

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *COMPANY IMAGE*, *CUSTOMER TRUST* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY
(STUDI KASUS BPRS SURIYAH CABANG TEGAL)**



SKRIPSI

**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:
ADE RUPIANA
NIM. 15820010**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2020**

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *COMPANY IMAGE*, *CUSTOMER TRUST* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY
(STUDI KASUS BPRS SURIYAH CABANG TEGAL)**



SKRIPSI

**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:
Ade Rupiana
NIM. 15820010

DOSEN PEMBIMBING:
Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.
NIP. 196705181997031003

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2020**



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 : info@uin-sukoharjo.ac.id Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-206/Un.02/DEB/PP.00.9/02/2020

Skripsi/tugas akhir dengan judul: **PENGARUH SERVICE QUALITY, COMPANY IMAGE, CUSTOMER TRUST, DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER LOYALTY (STUDI KASUS BPRS SURIYAH CABANG TEGAL)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ADE RUPIANA
NIM : 15820010
Telah diujikan pada : Senin, 17 Februari 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.

NIP. 19670518 199703 1 003

Penguji I

Rosyid Nur Anggara Putra, SPd., M.Si.

NIP: 19880524 201503 1 010

Penguji II

Alex Fahrur Riza, SE., M.Sc.

NIP. 199004412 000000 1 301



Yogyakarta, 20 Februari 2020
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 Sdr. Ade Rupiana
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 mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Ade Rupiana
NIM : 15820010
Judul Skripsi : **"Pengaruh Service Quality, Company Image, Customer Trust Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Tegal)"**

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 berharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 13 Februari 2020

22 Jumadal Akhir 1441 H

Pembimbing,

Dr. R. Svafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag

NIP. 19670518 199703 1 003



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ade Rupiana

NIM : 15820010

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Service Quality*, *Company Image*, *Customer Trust* dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Tegal)”**. adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote*, *footnote* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini, saya buat agar dapat dimaklumi dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 13 Februari 2020

Penyusun



ADE RUPIANA
NIM.15820010

**HALAMAN 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 : Ade Rupiana
NIM : 15820020
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 Service Quality, Company Image, Customer Trust , dan Customer
Satisfaction terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus BPRS Suriah
Cabang Tegal)”***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non
eksklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga 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 pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada tanggal, 13 Februari 2020

Yang menyatakan



(Ade Rupiana)

MOTTO

Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. (Q.S Ar- Rad : 11)

Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. (Q.S Al Insyirah : 5-6)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT dan Shalawat serta salam
tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Suami dan anakku tercinta , Anton Dwi Kurniawan dan Almeera Mafaza
Kurniawan. Terimakasih untuk suamiku yang selalu ikhlas, rela bekerja dan
mengantarkanku ke Yogyakarta untuk menyelesaikan masa studi serta menjaga
bidadari kecilku selama kami berpisah. Berkat dukungan, motivasi, dan doa serta
keridhoan seorang suami saya bisa menyelesaikan skripsi ini.

Kedua orangtuaku tercinta Bapak Suparman dan Ibu Meilli Diawati. Terimakasih
untuk kedua malaikatku yang selalu mendoa'kanku, memberikan kasih sayang
dan pengorbanan untukku yang tidak akan pernah terbalaskan. Hanya terimakasih
dan do'a terbaik yang bisa kupanjatkan untuk Bapak dan Ibu, dan mohon maaf
atas kesalahan baik dalam tingkah laku maupun tutur kata anakmu selama ini.

Tujuh saudaraku tercinta Sri Anisah, Debi Triana, Rizqi Fitria, Yusuf Sugiarto,
Ayu Meila, Melda Astika Sari, dan Maya Ameliasari yang selalu memberikan
kritikan, saran, motivasi dan mendo'akanku.

Teman-temanku Aini Nadhilah, Wikan Nurul Aini, Anisa Said, Murni Rokhati,
Anisa Ismawati, dan Hanifa Asma Ayu Pramesthi yang selalu mendukung,
memberi saran, dan mendo'akanku.

Segenap keluarga PERBANKAN SYARIAH angkatan 2015 yang sama-sama
berjuang untuk meraih gelar sarjana strata satu.

Almamater UIN 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: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Z	Zet
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Shad	Sh	Es (dengan titik di bawah)

ض	Dhad	Dh	De (dengan titik di bawah)
ط	Tha'	Th	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zha'	Zh	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	Gh	Ge dan ha
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Min	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostref
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta'Marbutah

Semua *ta'* marbutah ditulis dengan *h*, baik berada pada 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.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	Ditulis	<i>'illah</i>
الأولياء كرامة	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--- َ ---	Fathah	Ditulis	A
--- ِ ---	Kasrah	Ditulis	I
--- ُ ---	Dammah	Ditulis	U
فعل	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يذهب	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	A
جاهلية	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	Ditulis	A
تنسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya' mati	Ditulis	I

كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعِدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
شَكَرْتُمْ لَنَا	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *qamariyyah* maka ditulis menggunakan huruf awal “al”

القرآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* maka ditulis sesuai dengan huruf pertama

Syamsiyyah tersebut

السَّامِ	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشَّمْسِ	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya yang telah memberikan petunjuk dan membimbing umatnya ke jalan yang diridhoi Allah SWT.

