39
C. Teknik Pengumpulan Data.....	41
D. Sumber Data.....	41
E. Definisi Operasional Variabel.....	41
F. Instrumen Penelitian.....	44
G. Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV	55
HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. Gambaran Umum Responden	55
B. Analisis Deskriptif	55
C. Evaluasi Model Pengukuran	61
D. Pembahasan Hasil Penelitian	73
BAB V.....	79
KESIMPULAN.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand</i> Kategori Perbankan Syariah	6
Tabel 1.2 <i>Top Brand Index</i> BNI Syariah	7
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Skala Likert	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	57
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Setiap Bulan ...	59
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah BNI Syariah KC Kusumanegara Yogyakarta	60
Tabel 4.7 Nilai Loading Faktor	62
Tabel 4.8 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	63
Tabel 4.9 Nilai <i>Cross Loading</i>	64
Tabel 4.10 <i>Fornell-Lacker Criterium</i>	66
Tabel 4.11 Kolerasi Variabel Laten	67
Tabel 4.12 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	68
Tabel 4.13 Nilai <i>Composite Reliability</i>	68
Tabel 4.13 Nilai <i>R-Squares</i>	69
Tabel 4.14 Nilai Koefisien Jalur	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1 <i>Output PLS Algoritm</i>	71
Gambar 4.2 <i>Output PLS Bootstrapping</i>	71



ABSTRAK

Kepuasan nasabah merupakan salah satu faktor yang digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan dalam suatu industri perbankan. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan hubungan yang baik antara nasabah dan bank. Dengan adanya hubungan yang baik, nasabah ikut berkontribusi mempromosikan hal tersebut melalui mulut ke mulut apabila nasabah mendapatkan kepuasan tersendiri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, penanganan keluhan dan citra merek terhadap kepuasan nasabah (studi kasus BNI Syariah KC Kusumanegara Yogyakarta). Populasi dalam Penelitian ini adalah nasabah BNI Syariah. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yang diukur menggunakan rumus moe. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Variabel penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel eksogen dan variabel endogen. Untuk variabel eksogen (X) meliputi (X1) kualitas layanan, (X2) penanganan keluhan, dan (X3) citra merek. Untuk variabel endogen (Y) pada penelitian ini adalah kepuasan nasabah. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner dan kemudian dianalisis dengan *Structural Equation Modeling* (SEM) dalam pendekatan *Covarian Based SEM*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, penanganan keluhan, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah.

Kata kunci: *kualitas layanan, penanganan keluhan, citra merek, kepuasan*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

Customer satisfaction is one of the factors used to measure the level of success in banking industry. Customer satisfaction can provide a good relationship between the customer and the bank. With a good relationship, customers contribute to promoting this through word of mouth if customers get their own satisfaction. The purpose of this study was to determine the effect of service quality, handling complaints, and brand image on the interest of customer satisfaction (case study in BNI Shariah KC Kusumanegara Yogyakarta). The population in this study were BNI Sharia customers. The samples in this study were 100 respondents measured using the moe formula. The research method used is quantitative research methods. This research variable used two variables, namely exogenous variables and endogenous variables. For exogenous variables (X) include (X1) service quality, (X2) handling complaints, and (X3) brand image. For the endogenous variable (Y) in this study, customer satisfaction. This study used primary data obtained from questionnaires and then analyzed by Structural Equation Modeling (SEM) in the Covarian Based SEM approach. The results of the study showed that the service quality, handling complaints and brand image has a significant effect on satisfaction of BNI Sharia customers.

Keywords: service quality, handling complaints, brand image, customer satisfaction

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi seperti saat ini setiap perputaran dan perkembangan perekonomian dapat berubah dengan sangat cepat, mekanisme pasar konvensional dan spekulasi yang dilakukan terhadap ketidakpastian perekonomian menyebabkan celah untuk timbulnya krisis di pasar global. Sebaliknya dengan prinsip yang dijalankan oleh industri perbankan syariah yaitu tidak mengaitkan mekanisme pasar dan spekulasi dalam menjalankan bisnisnya. Sehingga industri perbankan syariah dapat bertahan dari krisis yang dialami sistem perbankan konvensional.

Dengan banyaknya bank-bank syariah yang bermunculan dalam bisnis perbankan pada saat ini, maka banyak pula yang menjadi sumber dari permasalahan yang dihadapi pihak perbankan. Seperti halnya masalah kepuasan yang sangat mempengaruhi pelanggan atau nasabah untuk melakukan pembelian ulang atau menggunakan jasanya lagi. Menurut data riset yang dilakukan oleh *Technical Assistance Research Program (TARP)* dalam Tjiptono (2014), menunjukkan bahwa ketidakpuasan pelanggan berdampak pada beralihnya pelanggan ke pemasok lain, baik untuk produk sejenis maupun produk substitusi. Perusahaan yang gagal memuaskan pelanggannya akan menghadapi masalah yang lebih pelik lagi dikarenakan dampak *negative word of mouth*. Menurut Kotler & Keller (2012) dalam Tjiptono (2014), umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan

pengalaman buruknya kepada 11 orang lain. Bila setiap 11 orang ini meneruskan informasi tersebut kepada orang yang lain lagi, maka berita buruk ini bisa berkembang secara eksponensial. Maka, betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan.

Menurut Horward & Sheth (1969) dalam Tjiptono (2014) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Salah satu faktor kepuasan nasabah adalah kualitas layanan yang menjadi hal utama dalam permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang pemasaran jasa. Kualitas jasa (pelayanan) merupakan suatu pembahasan yang sangat kompleks karena penilaian kualitas jasa berbeda dengan penilaian terhadap kualitas produk, terutama karena sifatnya yang tidak nyata (*intangible*) dan produksi serta konsumsi berjalan secara simultan (Jasfar, 2005:46).

Dengan adanya penilaian terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah maka akan timbul komplain atau keluhan dari nasabah. Pihak bank juga dituntut bagaimana dalam menghadapi komplain atau keluhan yang dilakukan nasabah, maka bank harus dapat cepat dan tepat dalam melakukan penanganan keluhan, supaya nasabah bisa merasakan kepuasan atas pelayanan penanganan keluhan yang dirasakan, sehingga nasabah bisa menjadi loyal terhadap bank tersebut (Arifin, 2003).

Dalam industri jasa tidak hanya masalah dalam kualitas layanan saja, masalah pelayanan yang perlu diperhatikan adalah bagaimana pelayanan atas pelayanan keluhan para nasabah. Dari masalah penanganan keluhan dapat dipakai sebagai tolak ukur kualitas produk dan jasa yang ditawarkan, sehingga dari uraian tersebut diharapkan mampu menciptakan kepuasan yang sekaligus juga menciptakan loyalitas nasabah. Perilaku keluhan konsumen adalah istilah yang mencakup semua tindakan konsumen yang berbeda bila mereka merasa tidak puas dengan suatu pembelian/pelayanan (Sunarto, 2006:253).

