

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS NASABAH  
TABUNGAN DI BANK SYARIAH**

**(Study Kasus Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta)**



**OLEH :**

**YUNITA MIFTAKHUL USTANTINA**

**NIM: 08390051**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU  
DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

**PEMBIMBING :**

- 1. JOKO SETYONO, S E, M Si**
- 2. M KURNIA RAHMAN ABADI, S E, M M**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2012**

## ABSTRAK

Perbankan merupakan sektor yang besar pengaruhnya dalam aktifitas perekonomian masyarakat modern. Baik buruknya industri perbankan akan banyak ditentukan oleh baik tidaknya struktur yang dibuat pihak manajemen. Seiring dengan semakin ketatnya dunia bisnis saat ini, maka semakin sulit bagi sebuah perusahaan perbankan untuk tetap eksis dan dapat menjaga kesetiaan dari para nasabahnya agar tidak berpindah ke perusahaan jasa perbankan lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel produk, bagi hasil, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah sebagai variabel moderating secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta. Pengujian ini menggunakan uji regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 17. Metode pengumpulan data berupa kuesioner yang telah disebarluaskan kepada nasabah yang dijadikan sebagai responden sebanyak 100 nasabah.

Hasil Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan menggunakan *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,065 atau 6,5% variansi loyalitas dapat dijelaskan oleh variansi dari keempat variabel independen (produk, bagi hasil, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah), sedangkan sisanya ( $100\% - 6,5\% = 93,5\%$ ) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Hasil Uji Silmutan (Uji F) diperoleh nilai F sebesar 2,709 dengan probabilitas tingkat signifikan sebesar 0,035 dimana nilai sig < 0,05. ( $0,035 < 0,05$ ), hal ini menunjukkan terdapat pengaruh antara variabel persepsi produk, harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah sebagai variabel moderating terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari keempat variabel (produk, bagi hasil, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah) hanya variabel bagi hasil yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci: Produk, bagi hasil, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah sebagai variabel moderating, dan Loyalitas

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Yunita Miftakhul Ustantina

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum  
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 Saudari:

Nama : Yunita Miftakhul Ustantina  
NIM : 08390045  
Judul Skripsi : **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan di Bank Syariah (Study Kasus Pada Bank BNI Syariah Yogyakarta)**

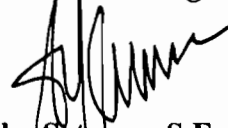
Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum Program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini mengharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 25 Dzulhijjah 1433 H  
11 Oktober 2012 M

Pembimbing I



**Joko Setyono, S E, M Si**  
NIP. 19730702 200212 1 003

**SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

Hal : Skripsi Saudari Emi Kurniasih

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum  
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 Saudari:

Nama : Yunita Miftakhul Ustantina  
NIM : 08390051  
Judul Skripsi : **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan di Bank Syariah (Study Kasus Pada Bank BNI Syariah Yogyakarta)**

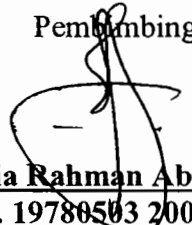
Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum Program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini mengharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 25 Dzulhijjah 1433 H  
11 Oktober 2012 M

Pembimbing II

  
**M Kurnia Rahman Abadi, S E, M M**  
NIP. 19780503 200604 1 002

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nomor : UIN. 02/K.KUI-SKR/PP.009/244/2012

Skripsi/tugas akhir dengan judul :

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS NASABAH  
TABUNGAN DI BANK SYARIAH (Study Kasus Pada Bank BNI Syariah  
Kantor Cabang Yogyakarta)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nama : Yunita Miftakhul Ustantina

NIM : 08390051

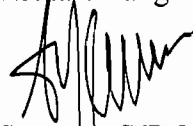
Telah dimunaqasyahkan pada : 17 Oktober 2012

Nilai : A/B

dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga

**TIM MUNAQASYAH :**

Ketua Sidang



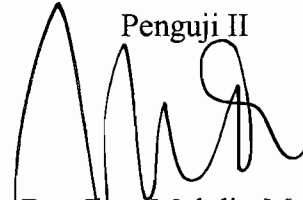
Joko Setyono, S E, MSi  
NIP. 19730702200212 1 003

Penguji I



Drs. A. Yusuf Khoiruddin, S E, MSi  
NIP 19661119 199203 1 002

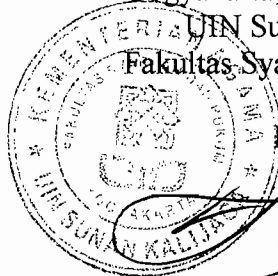
Penguji II



Drs. Ibnu Muhsin, M. Ag  
NIP 19641112 199203 1 006

Yogyakarta, 17 Oktober 2012

UIN Sunan Kalijaga  
Fakultas Syari'ah dan Hukum



Dekan

Noorhaidi, MA, M. Phil., Ph.D  
NIP. 19711207 199503 1 002

## SURAT PERNYATAAN

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yunita Miftakhul Ustantina  
NIM : 08390051  
Fakultas/Jurusan : Syari'ah dan Hukum/Keuangan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan di Bank Syariah (Study Kasus Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta)**” 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 *footnote* atau 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.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Yogyakarta, 25 Dzulhijah 1433 H  
11 Oktober 2012M

Mengetahui,  
Ka. Prodi Keuangan Islam



Drs. Slamet Khilmi, M.Si  
NIP. 19631014 199203 1 002

Penyusun



Yunita Miftakhul Ustantina  
NIM. 08390051

## MOTTO

*“Saat kamu terjatuh, tersenyumlah. Karena orang yg pernah jatuh adalah orang yg sedang berjalan menuju keberhasilan.”*

Beraniilah untuk bermimpi, dan beranikan dirimu untuk mewujudkan semua impianmu. Karena impian tidak akan tercapai tanpa keberanian.

(Mario Teguh)

Jika kamu berfikir mampu melakukan sesuatu, maka lalukanlah.... Karena, jika kamu yakin mampu melakukannya, maka kamu dapat melakukan dan mewujudkannya.