Alhamdulillah berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir/skripsi dengan judul “Pengaruh *Service Quality*, *Company Image*, *Customer Trust*, dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Tegal)”. Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir/skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, baik dari segi penulisan, penyusunan maupun isinya. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan.

Tugas skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian tugas akhir/skripsi ini, diantaranya kepada:

1. Prof. Dr. KH. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dian Nuriyah Solissa selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing saya dari awal proses perkuliahan hingga akhir semester.
4. Joko Setyono, SE., M.Si. selaku Kaprodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, mengarahkan, memberikan kritik dan saran serta memberikan motivasi selama penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan selama menempuh pendidikan di kampus tercinta ini.
7. Seluruh pegawai staf TU Prodi, Jurusan, dan Fakultas di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah membantu proses belajar di kampus tercinta ini.
8. Pihak BPRS Suriyah KC Tegal baik pimpinan maupun karyawan yang sudah berkenan dan mengizinkan saya untuk melakukan penelitian di BPRS Suriyah KC Tegal.
9. Suami dan Bidadari kecilku Anton Dwi Kurniawan dan Almeera Mafaza Kurniawan yang menjadi alasan saya harus selalu berjuang dalam mengerjakan penelitian ini.

10. Orang tuaku tercinta Bapak Suparman dan Ibu Meilli Diawati yang selalu memberikan do'a dan motivasi dan penuh rasa sabar dalam mendidikku.
11. Tujuh saudara kandungku dan seluruh keluarga besar saya yang telah memberikan do'a dan dukungan.
12. Kepada Sahabatku, Aini dan Anisa said yang selalu mensuport, memberi saran dan mendoakanku.
13. Kepada teman-teman KKN Pagerharjo Plono Barat yang telah mendukung dan mendo'akanku
14. Keluarga besar perbankan syariah angkatan 2015, yang telah berjuang sama-sama dan saling membantu serta memberikan dukungan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan berkah, rahmat, dan hidayah-Nya serta membalas semua jasa-jasa mereka yang telah banyak membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Besar harapan bagi penulis atas kritik, saran, dan masukan yang membaca berikan untuk perbaikan selanjutnya. Semoga karya ini, dapat memberikan manfaat kepada penulis khususnya dan kepada pembaca pada umumnya. Aamiin.

Yogyakarta, 27 Januari 2020
Penyusun

ADE RUPIANA
NIM.15820010

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
ABSTRAK	xxiv
<i>ABSTRACT</i>	xxv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9

1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Manfaat Penelitian.....	9
D. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Kualitas layanan (<i>Service quality</i>)	12
B. Citra Perusahaan (<i>Company Image</i>).....	14
C. Kepercayaan Nasabah (<i>Customer trust</i>).....	16
D. Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	18
E. Loyalitas (<i>Loyalty</i>).....	22
F. Telaah Pustaka	24
G. Pengembangan Hipotesis	30
H. Model Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Sumber dan Jenis Data	35
C. Waktu dan Tempat	36
D. Populasi dan Sampel	36
E. Definisi Operasional Variabel	38
F. Teknik pengumpulan data.....	42
G. Teknik Pengujian Instrumen	42

1. Uji Validitas	42
2. Uji Realiabilitas.....	43
H. Teknik Analisis Data.....	44
1. Uji Asumsi Klasik	44
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
3. Pengujian Hipotesis.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Profil Responden.....	50
B. Deskriptif Variabel.....	54
C. Uji Validitas dan Reliabilitas	61
1. Uji Validitas	61
2. Uji Reliabilitas.....	63
D. Uji Asumsi Klasik.....	63
1. Uji Normalitas	63
2. Uji Linearitas.....	64
3. Uji Multikolinearitas	65
4. Uji Heteroskedastisitas	66
E. Regresi Linear Berganda	67
1. Persamaan Regresi Linear	67
2. Uji F.....	69

3. Uji t.....	70
4. Uji Koefesien determinasi.....	71
F. Pembahasan	72
1. Pengaruh <i>Service quality</i> terhadap <i>Loyalty</i>	72
2. Pengaruh <i>Company Image</i> terhadap <i>Loyalty</i>	74
3. Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Loyalty</i>	76
4. Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Loyalty</i>	78
BAB V PENUTUP	81
A. Kesimpulan	81
B. Implikasi.....	82
C. Keterbatasan Penelitian	82
D. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Perbankan Syariah	2
Tabel 1.2. Perkembangan BPRS Suriyah Cabang Tegal	6
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	24
Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Pendidikan.....	52
Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	53
Tabel 4.5. Responden Berdasarkan Lama jadi Nasabah.....	53
Tabel 4.6. Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Service quality</i>	54
Tabel 4.7. Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Company Image</i>	55
Tabel 4.8. Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Customer Trust</i>	57
Tabel 4.9. Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Satisfaction</i>	58
Tabel 4.10. Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Loyalty</i>	60
Tabel 4.11. Uji Validitas Item Pernyataan Kuisioner	61
Tabel 4.12. Uji Realibilitas Kuisioner.....	63
Tabel 4.13. Uji Kolmogorov Smirnov	64
Tabel 4.14. Uji Linieritas	65
Tabel 4.15. Uji Multikolinearitas	66