Pelayanan menurut Dennis Walker (1997:13), merupakan suatu yang sangat subjektif dan sulit didefinisikan. Ini karena pelayanan sebagai subjek yang melakukan suatu transaksi dapat bereaksi secara berbeda terhadap sesuatu yang kelihatannya seperti pelayanan yang sama. Setiap perusahaan memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan yang dilakukan terhadap konsumen dalam setiap kegiatan operasionalnya, walaupun SOP tersebut sudah diterapkan oleh setiap karyawan perusahaan tetapi subjektifitas seorang pelanggan terhadap pelayanan yang diterimanya akan sangat berbeda dengan konsumen lainnya. Perbedaan kepribadian setiap individu yang tidak sama merupakan alasan kenapa dengan SOP yang sama setiap individu merasakan pelayanan yang berbeda.

Salah satu cara perusahaan agar produknya dikenal konsumen dan digunakan adalah dengan menciptakan merek, merek yang diciptakan perusahaan harus memiliki unsur-unsur yang mudah menarik perhatian konsumennya dan meyakinkan konsumen untuk melakukan keputusan

pembelian (Kotler, 2007). Informasi tentang merek tidak sepenuhnya dapat dikontrol oleh perusahaan, ada berbagai sumber lain yang bisa dipakai konsumen, seperti konsumen lain, orang-orang dekat, media massa, dan lain-lain. Meski tidak dapat mengendalikan proses pembentukan citra merek pada konsumen, kalau ingin membangun merek yang kuat, perusahaan tidak boleh membiarkan proses itu berjalan dengan sendirinya. Perusahaan harus melakukan upaya, proses inilah yang dinamakan *positioning*.

Merek merupakan suatu *asset* yang tak ternilai bagi perusahaan, maka perusahaan berusaha untuk mengelola merek tersebut, yaitu dengan melalui citra merek. Dengan citra merek yang positif, maka perusahaan akan dapat menarik dan mempertahankan konsumennya. Menurut Kotler dan Keller (2007) citra merek ialah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen. Konsumen merupakan salah satu rantai terpenting dalam industri perbankan syariah, karena konsumen menjadi target yang diinginkan oleh sebuah industri jasa untuk menjalankan bisnisnya.

Dalam dunia perbankan, konsumen memiliki beraneka ragam pilihan komoditi yang ingin dilakukannya untuk berinvestasi sesuai dengan kemampuan ekonomi tiap individu. Selain itu, penduduk Indonesia yang mayoritas merupakan beragama Islam merupakan pasar yang sangat potensial untuk jasa perbankan syariah agar menjadi lebih besar. Dengan alasan itu bisa menjadi salah satu faktor yang diterima konsumen menjadi bahan pertimbangan dan masukan dalam memutuskan setiap keinginannya, termasuk

untuk memilih bank sebagai tempat untuk melakukan investasi terhadap uang yang dimiliki konsumen. Khususnya dalam bank syariah yang memiliki daya tarik sendiri bagi konsumen.

PT Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah) mencatat pertumbuhan signifikan pada simpanan tabungan perdesember 2017. Tercatat tabungan BNI Syariah tumbuh 31,54% secara tahunan. Dhias Widhiyati, Direktur Bisnis BNI Syariah mengatakan, pertumbuhan simpanan ini dipicu oleh makin berkembang dan semaraknya sosialisasi literasi ekonomi syariah di Indonesia. “BNI syariah berusaha menerapkan prinsip syariah secara lebih baik tanpa melupakan kemudahan layanan dan transaksi nasabah,” jelas Dhias kepada Kontan.co.id, Jumat (2/2).¹

Dari kasus diatas PT BNI Syariah telah berusaha menerapkan prinsip syariah yang tidak mengaitkan mekanisme pasar dan spekulasi dalam menjalankan bisnisnya. Sehingga PT BNI Syariah dapat bertahan dan mengalami pertumbuhan dari tahun ketahun seperti yang dilansir dari kontan.co.id “hingga Desember 2017, berdasarkan laporan keuangan bank, jumlah tabungan yang dihimpun BNI Syariah mencapai Rp 12,39 triliun atau tumbuh 31,45% year on year dari tahun sebelumnya sebesar Rp 9,42 triliun.”

BNI Syariah juga meraih penghargaan sebagai *The Best Islamic Finance Commercial Bank in Indonesia* tahun 2018 di wilayah Asia Tenggara. Penghargaan tersebut diberikan oleh *Alpha Southeast Asia* sebagai lembaga

¹ <http://keuangan.kontan.co.id/news/akhir-tahun-2017-tabungan-bni-syariah-tumbuh-3154> diakses pada tanggal 28 Mei 2018 pukul 10:09.

yang melakukan survei dan menilai peringkat setiap lembaga keuangan di Asia Tenggara.² PT BNI Syariah tidak serta merta mendapatkan penghargaan dan kepercayaan dari nasabah begitu saja, akan tetapi PT BNI Syariah mempunyai strategi-strategi yang membuat para nasabah puas dengan pelayanan dan produk-produk yang diberikan. Strategi-strategi ini menjadi sangat penting dalam setiap industri bisnis lainnya tidak hanya dalam industri perbankan saja. Karena para nasabah inilah yang membuat industri perbankan dan lainnya dapat berjalan dengan lancar.

Pada kasus di BNI Syariah yang mengalami pertumbuhan setiap tahun pada produk tabungannya, ini membuktikan bahwa para nasabah mempercayai uangnya untuk ditabung di BNI Syariah.

TABEL 1.1

TOP BRAND KATEGORI PERBANKAN SYARIAH

NO	MEREK	TOP BRAND INDEX		
		2016	2017	2018
1	Bank Syariah Mandiri	31.5%	26.1%	27.6%
2	BRI Syariah	26.4%	22.9%	27.5%
3	BNI Syariah	15.9%	15.2%	27.0%
4	Bank Muamalat	10.1%	13.3%	4.2%
5	BCA Syariah	3.6%	3.8%	6.5%

(www.topbrand-award.com, diakses pada tanggal 28 Mei 2018, Pukul 23.00 WIB)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa presentasi top brand index pada BNI Syariah yang mengalami naik turun, akan tetapi dari bank-bank syariah

² <https://ekbis.sindonews.com/read/1339177/178/bni-syariah-raih-penghargaan-the-best-islamic-finance-commercial-1537260342> diakses pada tanggal 29 Oktober 2018 pukul 13.34 WIB.

lainnya, BNI Syariah cukup stabil. Pada tahun 2016 ke 2017 mengalami penurunan sebanyak 0.6% akan tetapi pada tahun 2017 ke 2018 mengalami kenaikan yang cukup banyak yaitu sebesar 11.8%. Hal ini tidak dimiliki oleh Bank-Bank Syariah lainnya yang terlihat naik turun dan kurang stabil. BNI Syariah juga selalu menduduki *TOP BRAND* ke tiga selama tiga tahun berturut-turut.