## PERSEMBAHAN

*Skripsi ini saya persembahkan kepada:*

*Alloh SWT sebagai wujud rasa syukur Hamba kepada Tuhannya  
BapakKu Abu Supiyan dan IbuKu Sukini Tercinta,  
KakangMasku Saeroni, Kang Imam, Mbakyu-MbakyuKu (Suliyah, Latifah,  
Muslimah, Muslikah, Lika, dan Itun), Adikku Nihaya, Apryan Yusuf  
yang senantiasa menasehatiku, membimbingku, serta mendo'akanku dengan tulus  
hingga saat ini.*

Untuk Kawan-kawan seperjuanganKu di KUI 08 dan  
di BEM J KUI Periode 09-10/ 10-11

Almamaterku

UIN SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين، أشهد أن لا إله إلا الله وأشهد أن محمداً عبده ورسوله.  
اللهم صل و سلم على أشرف الانبياء والمرسلين، وعلى اله و صحبه أجمعين.

Puji Syukur dengan menyebut *asma* Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur hanya kepada Allah SWT atas segala hidayah-Nya, Limpahan rahmat dan salam semoga tetap tumpah ke arah junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita semua menuju jalan kebenaran dan kebahagiaan. Dengan terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari dorongan dari orang yang ada disekitar penyusun dalam memberikan ruang dan waktunya, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Penyusun ucapkan beribu-ribu terimakasih kepada semua yang telah memberikan bantuan dan meringankan beban penulis baik nasehat maupun dorongan serta do'a dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu penulis secara khusus mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Musa Asy'arie selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Noorhaidi, M.A., M.Phil., Pd.D selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Drs. Slamet Khilmi, M.Si selaku Ketua Prodi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Bapak Joko Setyono, S.E., M Si selaku pembimbing I dan Bapak, M. Kurnia Rahman Abadi, S.E., MM selaku pembimbing II, selaku Dosen pembimbing Akademikku yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatian, serta dengan kesabaran dan ketelitiannya dalam membimbing penyusun.
5. Para Dosen Program Studi Keuangan Islam dan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Seluruh staf dan karyawan khususnya di bagian Tata Usaha Program Studi Keuangan Islam dan umumnya Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga.
7. Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga atas ketersediaan referensi dan data penelitian sehingga tercapai kelancaran skripsi ini.
8. Untuk Bapakku Abu Supiyan, dan Ibuku Sukini, yang selama ini telah membimbingku, mendo'akanku untuk sujud panjang, setiap do'a yang terlantun harap yang tersimpan, peluh yang tertetes untukku.
9. Abangku Saeroni, dan Mbak Iparku, terimakasih yang sebesar-besarnya atas dukungan kalian, dari segi moril maupun materil, dan yang selalu mengagantikan posisi Ibu dan Bapak selama aku berada di kota ini.
10. KakangKu Imam, Mbakku Ibu Itun, Masku Witono, Mbakku Suliyah, Latifah, Muslimah, dan Muslikah, serta keponakan-keponakannku, Shima Kerenza, Shaifa Feluna, Davis, Gunthur, Benthari, Andy, dan Arifn yang selalu mengingatkanku untuk menjadi lebih dewasa. Keluarga di Yogyakarta dan di Tulungagung yang telah banyak membantu dan selalu memberi dukungan.

11. Mas Apryan Yusuf, yang selalu senantiasa menungguku, memberikan *support*-nya untukku dan menemani setiap hari-hariku dari awal kuliah hingga saat ini.
12. Untuk sahabat-sahabatku ( Ernie, Ucix, Iva) Temen-temen seperjuangan KUI 08 (Fajar, Prayetno, Hani, Iis Aisyah, Meme, Desi, Wulan, Dheni, Yuni Puspita, Faiz, husnan, Uhd, Ema, Maksu dll) dan temen-temen semuanya yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas *support*-nya.

Kepada mereka semua penyusun hanya dapat mengucapkan *jazakumullahu khairan katsira*. Semoga Allah senantiasa melimpahkan rahmat, hidayah dan ampunan-Nya. Pada akhirnya penyusun menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kelemahan dan kekurangan, karena itu kritik serta saran yang membangun sangat penyusun harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penyusun khususnya dan bagi seluruh umat manusia umumnya. Amin.

Yogyakarta, 24 Dhulhijjah 1433 H  
11 Oktober 2012 M

Penyusun

Yunita Miftakhul Ustantina  
NIM. 08390051

## 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	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Sā'	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	Hā'	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Zāl	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sād	ś	es (dengan titik di bawah)
ض	dād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	tā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	zā'	ẓ	zet (dengan 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
م	mim	m	‘em
ن	nun	n	‘en
و	wāwū	w	w
هـ	hā’	h	ha
ء	hamzah	‘	apostrof
ي	yā’	y	ye

### B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah ditulis Rangkap

متعددة	ditulis	Muta’addidah
عدة	ditulis	‘iddah

### C. Ta’ marbutah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	Hikmah
علة	ditulis	‘illah

(Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang ‘al’, serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	ditulis	Karāmah al-auliyā’
----------------	---------	--------------------

3. bila ta’ marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t atau h.

زكاة الفطر	ditulis	Zakāh al-fitri
------------	---------	----------------

### D. Vokal Pendek

ـَ	Fathah	Ditulis	A
فعل	Fathah	Ditulis	fa’ala
ـِ	Kasrah	Ditulis	I

ذِكْرٌ	Kasrah	Ditulis	zūkira
،	Dammah	Ditulis	U
يَذْهَبُ	Dammah	Ditulis	Yazhabu

### E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif جَاهِلِيَّة	Ditulis	a
		Ditulis	jāhiliyyah
2	Fathah + ya' mati تَنْسَى	Ditulis	a
		Ditulis	tansā
3	Kasrah + ya' mati كَرِيم	Ditulis	i
		Ditulis	karim
4	Dammah + wawu mati فُرُوض	Ditulis	u
		Ditulis	Furūd

### F. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya mati بَيْنَكُمْ	Ditulis	ai
		Ditulis	bainakum
2	Fathah + wawu mati قَوْل	Ditulis	au
		Ditulis	qaul

### G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan apostrof

الْأَنْتُمْ	Ditulis	a'antum
أَعْدَات	Ditulis	u'iddat
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	lain syakartum