Tabel 4.16. Uji Heteroskedastisitas.....	67
Tabel 4.17. Koefisien Regresi.....	67
Tabel 4.18. Hasil Uji F.....	69
Tabel 4.19. Uji t	70
Tabel 4.20. Koefisien Determinasi.....	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian	34
------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	i
Lampiran 2 : Data Input	iv
Lampiran 3 : Olat Data SPSS.....	xv
Lampiran 4 : Dokumentasi.....	xxxi
Lampiran 5 : Biodata Diri	xxxiv



ABSTRAK

Loyalitas pelanggan pada era persaingan bisnis menjadi perhatian dari berbagai pelaku usaha, termasuk industri perbankan syariah. Pada perbankan syariah loyalitas nasabah menjadi prioritas untuk menjamin keberlanjutan bank syariah tersebut. Berbagai strategi perbankan syariah yang dilakukan untuk membuat nasabah loyal, diantaranya adalah meningkatkan *service quality*, *company image*, *customer trust* dan *satisfaction*. Tujuan penelitian ini adalah menguji faktor-faktor yang mempengaruhi *loyalty* nasabah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Cabang Tegal. Faktor –faktor tersebut adalah *service quality*, *company image*, *customer trust* dan *satisfaction*.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode survey. Responden berjumlah 82 orang yang berasal dari nasabah BPRS Suriyah Cabang Tegal yang dipilih melalui random dan accident sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *service quality*, *company image*, *customer trust* dan *satisfaction* terhadap *loyalty* nasabah BPRS Suriyah Cabang Tegal baik secara simultan. Secara parsial, variabel *service quality*, *company image*, *customer trust* dan *satisfaction* juga berpengaruh terhadap *loyalty*. Hal ini berarti bahwa layanan kinerja, image perusahaan, kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah di BPRS Suriyah Cabang Tegal.

Kata Kunci: *Loyalty*, *service quality*, *company image*, *customer trust*, *satisfaction*.

ABSTRACT

Customer loyalty in the era of business competition to the attention of various businesses, including Islamic banking industry. In Islamic banking customer loyalty it a priority to ensure the sustainability of the Islamic bank. Various strategies of Islamic banking is done to created loyal customers, such as improving service quality, company image, customer trust and satisfaction. The purpose of this study is to examine the factors that affect customer loyalty to he Bank of the people's Islamic Financing (BPRS) Suriyah Tegal Branch. These factors are in service quality, company image, customer trust and satisfaction.

The method used is quantitative research with survey method. The respondent amounted to 82 people from BPRS Suriyah Tegal Branch customers selected through random sampling and accident. Data were collected using a questionnaire. Data were analyzed using multiple linear regression.

The results showed that there is positive and significant correlation between service quality, company image, customer trust and satisfaction of the customer loyalty SRB Tegal Branch Suriyah both simultaneously. Partially, variable service quality, company image, customer trust and satisfaction also affect loyalty. This means that the performance of service, company image, customer trust and customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty in BPRS Suriyah Tegal Branch.

Key Word: *Loyalty, service quality, company image, customer trust, satisfaction.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Maraknya persaingan perbankan syariah di Indonesia menunjukkan dinamika tumbuh dan berkembangnya perbankan syariah di negeri ini. Dalam upaya suatu bank memenangkan persaingan, kualitas layanan dan citra perusahaan merupakan faktor utama yang dinilai dalam hubungan dengan loyalitas nasabah. Dengan citra yang baik akan memberi nilai tambah bagi perusahaan dan juga membuat nasabah loyal (Mulyaningsih dan Suasana, 2016). Berdasarkan pendapat tersebut, dapat dinyatakan bahwa kualitas layanan dan citra perusahaan dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Loyalitas dapat diartikan kesetiaan seseorang atas sesuatu produk baik barang maupun jasa tertentu.

Keunggulan suatu perbankan syariah tergantung pada keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh perbankan syariah tersebut. Suatu jasa seperti perbankan syariah secara spesifik harus memperlihatkan kebutuhan dan keinginan nasabah karena jasa yang diterima dan dirasakan oleh nasabah akan mendapatkan penilaian sesuai atau tidak sesuai dengan harapan dan penilaian pelanggan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 2008).