TABEL 1.2

TOP BRAND INDEX BNI SYARIAH

TAHUN	TOP BRAND INDEX
2016	15.9%
2017	15.2%
2018	27.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Pada table 1.2 menunjukkan bahwa BNI Syariah masih stabil dan bisa mempertahankan *brand* dari perusahaan. Tidak dipungkiri, tabel ini sejalan dengan kasus diawal bahwa BNI Syariah mencatat pertumbuhan signifikan pada simpanan tabungan per Desember 2017. Tercatat tabungan BNI Syariah tumbuh 31,54% secara tahunan. Hal ini membuat para nasabah mempercayakan uang mereka untuk disimpan di BNI Syariah.

Berdasarkan dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Afif Ramli (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti bahwa semakin baik kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan, semakin tinggi kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh Bank Islam di Palopo.

Kemudian, pada penelitian Bambang (2016) menyebutkan bahwa kualitas layanan dan citra merek secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank CNB di kota Surabaya. Kualitas layanan dan citra merek berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank CNB di kota Surabaya. Variabel citra merek merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank CNB di kota Surabaya. Sedangkan pada penelitian Tooba, dkk (2016) menyatakan bahwa kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap citra untuk nasabah bank syariah.

Pada variabel lainnya dalam penelitian Anindhyta (2009) menyatakan bahwa diduga penanganan keluhan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah bank umum syariah di Surabaya terbukti kebenarannya dan dapat diterima.

Dari pemaparan diatas ada upaya-upaya yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan khususnya pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan tepatnya pada BNI Syariah KC Kusumanegara Yogyakarta adalah dengan menerapkan masalah kualitas layanan serta menangani keluhan dari nasabah dan membangun citra merek. Dari upaya-upaya tersebut guna untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen atau nasabah serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan nasabah.

Dalam upaya peningkatan kualitas layanan, penanganan keluhan dan membangun citra merek ke dalam benak nasabah oleh BNI Syariah selalu berusaha untuk menemukan cara-cara yang berorientasi pada kepuasan

nasabah. Seperti visi dari BNI Syariah yaitu “Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.” Namun masih muncul pertanyaan apakah hal tersebut telah benar-benar dapat memberikan kepuasan bagi Nasabah BNI Syariah.

Mengingat BNI Syariah perlu mengidentifikasi apakah pelayanan yang selama ini diberikan telah sesuai dengan harapan nasabah. Hal ini sebagai bukti perhatian Bank BNI Syariah terhadap kepuasan nasabahnya terutama di kantor cabang Kusumanegara Yogyakarta. Apabila kualitas pelayanan, penanganan keluhan serta citra merek terhadap kepuasan nasabah dilakukan dengan baik dan sesuai harapan nasabah, maka akan menumbuhkan minat masyarakat untuk bertransaksi di bank tersebut semakin besar. Untuk menumbuhkan minat masyarakat kepada lembaga keuangan syariah perlu dilakukan sosialisasi perbankan syariah serta memberikan kesan yang baik yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas kepada masyarakat.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis terdorong untuk menyusun skripsi dengan judul: “PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PENANGANAN KELUHAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS BNI SYARIAH KC KUSUMANEGARA YOGYAKARTA)”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh variabel kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan nasabah BNI Syariah KC Kusumanegara Yogyakarta?

2. Bagaimana variabel penanganan keluhan terhadap tingkat kepuasan nasabah BNI Syariah KC Kusumanegara Yogyakarta?
3. Bagaimana variabel citra merek terhadap tingkat kepuasan nasabah BNI Syariah KC Kusumanegara Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh variabel kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan nasabah BNI Syariah KC Kusumanegara Yogyakarta.
2. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh variabel penanganan keluhan terhadap tingkat kepuasan nasabah BNI Syariah KC Kusumanegara Yogyakarta.
3. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh variabel citra merek terhadap tingkat kepuasan nasabah BNI Syariah KC Kusumanegara Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini melengkapi penelitian yang telah ada, sehingga dapat dijadikan wacana bagi semua pihak. Disamping itu, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi akademisi yang tertarik akan bidang ini, dapat menjadi informasi, referensi serta bermanfaat bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Sebagai pertimbangan bagi pihak BNI Syariah untuk referensi dalam meningkatkan dan memperkuat strategi perusahaan, serta

mengantisipasi dan menyesuaikan dengan segala perkembangan yang terjadi, dan permasalahan perusahaan dapat diatasi secara tepat.

3. Bagi Peneliti

Memperluas wawasan penulis terhadap fenomena yang terjadi dalam bidang pemasaran perbankan syariah, penelitian dapat digunakan sebagai bahan perbandingan sejauh mana teori-teori tentang kualitas layanan, penanganan keluhan, dan citra merek yang didapat selama perkuliahan dapat diimplementasikan dalam dunia nyata dan merupakan latihan bagi penulis menganalisis situasi yang terdapat di lapangan dengan melakukan penyelidikan dan penelitian yang bersifat karya ilmiah.

E. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan penelitian ini terbagi dalam lima bab yang saling berkaitan. Adapun sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

Bab pertama, merupakan pendahuluan yang menjadi gambaran awal dari apa yang menjadi latar belakang penelitian ini melalui pengembangan isu dan fenomena yang sedang terjadi di perbankan syariah khususnya pada BNI Syariah. Kemudian rumusan masalah dituangkan dalam pertanyaan, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan yang menjelaskan sistematika penyajian hasil penelitian dari awal hingga kesimpulan dari penelitian yang akan dilakukan juga dikemukakan.

Bab kedua, merupakan landasan teori dan pengembangan hipotesis. Bab ini membahas mengenai tinjauan teoritis tentang informasi-informasi mengenai variabel penelitian yang berisi tinjauan pustaka terhadap penelitian

terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini dilakukan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah, sehingga perlu dijabarkan teori mengenai kepuasan nasabah, kualitas layanan, penanganan keluhan, dan citra merek. Selanjutnya pengembangan hipotesis dirumuskan berdasarkan dari landasan teori dan tinjauan pustaka pada penelitian terdahulu dan merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan yang ada.

Bab ketiga, merupakan metode penelitian yang berisi gambaran dan cara tentang teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini untuk menjawab permasalahan yang ada. Cara atau teknik ini meliputi uraian tentang penjelasan mengenai jenis penelitian yang akan dilakukan, data dan teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian.

Bab keempat, berisi tentang hasil penelitian yang akan dilakukan. Hasil penelitian dari pengolahan data dengan pembahasannya, yang didasarkan pada analisis hasil pengujian data secara deskriptif maupun hasil pengujian hipotesis yang akan dilakukan beserta implikasinya.