## H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* ditulis dengan menggunakan huruf awal “l”

القرآن	<b>Ditulis</b>	Al-Qur'ān
القياس	<b>Ditulis</b>	Al-Qiyās

2. Bila diikuti huruf *syamsiyyah*, ditulis dengan menggandengkan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya serta menghilangkan huruf l-nya

الشمس	<b>Ditulis</b>	Asy-Syams
السماء	<b>Ditulis</b>	As-Samā'

## I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوي الفروض	<b>Ditulis</b>	Zawi al-Furūd
اهل السنة	<b>Ditulis</b>	Ahl as-Sunnah

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN .....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	xii
DAFTAR ISI .....	xvi
DAFTAR TABEL .....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Telaah Pustaka.....	9
F. Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>13</b>
A. Produk .....	13
B. Bagi Hasil .....	15
C. Kualitas Pelayanan .....	15



D. Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Moderating .....	20
E. Loyalitas .....	22
F. Hipotesis.....	28
1. Pengaruh Produk terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai variabel Moderating .....	28
2. Pengaruh bagi hasil terhadap Loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel Moderating .....	29
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel Moderating .....	30
4. Pengaruh Kepuasan Nasabah sebagai moderating terhadap Loyalitas .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	33
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	33
C. Definisi Operasional Variabel .....	34
D. Sumber Data .....	35
E. Tehnik Pengambilan Sampel.....	37
F. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	38
G. Tehnik Analisis Data .....	39
1. Uji Asumsi Klasik.....	39
2. Uji Regresi dengan variabel Moderating .....	43
H. Gambaran Penelitian .....	44
<b>BAB IV ANALISIS PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>

A. Analisis Deskriptif.....	48
B. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	50
C. Asumsi Klasik .....	53
D. Analisis Regresi dengan Variabel Moderating.....	59
E. Pengujian Hipotesis .....	62
F. Analisis Deskriptif.....	70
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>80</b>
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Distribusi Freskuensi Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia .....	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	49
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menabung .....	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas variabel terikat.....	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas variabel bebas.....	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Autokorelasi.....	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolonieritas.....	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Perhitungan Koefisien Determinasi.....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Silmutan (Uji F).....	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	61
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi dan Analisis Moderating.....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Hubungan Antara Variabel .....	39
Gambar 4.1 Grafik Plot Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	60

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran Kuesioner

Lampiran Daftar Jawaban Kuesioner Responden

Lampiran Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran Regresi Moderating

Lampiran Terjemah Al-Qur'an

Lampiran Curriculum Vitae

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Distribusi Freskuensi Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia .....	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	50
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menabung .....	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas variabel terikat.....	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas variabel bebas.....	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Autokorelasi.....	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolonieritas .....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Perhitungan Koefisien Determinasi.....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Silmutan (Uji F).....	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	62
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi dan Analisis Moderating .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Hubungan Antara Variabel .....	36
Gambar 4.1 Grafik Plot Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran I Kuesioner

Lampiran II Daftar Jawaban Kuesioner Responden

Lampiran III Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran IV Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran V Regresi Moderating

Lampiran VI Terjemah Al-Qur'an

Lampiran VII Curriculum Vitae



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada dawarsa 1970-an industri perbankan semakin berkembang, hal itu sejalan dengan adanya perubahan diranah hukum dan teknologi yang cukup berpengaruh terhadap perbankan secara umum. Pada dawarsa tersebut industri perbankan menduduki peringkat yang lebih tinggi daripada dekade sebelumnya. Perbankan berupaya untuk meningkatkan ketrampilan teknologi dalam perencanaan bank, riset dan informasi pasar, program pemasaran yang terpadu, hubungan masyarakat dan lainnya. Di pihak nasabah juga terjadi perubahan akan kebutuhan 1 juni 1983 atau yang dikenal dengan *Non Ceileng Policy*.

Adanya perubahan situasi ekonomi ini sangat terasa terutama di lingkungan bank-bank swasta nasional, sehingga sektor perbankan dituntut untuk berbuat seperti halnya bank-bank di luar negeri, yaitu memberikan kepada nasabah berbagai peningkatan pelayanan, perluasan berbagai peralatan baru yang memungkinkan. Untuk itu diperlukan aparat perbankan yang kreatif dan inovatif, sistem administrasi dan pola manajemen yang dimanis. Seperti telah disebut di muka bahwa, layanan bank merupakan layanan jasa

profesioanal. Merupakan sifat yang hakiki apabila pelayanan nasabah dilaksanakan secara konsisten, berdaya guna dan berhasil guna. Masyarakat atau calon nasabah akan terlebih dahulu melihat apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan mereka sebelum melakukan pembelian. Oleh sebab itu dalam setiap pasar akan terdiri dari kelompok-kelompok pembeli dengan kebutuhan, gaya dan reaksi yang berbeda-beda terhadap variasi penawaran jasa-jasa bank.<sup>1</sup>

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.<sup>2</sup> Jasa merupakan segala aktivitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh suatu kelompok kepada yang lainnya, yang pada dasarnya tidak nyata dan tidak berakibat kepemilikan apapun. Nilai pelanggan merupakan selisih antara nilai yang diperoleh pelanggan dengan memiliki dan menggunakan suatu produk, dengan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh produk tersebut. Sedangkan kepuasan bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai, relatif terhadap harapan pembeli. Jika kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembeli tidak terpuaskan. Jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan, pembeli terpuaskan. Jika kinerja melebihi yang diharapkan, pembeli lebih senang. Perusahaan pemasaran terkemuka akan mencari cara sendiri untuk mempertahankan kepuasan

---

<sup>1</sup> Sentot Imam Wahyono. "*Manajemnen Pemasaran Bank*." (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2001) hlm. 26.

<sup>2</sup> Kotler dan Armstrong . "*Prinsip-Prinsip Pemasaran*." (Jakarta: Erlangga, Ed.8. 2011) hlm.7.

pelanggannya. Pelanggan yang merasa puas akan kembali membeli, dan mereka akan memberitahu yang lain tentang pengalaman baik mereka dengan produk tersebut. Kuncinya adalah menyesuaikan harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan. Perusahaan yang pintar bermaksud untuk memuaskan pelanggan dengan hanya menjanjikan apa yang dapat mereka berikan, kemudian memberikan lebih banyak dari yang mereka janjikan.

Kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan kualitas. Beberapa tahun belakang ini, banyak perusahaan yang mengadopsi program manajemen mutu total (*total quality manajement/TQM*), yang dirancang untuk perbaikan kelanjutan produk, jasa, dan proses pemasaran mereka. Mutu mempunyai pengaruh langsung terhadap kinerja produk dan demikian dengan kepuasan pelanggan.<sup>3</sup>

Produk jasa yang bisa memuaskan adalah produk jasa yang dapat memberikan sesuatu yang dicari oleh konsumen pada tingkat cukup. Dalam konteks perilaku konsumen, kepuasan lebih banyak di definisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Kepuasan yang tinggi atau kesenangan yang cenderung yang akan menyebabkan pelanggan berperilaku positif. terjadinya kelekatan emosional

---

<sup>3</sup> *Ibid...*hlm.13.

terhadap merek, dan juga preferensi rasional sehingga hasilnya adalah kesetiaan (loyalitas) pelanggan yang tinggi.<sup>4</sup>

Tingkat kepuasan (*Satisfaction*) timbul karena adanya suatu transaksi khusus antara produsen dengan konsumen yang merupakan kondisi psikologis yang dihasilkan ketika faktor emosi mendorong harapan (*expectations*) dan disesuaikan dengan pengalaman mengkonsumsi sebelumnya (*perception*). Zeithaml and Bitner Mengukur kepuasan sebagai berikut: *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles*.<sup>5</sup> Penelitian yang ditulis oleh Fadliyah dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada BMT Multazam Yogyakarta”. Dalam penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari lima dimensi yaitu: (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empaty*) sebagai variabel independen, dan kepuasan nasabah (Y) sebagai variabel dependen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah secara parsial, *responsiveness* berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah, hal ini bisa diketahui dari koefisien unstandared beta sebesar 0,505 dengan taraf signifikan 0,001 berarti bahwa setiap kenaikan 1 % dimensi *responsiveness* akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 50,5%.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Fandy Tjiptono. “Prinsip-Prinsip Total Quality Service.” (Yogyakarta: Andy, 1997) hlm. 75.

<sup>5</sup> *Ibid...*hlm. 22.

<sup>6</sup> Fadliyah. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada BMT MULTAZAM Yogyakarta. *Skripsi* (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2007) tidak dipublikasikan.

Pertumbuhan bank syariah nasional dalam kurun waktu lima tahun terakhir berkisar 15-20 persen, jauh lebih tinggi dibanding perbankan umum yang hanya mencapai 4,1 persen. Ini indikasi kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah sangat tinggi. Pemimpin Bank Indonesia Yogyakarta Mahdi Mahmudy menyatakan pertumbuhan bank syariah di daerah pun tak jauh berbeda dengan tingkat nasional, bahkan bisa dikategorikan lebih cepat. Dia mencontohkan perbankan syariah di Yogyakarta misalnya, dari segi aset pada 2005 hanya Rp 294 miliar. Aset minim tersebut ternyata tumbuh sangat pesat dalam kurun tujuh tahun (kuartal pertama 2012) telah mencapai Rp 2,3 triliun atau pertumbuhan asetnya mencapai 97,2 persen.

Dalam pernyataannya di Yogyakarta, Rabu (23/5/12), dia menyatakan pertumbuhan perbankan syariah di daerah sangat mengejutkan. Laju penghimpunan dana masyarakat misalnya, mencapai 96 persen per tahun, dibelanjakan untuk pembiayaan mencapai 56,8 persen per tahun. Dari segi jumlah nasabah lainnya yang mengakses perbankan syariah di Yogyakarta dalam lima tahun tidak sebanyak bank umum. Bank syariah hanya diakses 241 ribu dengan memanfaatkan jasa giro, tabungan, deposito, sedangkan bank umum diakses sekitar 2,3 juta nasabah atau hanya 10,3 persen syariah dari total pengakses bank syariah. Tetapi dari segi pertumbuhan aset dan pembiayaan, bank syariah jauh lebih cepat. "Jumlah pengakses bank syariah sepertinya terus

tumbuh. Kepercayaan masyarakat cukup positif terhadap layanan keuangan model syariah."<sup>7</sup>

Perkembangan perbankan syariah di DIY mencatat pertumbuhan yang cukup baik. Kantor Perwakilan Bank Indonesia (BI) DIY melaporkan, aset perbankan syariah di DIY pada kuartal pertama 2012 mencapai Rp 2,3 triliun atau rata-rata tumbuh 97,2 persen per tahun. Angka ini terbilang tinggi jika dibandingkan aset tahun 2005 yang hanya sebesar Rp 294 miliar. "Prestasi ini didorong oleh pertumbuhan penghimpunan dana yang rata-rata tumbuh 56,8 persen per tahun," ujar Kepala Kantor Perwakilan BI DIY, Mahdi Mahmudy, Sabtu (26/5/2012). Ia mengatakan, pangsa pasar aset perbankan syariah terhadap aset perbankan di DIY mencapai 6,68 persen. Pencapaian ini bahkan melebihi data nasional yang hanya mencapai 4,1 persen. Kinerja yang progresif juga ditampakkan perbankan syariah dari aspek jumlah nasabah yang hingga Maret 2012 mencapai 241 ribu orang. Dari keseluruhan jumlah tersebut, sebanyak 23 ribu orang atau 9,5 persennya merupakan penyimpan dana di Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). "Baik dalam bentuk giro, tabungan maupun deposito," terangnya.