Perbankan syariah sudah mulai berkembang secara signifikan dan terdapat dinamisasi jumlahnya dalam kurun 5 tahun terakhir. Jumlah BUS pada tahun 2015 ada 12 unit, kemudian bertambah pada tahun 2016 menjadi 13 unit dan

menjadi 14 unit pada tahun 2018 hingga tahun 2019. Jumlah UUS mengalami penurunan karena ada *spin off*, yaitu pada tahun 2015 terdapat 22 unit, turun pada tahun 2016 menjadi 21 unit, kemudian turun kembali menjadi 20 unit pada tahun 2018, namun pada tahun 2019 meningkat lagi menjadi 21 unit UUS. Jumlah BPRS pada tahun 2015 adalah 163 unit, kemudian pada tahun 2016 sampai 2018 mengalami peningkatan masing-masing 1 unit, tetapi pada tahun 2019 terjadi penurunan dari 168 unit ditahun 2018 menjadi 164 unit pada tahun 2019.

Tabel 1.1. Jumlah Perbankan Syariah

JENIS BANK	2015	2016	2017	2018	2019
BUS	12	13	13	14	14
UUS	22	21	21	20	21
BPRS	163	166	167	168	164

Sumber : Statistik Perbankan Syariah 2019

Berkurangnya jumlah unit perbankan syariah di UUS dan BPRS biasanya dikarenakan *spin off*, oleh karena itu menjadikan perlu adanya strategi yang tepat dan efektif untuk dapat mewujudkan bank syariah yang sehat dan kuat secara finansial dan patuh kepada prinsip-prinsip syariah salah satunya dengan memberikan layanan kinerja yang baik sehingga akan menimbulkan citra perusahaan, kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan pada Bank Syariah tersebut dan akhirnya tercipta loyalitas pelanggan.

Dunia perbankan Indonesia saat ini diwarnai dengan persaingan yang semakin ketat. Perjuangan untuk menciptakan bisnis yang berulang dengan nasabah yang sudah ada di tangan menempati titik sentral dalam upaya bank untuk tetap unggul dalam persaingan jangka panjang. Bank Syariah sudah semestinya mempunyai konsep kerja untuk dapat memberikan layanan kinerja

yang berkualitas, dengan demikian akan menimbulkan citra perbankan syariah yang positif, membangun kepercayaan nasabah, dan meningkatkan kepuasan kepada nasabah yang dampaknya akan meningkatkan loyalitas nasabah.

Pemberian pelayanan terbaik kepada nasabah dalam dunia perbankan dapat dilakukan dengan cara tegur sapa yang sopan dan santun. Sikap baik berikutnya adalah mengucapkan terimakasih dengan senyuman, tidak sungkan untuk meminta maaf jika terjadi kesalahan dan tidak mengajak berdebat meskipun nasabah yang salah dan pihak pegawai bank syariah yang benar. Memberikan layanan terbaik sudah menjadi keharusan sebuah perusahaan, dengan layanan terbaik maka perusahaan memiliki *brand* dan *image* perusahaan yang baik.

Perbankan merupakan produk jasa, sehingga konsep kualitas pelayanan menjadi penting dalam bisnisnya. Konsep kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan suatu pembahasan yang sangat kompleks karena penilaian kualitas pelayanan berbeda dengan kualitas produk, terutama sifatnya yang tidak nyata (*intangible*) dan produksi serta konsumsi berjalan secara simultan. Sehingga, kualitas pelayanan adalah bagaimana tanggapan pelanggan terhadap jasa yang dikonsumsi atau dirasakannya (Jasfar,2005:47).

Ukuran kualitas pelayanan (*service quality*) akan lebih merefleksikan kualitas jasa atau pelayanan seperti yang diajukan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985,1988). Hal ini membentuk paradigma dimana harapan konsumen terhadap kualitas jasa mengacu kepada harapan konsumen terhadap penyedia jasa secara umum, sedangkan persepsi terhadap kinerja jasa yang dituju

sifatnya spesifik. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Alfond dan Sherrell (1996), bahwa *service quality* akan menjadi prediktor yang baik bagi kualitas jasa atau pelayanan. Terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan (*service quality*) yang harus dipenuhi yaitu “*Tangibles, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance*” (Parasuraman, dkk., 1988; Kotler, 2008; Darmayanti, 2009)

Pada konteks hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan akan tetap berkelanjutan bertumpu pada citra (reputasi) perusahaan serta kepuasan pada layanan perusahaan kepada pelanggan (Krisyanto, 2009: 22). Ini berarti citra perusahaan sebagai alur penting perusahaan mampu meraih hati nasabah. Citra perusahaan yang baik sangat penting bagi kontinuitas perusahaan, karena akan mengakibatkan pengaruh terhadap seluruh elemen yang ada di dalam perusahaan tersebut. Citra perusahaan merupakan kesan baik terhadap perusahaan yang terbentuk dari proses informasi setiap waktu dari berbagai sumber informasi yang terpercaya (Sri dan Endang, 2014: 15). Dalam industri jasa, variabel company image menjadi penting dari pada sekedar brand image, karena orang akan lebih cenderung melihat bank apa yang mengeluarkan produk dari pada produknya itu sendiri. Sehingga persepsi terhadap image perusahaan penting untuk menjadi tolok ukur dari loyalitas nasabah.