Bab kelima, berisi penutup yang didalamnya terdapat kesimpulan dari hasil analisis penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam bab empat. Selanjutnya pada bagian akhir bab ini juga disampaikan saran yang bersifat praktis dan teoritis serta keterbatasan penelitian

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada pengaruh variabel ekseogen (manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan pendapatan) terhadap variabel endogen (minat masyarakat Kota Sukabumi dalam penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai pada Bank Syariah), maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji signifikansi besarnya koefisien parameter pada variabel kualitas layanan (X1) sebesar 0,395 yang berarti terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan (X1) terhadap variabel endogen (Y) kepuasan nasabah BNI Syariah, atau dapat diinterpretasikan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka kepuasan nasabah BNI Syariah akan semakin meningkat dengan nilai t-statistik sebesar 3,231 yang berarti signifikan karena nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel, yaitu 1,96 (t-tabel signifikansi 5% = 1,96).
2. Berdasarkan uji signifikansi besarnya koefisien parameter pada variabel penanganan keluhan (X2) sebesar 0,223 yang berarti terdapat pengaruh positif antara penanganan keluhan (X2) terhadap variabel endogen (Y) kepuasan nasabah BNI Syariah, atau dapat diinterpretasikan bahwa semakin baik penanganan keluhan yang diberikan maka kepuasan nasabah BNI Syariah akan semakin meningkat dengan nilai t-statistik sebesar 1,994

yang berarti signifikan karena nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel, yaitu 1,96 (t-tabel signifikansi 5% = 1,96).

3. Berdasarkan uji signifikansi besarnya koefisien parameter pada variabel citra merek (X3) sebesar 0,256 yang berarti terdapat pengaruh positif antara citra merek (X3) terhadap variabel endogen (Y) kepuasan nasabah BNI Syariah, atau dapat diinterpretasikan bahwa semakin baik citra merek yang diberikan maka kepuasan nasabah BNI Syariah akan semakin meningkat dengan nilai t-statistik sebesar 2,501 yang berarti signifikan karena nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel, yaitu 1,96 (t-tabel signifikansi 5% = 1,96).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka terdapat beberapa saran yang kiranya dapat memberi manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Saran untuk BNI Syariah khususnya di KC Kusumanegara Yogyakarta, agar meningkatkan dalam hal kualitas pelayanannya maupun pelayanan dalam penanganan keluhannya dan memberikan citra positif kepada para nasabah atau calon nasabah. Dengan cara sosialisasi atau promosi mengenai produk-produk yang diinginkan dan dibutuhkan oleh nasabah ataupun calon nasabah, memberikan pelatihan kepada para karyawan secara rutin. Dengan adanya usaha yang lebih dari pihak bank, maka seseorang akan cenderung melakukan sesuatu apabila terdapat keuntungan

yang akan diperoleh nantinya. Selain melakukan sosialisasi, dan pelatihan yang rutin juga diperlukan inovasi yang kreatif terkait keuntungan yang akan diperoleh nasabah.

2. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan variabel lain dengan mempertimbangkan atau menambahkan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah.
3. Peneliti yang akan datang disarankan untuk lebih menyeleksi lagi sampel yang akan dijadikan responden agar mendapatkan hasil yang lebih baik.
4. Peneliti yang akan datang disarankan untuk lebih menyempurnakan alat ukur agar dapat menjawab apa yang akan dicari dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2010. *Analisis Regresi, Teori, Kasus, dan Solusi, edisi kedua*. Yogyakarta: Penerbit BPFE UGM.
- Ali, Hasan. 2010. *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Arifin, Zainul. 2003. *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: AlvaBet.
- Assauri. 2003. *Manajemen Pemasaran Jasa, jilid 1*. Jakarta: PT Gramedia.
- Budiarti, Anindhyta. 2009. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah di Surabaya*. Jurnal Ekuitas Vol. 15, No.2
- Bramson, Robert. 2004. *Customer Loyalty: 50 Strategi Ampuh Membangun dan Mempertahankan Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: Prestasi Pustakaraya.
- Bruce, Andy dan Ken Langdon. 2004. *Putting Customer First*. Yogyakarta: Zeemith Publisher.
- Desembrianita, Eva. 2016. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BCA, Tbk. Cabang makro, Sidoarjo*. Jurnal STIE “Urip Sumoharjo” Surabaya. Vol. 01, No. 01.
- Fauziah, Nurul. 2016. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Nilai Pelanggan terhadap loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada BNI Syariah Kantor Cabang Kusumanegara Yogyakarta)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kaijaga Yogyakarta.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program SPSS*. Cetakan keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2014. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Hakiki, Asri Zain. 2019. *Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Kota Sukabumi dalam Penggunaan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu Pada Bank Syariah*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kaijaga Yogyakarta.
- Hartanto, Muhammad Saeful. 2015. *Pengaruh Mutu Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di BMT Al Ijtihad Pabelan*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga.
- <http://keuangan.kontan.co.id/news/akhir-tahun-2017-tabungan-bni-syariah-tumbuh-3154> diakses pada tanggal 28 Mei 2018 pukul 22:09 WIB.

<https://ekbis.sindonews.com/read/1339177/178/bni-syariah-raih-penghargaan-the-best-islamic-finance-commercial-1537260342> diakses pada tanggal 29 Oktober 2018 pukul 13.34 WIB.

<https://rumaysho.com/2699-berkah-dari-kejujuran-dalam-bisnis.html> diakses pada tanggal 8 Oktober 2019 pukul 20.30 WIB.

Jasfar, Farida. 2005. *"Manajemen Jasa" Cetakan Pertama*. Ciawi-Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

Jogiyanto & Willy Abdillah. 2014. *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: BPFE

Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, jilid 1, eds ke-12*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT Prehallindo.

Kotler, Philip dan Nancy Kotler. 2005. *Corporate Social Responsibility, Doing The Most Good for Your Company and Your Cause*. Canana: John Willey & Sons. Inc.

Kotler, Philip dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, jilid 1, eds ke-12*. Jakarta: PT Indeks.

Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Mohammad Z. Shammout & Shafiq I. Haddad. 2014. *Dampak Penanganan Pengaduan terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Yordania*. Penelitian Bisnis Internasional; Vol. 7, No. 11.

Qardhawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.

Ramli, Afif. 2017. *Kualitas Layanan di Perbankan Syariah Malaysia*. *Palma Journal*. Universitas Tenaga Nasional, Muadzam Shah, 26700 Pahang, Malaysia.

Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Ratri, Anggit Nandya dan Handoyo Djoko. 2016. *Pengaruh Pelayanan dan Eksperiential Marketing terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan BMT Ben Sejahtera Kabupaten Cilacap*. Jurnal Universitas Diponegoro.

Rosita, B & Sigit I. 2015. *Pengaruh Penanganan Komplain terhadap Kepuasan Nasabah*. *Digest Marketing*. Vol 1, No 3.