Dibandingkan dengan penyimpanan dana di Bank Umum yang pada periode yang sama mencapai 2,3 juta nasabah. lanjutnya, jumlah ini telah mencapai 10,3 persen. Kondisi serupa juga terjadi pada pembiayaan bank syariah yang hingga Maret 2012 tercatat sebanyak 30 ribu orang atau 8,5

---

<sup>7</sup> <http://www.pikiran-rakyat.com/node/189589>

persen dibanding debitur kredit bank umum yang tercatat 351 ribu orang. "Saat ini jumlah penyimpanan dana di perbankan syariah jauh lebih besar dibanding jumlah debitur pembiayaan dimana hal ini juga terjadi pada bank umum," paparnya. Walaupun demikian, tambahnya, Financing to Deposit Ratio (FDR) perbankan syariah masih cukup tinggi. BI mencatat FDR masih berada di kisaran 79,45 persen atau jauh lebih baik dibanding LDR bank umum. Sampai saat ini LDR perbankan umum dilaporkan mencapai 57,68 persen. "Hal ini disebabkan sifat pembiayaan di perbankan syariah yang memiliki underlying transaksi sektor riil," tuturnya. Menurut Mahdi, perbankan Islam telah menjadi alternatif solusi masalah keuangan global. Maka model bisnis keuangan Islam, khususnya perbankan Islam, harus memberikan bobot yang lebih ke sektor riil dibanding pasar keuangan." Selain lebih efektif dalam mempromosikan pertumbuhan berkelanjutan jenis model bisnis ini lebih tahan terhadap krisis keuangan. Di Indonesia perkembangan keuangan Islam sejalan dengan model bisnis tersebut karena pengembangan produk di dorong oleh permintaan dari sektor riil," tuturnya.<sup>8</sup>

Dengan posisi tersebut apakah dalam kualitas pelayanannya pada saat ini cukup mampu memuaskan para nasabah, sehingga penulis mencoba menganalisis loyalitas nasabah bank syariah Yogyakarta, dengan variabel produk, harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah sebagai variabel

---

<sup>8</sup> <http://jogja.tribunnews.com/2012/05/28/aset-bank-syariah-tumbuh-97-persen>

independen terhadap loyalitas nasabah tabungan, sebagai variabel dependen melalui sebuah penelitian dengan judul ***FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS NASABAH TABUNGAN DI BANK SYARIAH YOGYAKARTA (Study Kasus pada Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Yogyakarta)***”

#### **B. Rumusan Masalah**

Sehubungan dengan latar belakang diatas, maka sebagai pokok masalah dalam penelitian ini, Apakah faktor produk, nisbah bagi hasil, kualitas pelayanan, dan kepuasan sebagai variabel moderating berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan di BNI Syariah?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat didefinisikan tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan apakah variabel produk, harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan di BNI Syariah.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Menambah wawasan keilmuan bagi pembaca, tentang manajemen pelayanan jasa dan hubungannya dengan loyalitas nasabah terhadap bank.
2. Dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan bahan pembanding dalam kaitannya dengan loyalitas nasabah.



## E. Telaah Pustaka

Penelitian tentang loyalitas nasabah memang sudah cukup banyak dilakukan, terutama berkaitan dengan kepuasan nasabah, tetapi penulis belum banyak menemukan penelitian yang berkaitan dengan loyalitas nasabah tabungan di bank syariah yang dipengaruhi oleh produk, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Hal ini perlu dilakukan, mengingat bank syariah dewasa ini banyak didirikan dan berkembang dengan pesat di masyarakat.

Penelitian berkaitan dengan kualitas pelayanan yaitu penelitian dari Rachmad Hidayat, dengan penelitiannya yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*”.<sup>9</sup> Kesimpulan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan nilai nasabah berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah. Kualitas layanan tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas nasabah, yang dilantari oleh kepuasan nasabah. Sedangkan kualitas produk dan nilai nasabah tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah yang dilantari dengan kepuasan nasabah. variabel nilai bagi nasabah menunjukkan adanya pengaruh yang paling kuat dan dominan terhadap loyalitas nasabah, jika dibandingkan dengan variabel lainnya (kualitas layanan, kualitas produk, dan kepuasan nasabah).

---

<sup>9</sup> Rachmad Hidayat. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. (*Jurnal penelitian*. Universitas Trunojoyo Madura) tidak dipublikasikan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Yayan Fauzi dengan sebuah penelitian yang berjudul “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menabung di Perbankan Syariah (Study Kasus Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta)*” dalam penelitian tersebut menggunakan variabel kualitas pelayanan, nisbah bagi hasil, kualitas produk, dan religiusitas terhadap nasabah menabung di Bank BNI syariah kantor cabang Yogyakarta, penelitian tersebut menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan, nisbah bagi hasil, kualitas produk, berpengaruh positif dan signifikan terhadap nasabah menabung di bank BNI syariah, dan variabel religious tidak mempunyai pengaruh terhadap nasabah menabung di Bank BNI syariah kantor cabang Yogyakarta.<sup>10</sup>

Penelitian dengan judul “*Pengaruh Kualiatas Pelayanan dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Margirizqi Bahagia Yogyakarta*”<sup>11</sup> hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan Citra Produk mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah, dengan besar pengaruh besama-sama tersebut sebesar 64,4%. Hasil ini menunjukkan bahwa 64,6% perubahan yang terjadi pada loyalitas nasabah BPRS Margarizki Bahagia disebabkan oleh perubahan yang terjadi pada kualitas pelayanan dan citra produk, sedangkan sisanya  $(100\% - 64,4\%) = 35,4\%$  disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

---

<sup>10</sup> Suwarni dan Septina Dwi Mayasari. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen. (Jurnal Penelitian Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang) tidak dipublikasikan.

<sup>11</sup> Yayan Fauzi. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menabung di Perbankan Syariah (Study Kasus Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta). *Skipsi*. (UIN Sunan Kalijaga. 2010) tidak dipublikasikan.

Penelitian terkait lainnya yang dilakukan oleh Ninik dengan judul “*Pengaruh Citra Bank Syariah dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Study Kasus Pada Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)*”.<sup>12</sup> Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra bank syari’ah dan kepuasan nasabah secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas sebesar 71.8%. Dan dari hasil pengujian regresi terlihat bahwa variabel kepuasan nasabah mempunyai pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan variabel citra bank. Nasabah menjadi loyal lebih cenderung karena merasa puas dengan pelayanan yang diberikan daripada melihat citra yang dimiliki bank.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Agar dalam penulisan skripsi ini bisa terarah, integral dan sistematis maka dalam skripsi ini dibagi dalam 5 bab dimana setiap bab terdiri dari sub-sub sebagai perinciannya. Adapun sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

Bab *pertama* merupakan pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, pokok masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, telaah pustaka, dan sistematika pembahasan

Bab *kedua* berisikan landasan teori. yang membahas kerangka teoritik yang membahas tentang variabel yang berhubungan dengan penelitian ini

---

<sup>12</sup> Ninik Nur Fuziyah. Pengaruh Citra Bank Syariah dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah. (Study Kasus Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *Skripsi*. (UIN Sunan Kalijaga.2005). tidak dipublikasikan.

yaitu, produk, bagi hasil, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah, serta diakhiri oleh hipotesis, dilanjutkan tentang penjelasan BNI Syariah dan produk jasa perbankan.