Kepercayaan konsumen sangat di harapkan jika konsumen merasa percaya dengan produk/ jasa yang diberikan akan memberikan dampak positif (Lau dan Lee 1999). Kepercayaan konsumen akan menyampingkan keuntungan pribadi tetapi lebih kepada keuntungan kedua belah pihak dan akan berdampak jangka

panjang pada loyalitas konsumen atau nasabah. Hal ini berarti loyalitas nasabah perbankan dapat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan nasabah (*customer trust*) terhadap perbankan tersebut.

Faktor lain pembentuk loyalitas adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan konsumen merupakan aspek yang harus di perhatikan, jika konsumen merasakan puas dengan pelayanan yang diberikan akan memberikan dampak yang positif (Kotler 2008). Loyalitas konsumen sangat menentukan kelangsungan dan perkembangan bank syariah di masa yang akan datang.

Menurut Dharmamesta dan Irawan (2008), loyalitas pelanggan mempunyai arti kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap merek, mempunyai komitmen terhadap produk tersebut dan bermaksud meneruskan pembeliaannya dimasa mendatang dengan ciri-ciri memberikan informasi positif terhadap orang lain, tidak pindah merek lain, frekuensi pembelian, dan kemudahan mendapatkan produk. Loyalitas di tandai dengan pembelian ulang yang di lakukan terus menerus oleh konsumen dengan merek produk atau jasa yang sama akan menunjukkan loyalitas konsumen terhadap suatu merek menurut (Sumarwan 2002:325) dengan loyalitas konsumen, akan membuat konsumen kembali untuk melakukan pembelian ulang.

PT. BPRS Suriyah yaitu sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan syariah di Jawa Tengah dengan kantor pusat berada di Cilacap. PT. BPRS Suriyah didirikan pada tanggal 6 Januari 2005 dengan Akte Notaris Naimah, SH, MH Nomor 3 tanggal 6 Januari 2005 di Cilacap dengan Visi menjadi BPRS yang kompetitif, efisien dan memenuhi prinsip kehati-hatian.

BPRS Suriyah mulai beroperasi menjalankan kegiatan usaha dibidang perbankan syariah sejak tanggal 1 April 2005 setelah mendapat salinan Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.7/14/KEP.GBI/2005 tanggal 21 Maret 2005. Selain kantor pusat yang ada di Cilacap, saat ini BPRS Suriyah memiliki kantor kas 6 unit dan 5 kantor cabang (Semarang, Cilacap, Kudus, Tegal, Pekalongan).

Pada tahun 2015 tepatnya tanggal 12 Januari 2015 BPRS Suriyah membuka Cabang di Kabupaten Tegal yang beralamatkan di Jl Ahmad Yani No.53 Slawi, Kabupaten Tegal. Sampai saat ini BPRS Suriyah Cabang Tegal telah beroperasi di Kabupaten Tegal lebih dari 4 tahun dan menunjukkan trend positif dengan pertumbuhan jumlah nasabah yang ada.

Tabel 1.2. Perkembangan BPRS Suriyah Cabang Tegal

No	Tahun	Jumlah Nasabah (orang)	Total Asset (Milyar)	Pembiayaan (Milyar)	Dana Pihak Ketiga (Milyar)
1	2015	323	6,255	4,864	1,379
2	2016	538	9,969	8,464	2,076
3	2017	773	11,677	9,240	4,425
4	2018	1.071	17,803	13,628	4,604
5	2019	1.533	21,684	17,478	8,588

Sumber: BPRS Suriyah Cabang Tegal

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa kondisi BPRS Suriyah cabang Tegal selama 5 tahun terakhir. Untuk jumlah nasabah selalu bertambah setiap tahunnya sampai akhir tahun 2019 mengalami kenaikan yang signifikan yaitu dari tahun 2018 berjumlah 1.071 orang menjadi 1.533 orang pada tahun 2019. Untuk perkembangan total aset, pembiayaan dan dana pihak ketiga mengalami trend positif yaitu semuanya meningkat setiap tahunnya.

Perkembangan BPRS Suriyah secara umum maupun BPRS Suriyah Cabang Tegal tidak lepas dari *service quality* yang dilakukan oleh Bank Suriyah sebagai komitmen untuk memberikan pelayanan efisien dan kompetitif seperti yang ada di visi perusahaan. Sehingga kualitas layanan dapat menyebabkan orang loyal atau setia. Faktor lain yang menjadi pertimbangan pertumbuhan nasabah juga dikarenakan oleh image perusahaan (*company image*) yang mampu dijaga dengan positif oleh BPRS Suriyah Cabang Tegal, sehingga trend peningkatan jumlah nasabah berlanjut sampai saat ini. Sehingga *company image* juga memberikan pengaruh terhadap loyalitas. Masyarakat sudah terlanjur percaya dengan BPRS Suriyah mampu menjadi mitra penting dalam usaha, karena sebagian besar merupakan pedagang atau wiraswasta sehingga hal ini yang menjadi kepercayaan konsumen (*customer trust*) menjadi baik, sehingga mampu membuat nasabah loyal. Hal penting yang menjadikan nasabah loyal pada perusahaan BPRS Suriyah Cabang Tegal adalah perusahaan mampu memberikan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) melalui berbagai cara.