- Sasono. 2007. *Analisis Faktor- Faktor yang Menentukan Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan Bank Syariah*. Tesis Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. 2006. *Manajemen Pemasaran 2*. Yogyakarta: Adityamedia.
- Surachman, S A. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Service Marketing (Esensi & Aplikasi)*. Yogyakarta: Marknesis.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Jatim: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan G. Chandra. 2005. *Service, Quality, & Satisfaction*. Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality, & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Thoin, Muhammad. 2011. *Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Tekun Karanggede Boyolali*. Jurnal Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta. Vol. 2, No. 1.
- Tooba Arshad, Rubab Zahra, Umar Draz. 2016. *Dampak Kepuasan Nasabah pada Citra, Kepercayaan, Loyalitas, dan Perilaku Peralihan Nasabah dalam Perbankan Konvensional dan Islam: Bukti dari Pakistan*. American Journal of Business and Society Vol. 1, No. 3.
- Wahab, Wirdayani. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru*. Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan. Vol. 2, No. 1.
- Walker, Dennis. 1997. *Mendahulukan Pelanggan (Strategi untuk Memberikan Pelayanan Bermutu)*. Jakarta: Binaputra Aksara.
- Wibowo, Bambang Sri. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Nasabah Centratama Nasional Bank Surabaya*. Jurnal Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya. Volume II No.1.
- Widiyanto, Ibnu. 2008. *Pointers: Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Undip.
- Wiyono, Gendro. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*. Yogyakarta: STIM YKPN.
- www.topbrand-award.com, diakses pada tanggal 28 Mei 2018, Pukul 23.00 WIB.

LAMPIRAN I

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Kusumanegara

Di tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang mengajukan permohonan untuk pengisian kuesioner ini:

Nama : Nur Amalia Tsani

NIM : 15820017

Status : Mahasiswa Program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan Hormat,

Kuesioner ini diajukan untuk keperluan skripsi mengenai **“Pengaruh Kualitas Layanan, Penanganan Keluhan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada BNI Syariah Kantor Cabang Kusumanegara Yogyakarta)”**. Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti mengharapkan bantuan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan penilaian secara objektif. Data yang anda isikan ini akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis penelitian semata. Atas bantuan dan partisipasinya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Peneliti

Nur Amalia Tsani

NAMA : _____

Bagian A

Berilah tanda silang (X) pada huruf yang mewakili jawaban saudara/i.

1. Jenis Kelamin?
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia anda saat ini?
 - a. 17-25 tahun
 - b. 26-30 tahun
 - c. 31-35 tahun
 - d. > 35 tahun
3. Pendidikan terakhir anda?
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. D3
 - e. S1/S2/S3
4. Pekerjaan anda?
 - a. PNS
 - b. Pegawai Swasta
 - c. Wiraswasta
 - d. Pelajar/Mahasiswa
 - e. Lain-lain
5. Pendapatan dari profesi anda setiap bulan (*rata-rata 3 bulan terakhir*)?
 - a. < 1.000.000
 - b. 1.000.000-2.500.000
 - c. 2.500.001-5.000.000
 - d. > 5.000.000
6. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah tabungan BNI Syariah?
 - a. < 1 tahun
 - b. 1-2 tahun
 - c. 3-4 tahun
 - d. > 4 tahun

Bagian B

Berilah tanda centang (✓) pada kolom paling sesuai dengan jawaban Anda! Skala jawaban yang disediakan untuk menjawab pertanyaan adalah sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Setuju (S)
4. Sangat Setuju (SS)

1. KUALITAS LAYANAN

No	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1	BNI Syariah memiliki produk yang beragam				
2	Karyawan mampu dan terampil dalam melayani nasabah				
3	Layanan yang diberikan BNI Syariah sesuai dengan yang ditawarkan				
4	Karyawan sigap dalam memberikan layanan				
5	Karyawan BNI Syariah memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan nasabah				
6	Karyawan bersungguh-sungguh dalam melayani nasabah serta jujur dalam memberikan informasi				
7	BNI Syariah memiliki prosedur pelayanan yang jelas.				
8	<i>Front liner</i> ramah dalam melayani Nasabah				
9	Karyawan BNI Syariah mampu berkomunikasi dengan baik kepada nasabah				
10	Secara keseluruhan kantor BNI Syariah bersih dan nyaman				

2. PENANGANAN KELUHAN

No	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
11	Pihak BNI Syariah dapat mendengarkan keluhan dan berusaha memahami keluhan nasabah.				
12	Penanganan keluhan di BNI Syariah dilakukan dalam waktu cepat.				
13	Staf karyawan BNI Syariah mampu menyelesaikan keluhan nasabah				
14	Staf karyawan BNI Syariah berlaku jujur dalam menyelesaikan keluhan nasabah				
15	Nasabah mendapatkan penanganan yang adil dan adanya layanan konsumen agar nasabah dapat dengan mudah menyampaikan keluhan.				
16	Kompensasi yang diberikan BNI Syariah wajar atau sesuai.				

3. CITRA MEREK

No	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
17	BNI Syariah adalah bank yang terpercaya				
18	BNI Syariah mempunyai fasilitas canggih dan modern				
19	Menurut saya, menabung di BNI Syariah mempunyai persyaratan yang mudah dan tidak sulit				
20	Karyawan BNI Syariah berpenampilan Islami				
21	BNI Syariah memiliki persepsi yang baik dimasyarakat				
22	BNI Syariah lebih baik dibandingkan bank lain				

4. KEPUASAN NASABAH

No	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
23	Kinerja produk yang diberikan BNI Syariah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan				
24	Kinerja layanan BNI Syariah tidak kalah baiknya dengan bank lain				
23	BNI Syariah memiliki produk layanan perbankan yang bermanfaat bagi nasabah				
24	Produk yang disediakan BNI Syariah memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan				
25	BNI Syariah selalu mempertimbangkan harapan nasabah				
26	Saya akan selalu menggunakan produk perbankan dari BNI Syariah				
27	Saya akan merekomendasikan BNI Syariah kepada teman, saudara, serta rekan-rekan saya				
28	Secara keseluruhan, kinerja layanan BNI Syariah memuaskan				

LAMPIRAN II

DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN

NAMA	JENIS KELAMIN	USIA	PENDIDIKAN TERAKHIR	PEKERJAN	PENDAPATAN	LAMASABAH
Firdayanti	Perempuan	17-25 tahun	D3/S1/S2/S3	Pelajar/mahasiswa	1.000.000-2.500.000	1-2 tahun

Lu'luul	Perempuan	17-25 tahun	D3/S1/S2/S3	Pelajar/mahasiswa	1.000.000-2.500.000	1-2 tahun
Maela	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	1-2 tahun
Sinta	Perempuan	17-25 tahun	D3/S1/S2/S3	Pegawai Swasta	1.000.000-2.500.000	1-2 tahun
khaerul azis	Laki-laki	17-25 tahun	D3/S1/S2/S3	Pelajar/mahasiswa	2.500.000-5.000.000	1-2 tahun
Della	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	1.000.000-2.500.000	< 1 tahun
Aprilia desi	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	1-2 tahun
Nia	Perempuan	17-25 tahun	D3/S1/S2/S3	Pegawai Swasta	1.000.000-2.500.000	< 1 tahun
Nuri	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	1-2 tahun
Hari Cahyo	Laki-laki	17-25 tahun	D3/S1/S2/S3	PNS	1.000.000-2.500.000	< 1 tahun
NA	Laki-laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
Linda	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	3-4 tahun
Anissa	Perempuan	17-25 tahun	D3/S1/S2/S3	Pegawai Swasta	2.500.000-5.000.000	< 1 tahun
Feme	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
Jamil	Laki-laki	26-30 tahun	D3/S1/S2/S3	Wiraswasta	< 1.000.000	1-2 tahun
Yuda	Laki-laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	1.000.000-2.500.000	< 1 tahun
Annisa Luthfiana	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
Ofi	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
Helmy	Laki-laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	1-2 tahun
Alifa	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	1.000.000-2.500.000	1-2 tahun
Milad	Laki-laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	1.000.000-2.500.000	< 1 tahun
Sofi	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
Sita	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	1-2 tahun