Bab *ketiga* merupakan metode penelitian yang berisikan penjelasan tentang gambaran objek penelitian, populasi dan penentuan sampel penelitian, serta analisa data.

Bab *keempat* berisikan tentang hasil analisis pengolahan data, baik analisis deskriptif maupun analisis hasil pengujian hipotesis yang dilakukan. Penjelasan hasil penelitian ini dimulai dari analisa data, pemaparan hasil analisa, selanjutnya berisi tentang pembahasan hasil penelitian dari data yang diperoleh.

Terakhir, bab *kelima* merupakan bab penutup yang memaparkan kesimpulan, keterbatasan dan saran dari hasil analisa data yang berkaitan dengan penelitian.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

1. Nasabah BNI Syariah yang menggunakan jasa tabungan di BNI Syariah sebagian besar adalah perempuan, yang berusia 20-25 tahun dengan jumlah nasabah 46 nasabah (46%). Pekerjaan yang paling banyak atau yang lebih dominan sebagai responden adalah mahasiswa sebesar 46 nasabah (46%). penghasilan yang paling dominan adalah kurang dari Rp 1.000.000,- berjumlah 45 nasabah (45%). Tingkatan frekuensi yang paling banyak dengan rentang waktu kurang dari 3 bulan sebesar 26%.
2. Berdasarkan hasil pengujian uji model (Uji F) dapat disimpulkan bahwa dari keempat variabel produk, bagi hasil, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah sebagai variabel moderating berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan di BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,035 < 0,05$ .
3. Berdasarkan hasil uji secara parsial (Uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan di BNI Syariah sebesar  $0,037 < 0,05$ . Sedangkan variabel produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan di BNI Syariah dengan tingkat signifikansi diatas 0,05%.

## **B. Saran**

### **a. Untuk Mahasiswa Jurusan Keuangan Islam (KUI)**

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan jumlah sampel yang lebih banyak, serta menambahkan variabel pemasaran jasa lainnya, agar hasil yang didapat lebih akurat dan bervariasi.
2. Diharapkan juga untuk penelitian selanjutnya dalam pembuatan kuesioner menggunakan pertanyaan yang lebih spesifik sehingga responden tidak ragu dalam menentukan pilihan jawaban, selain itu perlu menyamakan proporsi pertanyaan, sehingga memudahkan bagi peneliti dalam menghitung olahan data.

### **b. Untuk BNI Syariah**

1. Nasabah merupakan salah satu bagian inti dari atau aset berlangsungnya proses usaha, oleh karena itu, BNI syariah harus lebih memperhatikan dan memelihara nasabah, dengan memperthankan kepercayaan yang telah diberikan nasabah kepada BNI syariah dengan senantiasa melakukan strategi lebih dan berfokus dalam meningkatkan kepuasan dari suatu jasa yang telah di berikan kepada nasabah agar nasabah timbul rasa puas dan menjadi loyal terhadap BNI syariah tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Al-Qur'an

Al-Qur'an Terjemah, Kementrian Agama RI, *Syamil Al-Qur'an Terjemah Tafsir Per Kata*, Bandung: Sygma Publishing, 2010

### 2. Buku

Basu Swasta Dharmnesta dan Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE

BNI Syariah, 2001. *Panduan Pemasaran*. Jakarta: BNI Syariah

Djarwanto, 2003. *Statistik Non Parametrik* Yogyakarta: BPFE UGM.

Durianto Darmadi, Sugiarto, Tony Sitinjak, 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta: PT Gramedia Utama.

Fandy Tjiptono, 1997. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta: Penerbit Andy.

Imam Ghozali, 2009. *Aplikasi Multivariate dengan SPSS* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama*: Yogyakarta, BPFE UGM.

Kashmir, 2004, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Rajawali Press.

Kashmir, 2004, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Prenada Media.

Kotler, Philip dan Armstrong, 2011 "*Prinsip-Prinsip Pemasaran*", Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 1997, *Dasar –Dasar Pemasaran*, alih bahasa Alexander Sindoro, Jakarta: Prenhallindo.

Kotler, Philip 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, alih bahasa Hendra Teguh, SE, Ak, Ronny A Rusli, SE, Ak, dan Benyamin Molan, Jakarta: Prenhallindo.

- Muhammad Abdul Mannan, 1992 “*Ekonomi Islam Teori dan Praktek*” Jakarta: 1992, PT Intermedia.
- Muhammad, 2001 “*Perhitungan Bagi Hasil di Bank Syariah*,” Yogyakarta: UII Press.
- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen* Yogyakarta: BPFE.
- Rambut Lupiyoadi & A. Hamdani, 2010. “*Manajemen Pemasaran Jasa*” Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Ratih Hurriyanti, 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta.
- Sentot Imam Wahyono, 2001. *Manajemen Pemasaran Bank*,” Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syamsul Hadi, 2006. *Metodologi Penelitian untuk Akuntansi dan Keuangan, Cetakan Pertama*, Yogyakarta: Ekonisia.
- Zulian Yamit, 2002. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, cetakan pertama, edisi 2 Yogyakarta: Ekonisia.

### 3. Jurnal dan Skripsi

- Andy Hidayatullah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Margarizqi Bahagia Yogyakarta” 2007 *Skripsi* UIN tidak dipublikasikan.
- Dika Sukma Prameswari, “Analisis Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah,” *Tesis* UNDIP Semarang 2009.
- Fadliyah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada BMT MULTAZAM Yogyakarta”, *Skripsi* UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2007
- Herry Sussanto dan Wido Dammayanti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Loyalitas Konsumen”, *Jurnal penelitian*, Fak. Ekonomi Universitas Gunadarma.
- Iswari Riana dan Retno T.S., “Analisis Pengaruh Citra Supermarket terhadap Loyalitas Konsumen,” *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol.3. No 2 Maret 2003.