Perkembangan BPRS Cabang Tegal dalam 4 tahun terakhir yang mempunyai trend positif membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh terkait hal-hal yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah BPRS Suriyah Cabang Tegal. Loyalitas nasabah merupakan hal yang penting dalam sebuah perusahaan agar tidak kehilangan nasabah, karena nasabah merupakan asset dalam perusahaan yang berharga dan menentukan hidup mati perusahaan di masa yang akan datang. Namun meskipun trend positif yang terjadi, tetapi masalah loyalitas masih menjadi masalah yang harus ditingkatkan agar

perkembangan perusahaan semakin cepat. Harapan perusahaan loyalitas nasabah perlu ditingkatkan karena kenyataanya masih kurang mampu mendorong kecepatan perkembangan perusahaan. Hal ini berarti masih ada gap antara harapan dengan kenyataan terkait loyalitas nasabah. Untuk meningkatkan loyalitas tersebut, maka perlu diketahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Oleh karena itu peneliti akan menguji variabel *service quality*, *company image*, *customer trust* dan *customer satisfaction*.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh *Service Quality*, *Company Image*, *Customer Trust* dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Tegal)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* nasabah di BPRS Suriyah Cabang Tegal?
2. Apakah *company image* berpengaruh terhadap *customer loyalty* nasabah di BPRS Suriyah Cabang Tegal?
3. Apakah *customer trust* berpengaruh terhadap *customer loyalty* nasabah di BPRS Suriyah Cabang Tegal?
4. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty* nasabah di BPRS Suriyah Cabang Tegal?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut.

- a. Untuk menjelaskan pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* nasabah di BPRS Suriyah Cabang Tegal.
- b. Untuk menjelaskan pengaruh *company image* terhadap *customer loyalty* nasabah di BPRS Suriyah Cabang Tegal.
- c. Untuk menjelaskan signifikan pengaruh *customer trust* terhadap *customer loyalty* nasabah di BPRS Suriyah Cabang Tegal.
- d. Untuk menjelaskan signifikan pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* nasabah di BPRS Suriyah Cabang Tegal.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil temuan penelitian ini diharapkan dapat memperkuat penelitian sebelumnya dan menjadi referensi bagi peneliti lain yang bermaksud mengkaji masalah yang berkaitan dengan *service quality*, *company image*, *customer trust*, *customer satisfaction*, dan *customer loyalty* dimasa yang akan datang sehingga dapat memperkaya temuan-temuan yang sesuai dengan penelitian ini.

b. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu masukan dan sumbangan pemikiran bagi BPRS Suriyah Cabang Tegal

untuk menentukan langkah-langkah selanjutnya dalam menghadapi masalah mengenai apa yang mempengaruhi loyalitas khususnya pada BPRS Suriyah Cabang Tegal.

c. Kontribusi Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau masukan bagi perusahaan perbankan ataupun BMT dalam menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan dan mempertahankan loyalitas nasabah.

D. Sistematika Pembahasan

Secara garis besar, sistematika pembahasan menggambarkan alur penulisan laporan penelitian dari awal hingga akhir tulisan. Masing-masing bagian dapat diuraikan secara garis besar sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Pada bagian awal ini meliputi: halaman sampul, halaman judul, halaman pengesahan skripsi, halaman persetujuan skripsi, halaman pernyataan keaslian, halaman persetujuan publikasi karya ilmiah, halaman motto dan persembahan, pedoman transliterasi, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel dan daftar gambar, serta abstrak.

2. Bagian Isi

a. Bab I Pendahuluan

Pada bagian ini membahas latar belakang penelitian yaitu uraian tentang latar belakang masalah yang akan diteliti, urgensi atau pentingnya penelitian, dan kontribusi penelitian, selanjutnya membahas tentang

rumusan masalah yang akan diteliti, tujuan penelitian serta kegunaan atau manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

b. Bab II Landasan Teori

Pada bab ini membahas tentang landasan teori yang digunakan dan relevan dengan penelitian ini, telaah pustaka penelitian terdahulu yang serupa dan relevan, serta kerangka teoritik dan pengembangan hipotesis berupa pemaparan dugaan sementara terhadap penelitian ini.

c. Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisikan metode penelitian yang dijabarkan pada jenis penelitian, cara pengumpulan data, sampel dan teknik sampling, variabel dan pengukurannya serta metode analisis data yang akan dilakukan untuk menjawab hipotesis.

d. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bagian ini membahas tentang hasil-hasil penelitian, berupa deskripsi data penelitian, hasil pengolahan data serta pembahasan hasil yang dikaitkan dengan teori yang digunakan dan penelitian terdahulu.

e. Bab V Penutup

Pada bab ini terdiri dari hasil kesimpulan penelitian, keterbatasan yang dimiliki dalam penelitian ini, dan saran terhadap penelitian selanjutnya.