Dewi HB	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	<1 tahun
Dikri	Laki-laki	17-25 tahun	D3/S1/S2/S3	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	1-2 tahun
Abi	Laki-laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	3-4 tahun
Roky	Laki-laki	17-25 tahun	D3/S1/S2/S3	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	1-2 tahun
Angin	Laki-laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	1.000.000-2.500.000	< 1 tahun
Rifka	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
LS	Perempuan	17-25 tahun	D3/S1/S2/S3	Lain-lain	2.500.000-5.000.000	< 1 tahun
Iis	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
Heni	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	1.000.000-2.500.000	3-4 tahun
Monita	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	1.000.000-2.500.000	< 1 tahun
Khusna	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
Rifdan	Laki-laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	1.000.000-2.500.000	< 1 tahun
Nadia	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	1-2 tahun
Nanda	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	1-2 tahun
Latifa	Perempuan	26-30 tahun	D3/S1/S2/S3	Wiraswasta	< 1.000.000	< 1 tahun
X	Perempuan	26-30 tahun	D3/S1/S2/S3	Pegawai Swasta	1.000.000-2.500.000	3-4 tahun
Yhuden	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	3-4 tahun
Dewi wahyu	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
Siti Nur	Perempuan	17-25 tahun	D3/S1/S2/S3	Pegawai Swasta	< 1.000.000	< 1 tahun
Cindy	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	1.000.000-2.500.000	< 1 tahun
Alfiah	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pegawai Swasta	1.000.000-2.500.000	1-2 tahun
Rian	Laki-laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun

Azzah	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
Andrianus	Laki-laki	26-30 tahun	D3/S1/S2/S3	Pegawai Swasta	2.500.000-5.000.000	>4 tahun
Agatha	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	1.000.000-2.500.000	>4 tahun
Fadly	Laki-laki	31-35 tahun	D3/S1/S2/S3	Wiraswasta	2.500.000-5.000.000	3-4 tahun
Slamet	Laki-laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	1-2 tahun
Entita	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	1-2 tahun
Dwi	Laki-laki	17-25 tahun	D3/S1/S2/S3	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	1-2 tahun
X	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	1.000.000-2.500.000	3-4 tahun
Mareta	Perempuan	26-30 tahun	SMA	Wiraswasta	1.000.000-2.500.000	>4 tahun
Anjani	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	>4 tahun
Toha	Laki-laki	26-30 tahun	D3/S1/S2/S3	Wiraswasta	2.500.000-5.000.000	< 1 tahun
Annaya	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	3-4 tahun
Shella	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
Desy	Perempuan	31-35 tahun	D3/S1/S2/S3	Lain-lain	2.500.000-5.000.000	1-2 tahun
Damar	Laki-laki	31-35 tahun	D3/S1/S2/S3	Wiraswasta	>5.000.000	< 1 tahun
Wahyu	Laki-laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	1.000.000-2.500.000	1-2 tahun
AT	Perempuan	17-25 tahun	D3/S1/S2/S3	Pegawai Swasta	1.000.000-2.500.000	3-4 tahun
Esti	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	1-2 tahun
Pavita	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	1-2 tahun
X	Perempuan	26-30 tahun	D3/S1/S2/S3	Lain-lain	1.000.000-2.500.000	>4 tahun
Dian	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
Aldiva	Laki-laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun

Taufik	Laki-laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	1-2 tahun
Ratis	Perempuan	26-30 tahun	D3/S1/S2/S3	Pegawai Swasta	2.500.000-5.000.000	>4 tahun
X	Perempuan	17-25 tahun	D3/S1/S2/S3	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
Yuni	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	1-2 tahun
Rahmat	Laki-laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
Ibrahim	Laki-laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
Yasmin	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
Febrina	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pegawai Swasta	1.000.000-2.500.000	< 1 tahun
Arif	Laki-laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	1.000.000-2.500.000	3-4 tahun
NAT	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pegawai Swasta	1.000.000-2.500.000	< 1 tahun
X	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pegawai Swasta	1.000.000-2.500.000	1-2 tahun
Ammar	Laki-laki	26-30 tahun	D3/S1/S2/S3	Wiraswasta	1.000.000-2.500.000	3-4 tahun
Khenia	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	1-2 tahun
BSA	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	1-2 tahun
Bayu	Laki-laki	26-30 tahun	D3/S1/S2/S3	Lain-lain	2.500.000-5.000.000	1-2 tahun
Marianus	Laki-laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	1.000.000-2.500.000	< 1 tahun
Paul	Laki-laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	2.500.000-5.000.000	< 1 tahun
NUQ	Perempuan	26-30 tahun	D3/S1/S2/S3	Pelajar/mahasiswa	1.000.000-2.500.000	1-2 tahun
Rama	Laki-laki	26-30 tahun	D3/S1/S2/S3	Wiraswasta	2.500.000-5.000.000	3-4 tahun
Muthia	Perempuan	17-25 tahun	D3/S1/S2/S3	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	1-2 tahun
AF	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
W	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun

Astu	Laki-laki	>35 tahun	D3/S1/S2/S3	Pegawai Swasta	2.500.000-5.000.000	< 1 tahun
Tiyo	Laki-laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	1.000.000-2.500.000	< 1 tahun
Farida	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	1.000.000-2.500.000	>4 tahun
Ava	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
Himatul	Perempuan	17-25 tahun	D3/S1/S2/S3	Pegawai Swasta	1.000.000-2.500.000	< 1 tahun
Kherwin	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
Eka	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pegawai Swasta	1.000.000-2.500.000	3-4 tahun
X	Perempuan	17-25 tahun	D3/S1/S2/S3	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	1-2 tahun
X	Perempuan	17-25 tahun	D3/S1/S2/S3	Pelajar/mahasiswa	>5.000.000	>4 tahun
Catur	Laki-laki	>35 tahun	D3/S1/S2/S3	PNS	< 1.000.000	< 1 tahun
Feny	Perempuan	31-35 tahun	D3/S1/S2/S3	PNS	2.500.000-5.000.000	>4 tahun
Akbar	Laki-laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
Nur Rizki	Laki-laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
Mutiara	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	1.000.000-2.500.000	1-2 tahun
Ina	Perempuan	17-25 tahun	D3/S1/S2/S3	Pelajar/mahasiswa	1.000.000-2.500.000	< 1 tahun
Ika	Perempuan	26-30 tahun	D3/S1/S2/S3	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
Rachmi	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
Rahma	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
Mulya	Perempuan	17-25 tahun	D3/S1/S2/S3	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	< 1 tahun
Zulfikar	Laki-laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	>5.000.000	< 1 tahun
Mita	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/mahasiswa	< 1.000.000	1-2 tahun
Novita	Perempuan	26-30 tahun	D3/S1/S2/S3	Pegawai Swasta	2.500.000-5.000.000	< 1 tahun