Ninik Nur Fuzyah, "Pengaruh Citra Bank Syariah dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Study Kasus Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta) " 2005, *Skripsi* UIN tidak dipublikasikan.

Rahman El Junusi,"Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah", Jurnal penelitian, Fak. Syariah IAIN Walisongo

Rahmad Hidayat, Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri, Jurnal Penelitian, Universitas Trunojoyo Madura.

Suwarni dan Septina Dwi Mayasari, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen, Jurnal Penelitian Fakultas Ekonomi Universitas Malang.

Sisca Aulia, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta, *Skripsi* UIN Sunan Kalijaga, tidak dipublikasikan.

Ulfa Safrini,"Pengaruh Strategi Pemasaran Shar-E terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Yogyakarta", *Skripsi* UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2009.

Yayan Fauzi, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menabung di Perbankan Syariah (Study Kasus Pada Bank Syariah Kantor cabang Yogyakarta), *Skripsi* UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2010.

Yunita Rachmawati, "*Analisis Kepuasan Nasabah terhadap Jasa Pelayanan BRI Cabang Indramayu*," Skripsi UMY Yogyakarta, 2004 Tidak dipublikasikan.

#### 4. Lain-lain

<http://www.pikiran-rakyat.com/node/189589>

<http://jogja.tribunnews.com/2012/05/28/aset-bank-syariah-tumbuh-97-persen>

<http://www.bni.co.id/Syariah/tabid/174/Defalut.aspx>

# LAMPIRAN

# PENGARUH TINGKAT KEPUASAN NASABAH, TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN DI BANK SYARI'AH

(Study Kasus Pada Bank BNI Syari'ah Yogyakarta)

Pengantar:

Dalam rangka penelitian mengenai kegiatan pemasaran pada perbankan syari'ah dan penelitian mengenai tingkat kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah tabungan di Bank Syari'ah. Saya memohon bantuan dan ketersediaan Bpk/Ibu/Sdr/i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini. Penelitian ini akan sangat berguna bagi saya dalam rangka penyelesaian Skripsi di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tentunya penelitian ini bisa menjadi masukan bagi perbankan syari'ah dalam mengambil kebijakan. Saya sepenuhnya akan menjamin kerahasiaan identitas Bpk/Ibu/Sdr/i. Atas bantuan dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih

## I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama : .....
2. Jenis Kelamin L/P : .....
3. Usia Anda
  - a. 20-25 tahun
  - b. 26-30 tahun
  - c. 31-35 tahun
  - d. 35-40 tahun
  - e. Lebih dari 40 tahun
4. Pekerjaan Anda
  - a. TNI/POLRI
  - b. PNS
  - c. Wiraswasta/pengusaha
  - d. Petani
  - e. Lainnya sebutkan.....
5. Penghasilan Anda
  - a. < Rp 1.000.000,-
  - b. Rp 1.001.000 s/d Rp 2.000.000,-
  - c. Rp 2.001.000 s/d Rp 3.000.000,-
  - d. Rp 3.001.000 s/d Rp 4.000.000,-
  - e. > dari Rp 4.001.000,-
6. Menjadi Nasabah Sejak
  - a. < 3 bulan
  - b. 3 s/d 6 bulan
  - c. 6 s/d 12 bulan
  - d. 1 s/d 2 tahun
  - e. > 2 tahun lebih.

## II. Petunjuk Pengisian

Berikan penilaian berkenaan dengan hal-hal yang Bpk/Ibu/Sdr/i rasakan. Pilihlah dan berilah tanda (V) pada kolom yang telah disediakan. Alternatif jawaban terdiri dari:

Sangat Setuju : SS

Setuju : S

Tidak Setuju : TS

Sangat Tidak Setuju : STS

## Kuesioner Variabel Pengaruh Kepuasan Nasabah

### Produk (X<sub>1</sub>)

Alternative Pertanyaan mengenai variabel Produk (X <sub>1</sub> )		5	4	3	2	1
		SS	S	N	TS	STS
1.	Variasi produk tabungan selalu ada inovasi dari waktu ke waktu.					
2.	Produk tabungan yang ditawarkan bervariasi sesuai dengan kebutuhan nasabahnya.					

### Bagi Hasil (X<sub>2</sub>)

Alternative Pertanyaan mengenai variabel Harga /Bagi Hasil (X <sub>2</sub> )		5	4	3	2	1
		SS	S	N	TS	STS
3.	Biaya administrasi tidak mahal, sehingga dapat menarik nasabah untuk menabung di bank tersebut.					
4.	Bagi hasil yang diberikan menguntungkan nasabah.					

### Kualitas Pelayanan (X<sub>3</sub>)

Alternative Pertanyaan mengenai variabel Kualitas Layanan (X <sub>3</sub> )		5	4	3	2	1
		SS	S	N	TS	STS
5.	Karyawan Bank BNI Syari'ah melayani nasabah dengan Profesional.					
6.	Pelayanan yang diberikan tepat waktu sesuai dengan prosedur yang diberikan.					
7.	Petugas satpam sangat proaktif dalam menjaga keamanan Bank, sehingga membuat nasabah aman dalam bertransaksi.					
8.	Tersedianya CCTV dapat meminimalisir kejahatan terjadi pada nasabah saat bertransaksi di bank.					
9.	Tersedianya peralatan penunjang transaksi yang memadai bagi nasabah, sehingga memudahkan nasabah dalam menggunakan jasa pada bank tersebut.					
10.	Penampilan karyawan bank ramah					
11.	Penampilan karyawan bank sopan					
12.	Penampilan karyawan bank islami					
13.	Penampilan karyawan bank rapi					
14.	Tersedianya layanan <i>mobile phone banking</i> bagi nasabah.					
15.	Tersedianya layanan <i>internet banking</i> bagi nasabah.					
16.	Karyawan bank mampu memberikan penjelasan kepada nasabah, sehingga mudah dipahami oleh nasabah.					