3. Bagian Akhir

Pada bab akhir ini berisi tentang daftar pustaka yaitu acuan yang digunakan dalam penelitian, dan lampiran berisi informasi tentang kuesioner penelitian, data hasil penelitian serta data hasil pengolahan SPSS.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh *service quality* terhadap loyalitas nasabah BPRS Suriyah Cabang Tegal. Hal ini disebabkan layanan kinerja yang diwujudkan pada kualitas pelayanan BPRS Suriyah dapat dirasakan oleh para nasabah, sehingga dengan demikian nasabah merasa dihargai dan diperhatikan. Kinerja yang berkualitas pada akhirnya mampu membuat nasabah kembali lagi atau loyal terhadap BPRS Suriyah Cabang Tegal.
2. Terdapat pengaruh *Company image* terhadap loyalitas nasabah BPRS Cabang Tegal. Hal ini disebabkan nama baik atau image perusahaan akan mampu menarik orang untuk datang dan menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan. *Company image* BPRS Suriyah Cabang Tegal selama ini masih dianggap baik oleh sebagian warga Tegal, terutama para nasabah. Nama baik ini kemudian membuat pelanggan tetap menggunakan jasa BPRS Suriyah Cabang Tegal.
3. Terdapat pengaruh *Customer Trust* terhadap loyalitas nasabah BPRS Suriyah Cabang Tegal. Kepercayaan pelanggan diperoleh dalam waktu yang relatif lama, pelayanan yang diterima serta nama baik yang terus dijaga. Kepercayaan nasabah terbukti mampu membuat nasabah bertahan untuk menjadi nasabah atau bersikap loyal terhadap produk dan perusahaan.

4. Terdapat pengaruh *Satisfaction* terhadap loyalitas nasabah BPRS Suriyah Cabang Tegal. Hal ini ditunjukkan kepuasan nasabah menggunakan jasa perbankan yang tinggi mampu mendorong untuk tetap setia menjadi nasabah BPSR Suriyah. Kepuasan pelanggan terhadap produk dan pelayanan karyawan dalam waktu yang lama akan membuat pelanggan loyal yang bisa jadi ditunjukkan pada ajakan kepada orang lain.

B. Implikasi

Hasil penelitian ini baik secara simultan maupun secara parsial, bahwa loyalitas terbukti dipengaruhi oleh *service quality*, *company image*, *customer trust* dan *satisfaction*. Hasil ini dapat diimplikasikan oleh BPRS Suriyah Cabang Tegal dengan memperbaiki kebijakan terkait kualitas pelayanan kepada pelanggan, meningkatkan reputasi dan nama baik perusahaan dengan berbagai upaya internal dan eksternal. Perusahaan juga perlu meningkatkan kepercayaan pelanggan agar kepuasan pelanggan juga naik sehingga dengan demikian loyalitas akan ikut naik.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai keterbatasan, diantaranya adalah:

1. Nasabah yang ditemui pada saat survey merupakan nasabah berasal dari karyawan dan wiraswasta pada jam-jam kerja mereka. Hal ini membuat pengisian kuesioner dilakukan dengan tergesa-gesa sehingga rentan akan bias atau kurang serius.

2. Penelitian ini hanya dilakukan kepada kepada nasabah BPRS Suriyah Cabang Tegal, sehingga tidak dapat digeneralisir pada nasabah di lain daerah.
3. Penelitian ini hanya mengukur variabel *service quality*, *company image*, *customer trust dan satisfaction*, sementara itu faktor pengaruh loyalitas masih banyak, diantaranya adalah promosi, kualitas produk, strategi pengeluaran.

D. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat disarankan untuk penelitian ke depan dapat dilakukan di tempat atau cabang BPRS Suriyah yang berbeda dan dengan responden masyarakat umum yang lebih beragam, juga dengan variabel lain yang belum di uji dalam penelitian ini (misalnya: promosi, kualitas produk, strategi pengeluaran).

Saran peneliti terhadap BPRS Suriyah Cabang Tegal terkait dengan hasil penelitian ini adalah untuk meningkatkan loyalitas merek atau produk perbankan diperusahaannya, maka kepuasan pelanggan harus ditingkatkan melalui peningkatan layanan berbasis pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas fisik kantor cabang baik interior maupun eksterior, meningkatkan kualitas pelayanan melalui perilaku karyawan yang menyenangkan, meningkatkan citra perusahaan agar dapat diidentifikasi oleh pelanggan sebagai banknya “pedagang atau karyawan”.