LAMPIRAN III

DATA JAWABAN KUESIONER RESPONDEN

1. Variabel Kualitas Layanan (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10
3	4	4	4	4	4	3	4	4	3
4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
4	3	3	4	3	3	4	3	3	4
4	3	3	4	3	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3	4	3	3	4
4	3	4	3	4	4	4	3	4	4
4	3	4	3	4	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
3	3	4	3	4	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	2	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	2	3	3	3	2	3

3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
3	4	4	3	4	3	4	4	3	4
3	4	3	3	3	4	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	3	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	3	4	4
3	4	3	4	3	3	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	4	3	3	3	4	4
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	3	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	4	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
3	4	3	4	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	4	4	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
3	3	3	3	4	3	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3	3	3	4	4
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
4	4	3	4	3	4	4	3	3	3
4	3	3	3	4	4	3	4	4	4
3	4	3	4	4	3	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	3	4	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
4	3	3	3	3	3	3	3	4	4
4	3	4	3	3	4	4	4	3	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
3	3	3	3	4	3	3	2	2	3
3	3	3	3	3	2	3	3	3	4
3	3	4	4	3	3	3	4	4	3
3	3	3	2	3	3	3	3	3	4
3	4	4	4	4	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	3	3	3	4	4
3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
3	3	3	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
3	4	3	4	3	3	3	4	3	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

2. Variabel Penanganan Keluhan (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
4	4	3	4	4	3

4	3	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4
3	3	4	3	3	4
3	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	3
3	3	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
3	2	3	3	3	3
3	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
3	2	3	3	3	2
3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	2	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4

3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3
3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3
3	4	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
2	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3
2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4
4	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	3
4	3	3	3	3	3
3	4	3	4	3	4

3	3	3	3	2	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3
3	2	2	3	3	3
3	2	2	3	3	3
3	3	3	3	3	4
2	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	3
4	3	3	4	4	4
3	3	3	4	4	3
3	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	3	3
3	4	3	4	3	3
3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	3	3
3	3	3	4	4	3
3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	3
3	3	3	3	3	3

3. Variabel Citra Merek (X3)

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6
4	4	3	4	4	3
4	3	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3

3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4
3	3	4	3	3	4
3	3	4	3	3	4
3	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	3	3
3	3	4	4	3	2
3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	3
4	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	2
4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	2	2
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	3	2
4	4	4	4	4	4
3	3	3	2	3	3
4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	3	3
4	3	3	3	4	2
3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	2
4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	4	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	3	2
4	4	4	4	4	3
3	3	3	2	3	2
4	3	3	4	3	3

3	3	3	3	2	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4
3	3	3	4	4	3
4	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	3	3
3	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3
3	4	3	4	4	3
2	2	3	3	2	2
3	3	3	3	3	2
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	4	3
3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	3	2
3	3	3	4	4	3
4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	3
4	4	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3
3	3	3	4	4	3

4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	2
3	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	4	2
3	4	4	4	3	2
4	3	3	2	3	3
3	3	3	4	3	3
3	3	3	4	3	2
3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	2	1
3	4	3	3	4	3
4	3	3	4	4	3
4	3	3	4	3	2
3	4	3	4	4	3
4	4	4	4	4	3
3	4	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3

4. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
4	4	3	4	4	3	4	4
4	3	4	4	3	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4	4	3
3	3	4	3	3	4	3	3
3	3	4	3	3	4	3	3
3	4	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3

3	3	3	3	3	3	3	4
3	4	3	3	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	4	4	4
4	4	3	3	3	4	4	4
4	3	4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	3	3	4	3
3	3	3	3	3	2	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	4	2	4
2	2	3	3	3	2	2	3
4	3	4	3	2	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	2	2	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	2	3	3
3	4	4	3	3	3	4	4
3	4	4	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	2	3	3	4
4	4	4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	2	3	4
3	3	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	4	4	4
3	4	4	3	3	4	4	3
3	3	3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	2	2
3	3	3	3	3	4	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3

3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	3	4	4	3
3	3	4	4	3	3	3	3
3	4	4	4	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	3	3	4
4	4	4	4	3	3	4	4
3	3	4	3	3	2	3	3
2	3	3	3	2	2	2	3
3	3	4	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	3	3	3	3
3	4	3	4	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	3	3	3
2	3	4	4	4	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	3	4	4	3
3	3	3	3	4	3	3	3
2	3	3	3	3	3	2	3
3	4	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	3	2	2	4
3	3	3	3	3	3	3	4
3	4	4	3	4	3	3	3

3	4	4	4	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	1	2	2	2	3	2
3	3	3	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3

LAMPIRAN IV

1. UJI VALIDITAS KONVERGEN

Nilai Loading Faktor

Variabel	Indikator	Nilai Loading	Keterangan
Kualitas Layanan	1	0.588	Lolos
	2	0.689	Lolos
	3	0.609	Lolos
	4	0.725	Lolos
	5	0.684	Lolos
	6	0.716	Lolos
	7	0.718	Lolos
	8	0.779	Lolos
	9	0.679	Lolos
	10	0.653	Lolos
Penanganan Keluhan	11	0.768	Lolos
	12	0.669	Lolos
	13	0.776	Lolos
	14	0.789	Lolos
	15	0.713	Lolos
	16	0.673	Lolos
Citra Merek	17	0.724	Lolos
	18	0.743	Lolos
	19	0.762	Lolos
	20	0.648	Lolos
	21	0.719	Lolos
	22	0.600	Lolos
Kepuasan Nasabah	23	0.622	Lolos
	24	0.785	Lolos

	25	0.731	Lolos
	26	0.801	Lolos
	27	0.583	Lolos
	28	0.581	Lolos
	29	0.740	Lolos
	30	0.545	Lolos

Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Nilai	Keterangan
Kualitas Layanan	0.471	Tidak Lolos
Penanganan Keluhan	0.537	Lolos
Citra Merek	0.492	Tidak Lolos
Kepuasan	0.463	Tidak Lolos

2. UJI VALIDITAS DESKRIMINAN

Nilai Cross Loading

	Kualitas Layanan (X1)	Penanganan Keluhan (X2)	Citra Merek (X3)	Kepuasan Nasabah (Y)
X1.1	0.588	0.419	0.280	0.453
X1.2	0.689	0.395	0.457	0.457
X1.3	0.609	0.447	0.504	0.377
X1.4	0.725	0.437	0.504	0.387
X1.5	0.684	0.419	0.537	0.465
X1.6	0.716	0.462	0.350	0.473
X1.7	0.718	0.483	0.375	0.560
X1.8	0.779	0.382	0.409	0.575
X1.9	0.679	0.501	0.470	0.484
X1.10	0.653	0.443	0.499	0.499
X2.1	0.482	0.768	0.505	0.422
X2.2	0.409	0.669	0.467	0.442
X2.3	0.494	0.776	0.607	0.473
X2.4	0.522	0.789	0.470	0.526
X2.5	0.512	0.713	0.393	0.491
X2.6	0.369	0.673	0.354	0.434
X3.1	0.556	0.429	0.724	0.440
X3.2	0.378	0.369	0.743	0.400
X3.3	0.558	0.593	0.762	0.519
X3.4	0.462	0.343	0.648	0.347
X3.5	0.401	0.370	0.719	0.448
X3.6	0.304	0.504	0.600	0.515
Y.1	0.481	0.440	0.352	0.622
Y.2	0.537	0.381	0.518	0.785