DAFTAR PUSTAKA

- Alford dan Sherrell. 1996. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing* (Vol.4, p.1).
- Baloglu, S. 2002. *Dimension of Customer Loyalty: Separating Friends from Well Wisher*. USA: Cornell University.
- Barata, A.A. 2006. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Bolton, R. N., & Drew, J. H. 1991. A multistage model of customers' assessments of service quality and value. *Journal of consumer research*, 17(4), 375-384.
- Brown, T. J., Churchill Jr, G. A., & Peter, J. P. 1993. Research note: improving the measurement of service quality. *Journal of retailing*, 69(1), 127.
- Buchari, Alma. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Dharmamesta dan Irawan, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi II*, Yogyakarta: Liberty.
- Dharmayanti, D. 2010. Analisis dampak service performance dan kepuasan sebagai moderating variable terhadap loyalitas nasabah (Studi pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya). *Jurnal manajemen pemasaran*, 1(1).
- Engel, James F., Roger D. Blackwell & Paul W. Miniard, 1994. *Perilaku Konsumen, Jilid Satu, Terjemahan*, Jakarta: Binarupa Aksara.
- Gendro. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta:
- Ghozali, Imam. 2011. *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gotlieb, J. B., Grewal, D., & Brown, S. W. 1994. Consumer satisfaction and perceived quality: complementary or divergent constructs?. *Journal of applied psychology*, 79(6), 875.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Griffin, jill. 2002. *Costomers Loyalty (menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan)*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Husein, Umar, 2004. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis, Cet ke 6*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Istikomah. 2018. Pengaruh Brand Image dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BNI Syariah Cabang Fatmawati Jakarta. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah* (6), 1, 78 - 92
- Jasfar, Farida. 2009. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Jundiani. 2009. *Pengaturan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*. Malang: UIN-Press
- Kasali, R. 2003. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Grafiti.
- Kasmir. 2008. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kotler dan Amstrong, 2007. *Dasar-dasar Pemasaran edisi Sembilan*. Ahli Bahasa: Drs Alexander Sindoro. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, P., and Keller, K.L., 2009. *Marketing Management* (13th ed.), New Jersey : Pearson Prentice Hall,.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller 2012. *Manajemen Pemasaran, Terjemahan*, Jakarta: PT. Prenhallindo.

- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid Satu. Terjemahan, Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kurniawan, Okki Lutfi. 2011. Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Reputasi Perusahaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Perusahaan Otobus Raya Jurusan Solo-Jakarta). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi UGM Yogyakarta.
- Lau, Geok Theg dan Lee, Sook Han. 1999. Consumer Trustin Brand and The Link to Brand Loyalty, *Journal of Market Focused Management*, Vol 4.
- Lupiyoadi, Rambat. 2003. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat:.
- Maddy, Khairul. 2009. *Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima*. Jakarta: Kata Buku
- Mowen, J.C. dan Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*.Yahya, D.K. Penerjemah; Mahanani, N. Penyunting. Jakarta. Erlangga.
- Muhamad. 2011. *Audit & Pengawasan Syariah Pada Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press
- Mulyana, M., & Sufiyanor, S. 2017. Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Majalah Ilmiah Sultan Agung*, 45(119), 73-90.
- Mutmainnah. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* (10) 2, 201-216.
- Nanle, M., Awolusi Olawumi Dele & Akinsuru Sydney. 2015. Effect of Marketing Strategy on Customer Loyalty in the Nigerian Oil and Gas Industry: The Mediating Role of Consumer Perceived Value. *International Journal of Investment Management and Financial Innovations*. Vol. 1, No. 4, pp. 94-104.

- Narimawati, U. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta:
- Nugroho, S.I. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Kencana
- Pambudi, B. S. (2008). Pengaruh Kinerja Pelayanan (Service Performance) Terhadap Loyalitas Dengan Variable Antara Kepuasan Konsumen Nasabah Bank Jatim. *Jurnal Neo-Bis*, 2(1), 71-82.
- Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. 1985. Problems and Strategies in Services Marketing. *Journal of Marketing*, Vol. 49 (Spring), Hal 33-46.
- Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. 1988. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, Vol. 64 (Spring), Hal 12-40
- Pramono, Yuiar Eko. 2015. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kekuatan, Merek, Kepuasan dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Unpublished *Skripsi S1*. Univesitas Sarjanawiyata Tamansiswa.
- Rahmayanty, Nina. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sedarmayanti. 2006. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung: Mandar Maju
- Sekaran, U. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Edisi 4*. Penerbit Salemeba Empat, Jakarta.
- Septia, R. 2013. Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan atas Pengembangan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Honda Vario Techno di Kabupaten Pasaman Barat. *Jurnal Manajemen Universitas Padang*. 3 (11)
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Probability Sampling dan Nonprobability Sampling*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

- Sugiyono. 2011. *Metode Penulisan Bisnis. Cetakan keempat belas*. Bandung. Penerbit Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Supriyadi, S., & Marlien, M. 2013. Analisis Kepercayaan, Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi pada Kreditur Pd. Bkk Dempet Kota Kabupaten Demak). *In Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Unisbank 2015*. Stikubank University.
- Sutojo, Siswanto, 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.
- Teas, Kenneth R. 1994. Retail services image measurement: an examination of the stability of a numerical comparative scale. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 4(4), 427-442.
- Tjiptono, F dan G. Chandra. 2003. *Service, Quality, dan Satifaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu media publishing.
- Utami, M., Handayani, T., dan Pusporini. 2019. Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah. *Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMAEE) Proceeding*. 2 (2), 170-178.
- Yunus, Jamal Lulail. 2009. *Manajemen Bank Syariah*. Malang: UIN Malang Press.