Y.3	0.589	0.512	0.550	0.731
Y.4	0.497	0.561	0.576	0.801
Y.5	0.350	0.523	0.333	0.583
Y.6	0.423	0.388	0.353	0.581
Y.7	0.414	0.336	0.423	0.740
Y.8	0.468	0.284	0.334	0.545

Fornell-Lacker Criterium

	Citra Merek	Kualitas Layanan	Kepuasan Nasabah	Penanganan Keluhan
Citra Merek	0.702			
Kualitas Layanan	0.633	0.686		
Penanganan Keluhan	0.636	0.638	0.638	
Kepuasan Nasabah	0.648	0.699	0.680	0.733

Kolerasi Variabel laten

	Kualitas Layanan (X1)	Kepuasan Nasabah (X2)	Citra Merek (X3)	Penanganan Keluhan (Y)
Kualitas Layanan (X1)	1.000	0.699	0.633	0.638
Penanganan Keluhan (X2)	0.699	1.000	0.648	0.638
Citra Merek (X3)	0.633	0.648	1.000	0.636
Kepuasan Nasabah (Y)	0.638	0.638	0.636	1.000

3. UJI RELIABILITAS

Nilai Cronbach's Alpha

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Layanan	0.874	Lolos
Penanganan Keluhan	0.826	Lolos
Citra Merek	0.793	Lolos

Kepuasan Nasabah	0.829	Lolos
------------------	-------	-------

Nilai Composite Reliability

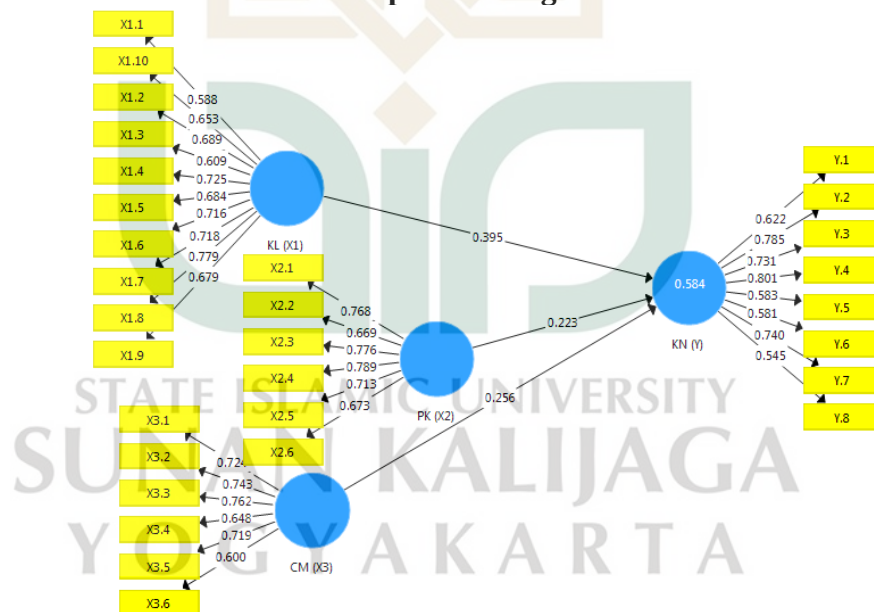
Variabel	Composite Reliability	Keterangan
Kualitas Layanan	0.898	Lolos
Penanganan Keluhan	0.874	Lolos
Citra Merek	0.853	Lolos
Kepuasan Nasabah	0.871	Lolos

4. MODEL STRUKTURAL

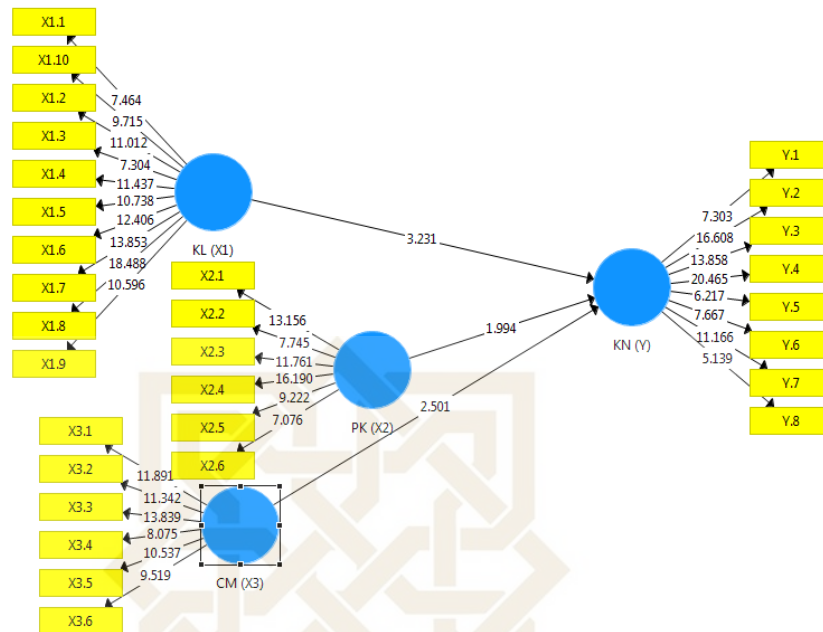
Nilai R-Squares

Variabel	R-Squares	Adj R-Square	Keterangan
Kepuasan Nasabah (Y)	0.584	0.571	moderat

Output PLS Algorithm



Output PLS Output Bootstapping



Nilai Koefisien Jalur

Variabel	Original Sampel	T Statistik
KL(X1) → KN(Y)	0.395	3.231
PK(X2) → KN(Y)	0.223	1.994
CM(X3) → KN(Y)	0.256	2.501

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

LAMPIRAN V

DOKUMENTASI



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

LAMPIRAN VI

CURRICULUM VITAE

DATA PRIBADI

- NAMA : NUR AMALIA TSANI
- TTL : GRESIK,
12 DESEMBER 1996
- JENIS KELAMIN : PEREMPUAN
- AGAMA : ISLAM
- STATUS : BELUM MENIKAH
- GOLONGAN DARAH : A
- KEWARGANEGARAAN : INDONESIA
- E-MAIL : liatsani6@gmail.com
- ALAMAT : JL.MH.Thamrin 03 rt/rw 06/02 Pekauman,
Gresik, Jawa Timur



RIWAYAT PENDIDIKAN

- TK NU 29 Mahkota 2002-2003
- MI NU Salafiyyah 2003-2009
- MTS Plus DU 2009-2012
- MA Unggulan DU 2012-2015
- UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2015-sekarang