### Kuesioner Kepuasan Nasabah (X<sub>4</sub>)

Alternative Pertanyaan mengenai Kepuasan Nasabah (X <sub>4</sub> )		5	4	3	2	1
		SS	S	N	TS	STS
17.	Nasabah akan menunjukkan dengan kesetiaanya pada Bank BNI Syari'ah dengan selalu menggunakan jasa di bank tersebut.					
18.	Nasabah selalu menggunakan jasa di Bank BNI Syari'ah karena merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.					
19.	Karyawan Bank BNI Syari'ah melayani nasabah dengan cepat, sehingga nasabah merasa puas.					
20.	Atrian yang cepat membuat nasabah puas dalam bertransaksi di Bank BNI Syari'ah.					
21.	Biaya administrasi yang dikeluarkan sesuai dengan harapan nasabah.					
22.	Kepuasan terhadap layanan <i>phone banking</i>					
23.	Kepuasan terhadap layanan <i>internet banking</i> .					

### Kueosioner Loyalitas Nasabah

Alternative Pertanyaan mengenai Loyalitas Nasabah (Y)		5	4	3	2	1
		SS	S	N	TS	STS
24.	Nasabah memprioritaskan jasa Bank BNI Syari'ah untuk bertransaksi perbankan.					
25.	Nasabah melakukan transaksi secara terus-menerus di Bank BNI Syari'ah.					
26.	Nasabah tidak terpengaruh tawaran Bank lain.					
27.	Nasabah merekomendasikan kepada pihak lain untuk menggunakan jasa Bank BNI Syari'ah, untuk transaksi perbankan.					

LAMPIRAN 2  
DATA PENGISIAN KUJESIONER NASABAH

No	DATA RESPONDEN			Produk		Harga/Bagi Has		Kualitas Pelayanan										Kepuasan						Loyalitas													
	Jenis	KUsia	Pek	Peng	Lama	1	2	Juml	3	4	Jum	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Jum	17	18	19	20	21	22	23	Juml	24	25	26	27	Jum
1	2	3	5	2	5	4	4	8	4	4	8	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	51	4	4	5	4	4	4	2	27	4	4	4	16	
2	2	1	5	1	1	5	5	10	4	4	8	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	51	4	4	4	2	4	4	4	26	4	4	2	4	14
3	1	4	5	3	5	4	4	8	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	2	2	24	2	2	2	2	2	4	10
4	1	1	5	1	1	4	4	8	4	4	8	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49	4	4	4	4	5	4	4	29	5	5	2	4	16	
5	2	1	5	2	3	4	5	9	5	4	9	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	50	4	4	4	4	5	4	4	29	4	4	2	4	14	
6	2	3	3	3	5	4	4	8	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	46	4	4	4	2	2	2	20	5	5	4	5	19		
7	2	1	5	1	1	4	4	8	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	28	5	4	4	4	4	17	
8	1	1	5	1	1	5	4	9	5	4	9	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	50	4	4	4	4	5	4	4	29	4	4	4	4	16	
9	2	4	2	4	1	4	5	9	5	5	10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49	4	4	4	4	4	4	28	5	5	5	5	5	20	
10	2	1	5	1	1	5	4	9	4	5	9	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	53	4	4	5	5	4	4	30	4	5	4	4	17		
11	1	1	5	1	4	5	5	10	5	5	10	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	56	4	4	5	4	4	4	29	4	4	4	4	4	16	
12	2	4	5	2	5	4	4	8	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	16	
13	1	5	3	2	5	4	4	8	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	16	
14	1	1	5	1	1	4	4	8	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	16	
15	1	2	5	5	5	4	4	8	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	44	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	16	
16	1	1	5	1	1	5	4	9	5	4	9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	16	
17	2	5	2	4	5	4	4	8	4	5	9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	5	4	29	4	4	4	4	2	4	14
18	2	1	3	1	5	5	5	10	4	4	8	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49	2	2	4	4	2	4	22	5	5	4	5	4	19	
19	2	1	5	1	2	4	4	8	5	4	9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	4	4	5	5	5	4	32	5	4	4	5	18		
20	2	1	5	1	4	5	4	9	4	4	8	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	56	5	4	5	4	5	4	31	4	4	2	5	15		
21	2	1	3	2	2	4	4	8	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	28	4	4	2	4	4	14	
22	2	1	3	1	1	4	4	8	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	16	
23	1	4	3	3	5	5	5	10	5	5	10	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	56	5	5	5	4	4	4	32	5	4	4	4	4	17	
24	1	1	4	3	5	4	5	9	4	4	8	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	55	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	5	17	
25	1	5	2	4	1	5	5	10	5	5	10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	4	4	4	4	4	4	28	5	4	4	4	5	18	
26	2	5	3	2	4	4	4	8	5	5	10	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	58	4	4	4	4	5	4	29	4	4	4	4	4	16	
27	2	5	2	4	1	4	5	9	5	5	10	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	57	5	5	5	5	5	4	34	5	5	5	5	5	20	
28	1	3	3	1	4	5	5	10	5	4	9	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	59	5	4	5	4	5	4	31	4	4	4	4	5	17	

29	2	3	2	3	2	4	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	2	2	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
30	1	3	3	4	3	5	4	4	9	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	58	5	4	5	5	5	5	5	33	4	4	4	4	16
31	1	3	3	2	4	4	4	4	8	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	58	4	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	16
32	1	1	3	1	4	4	4	4	8	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	55	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	2	4	14
33	1	5	3	2	5	4	4	4	8	4	4	4	5	5	5	4	4	4	53	2	4	4	4	4	4	4	26	5	4	4	4	17	
34	1	1	5	1	4	4	5	4	9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	2	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	4	18	
35	1	4	2	5	5	5	4	4	8	4	5	4	5	5	5	4	4	4	53	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	17	
36	1	1	5	1	1	4	5	4	8	5	4	4	4	5	5	5	4	4	55	4	5	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	17	
37	1	3	3	1	4	4	5	4	8	4	4	4	4	5	5	4	4	4	51	4	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	16	
38	1	5	4	4	5	4	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	5	2	2	4	4	4	25	4	4	4	4	16	
39	1	1	3	2	1	4	5	4	10	4	4	4	4	5	5	5	4	4	52	4	4	4	4	4	4	4	28	4	5	4	4	17	
40	2	1	5	1	1	4	5	4	9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	4	2	4	4	4	2	2	22	5	5	4	4	18	
41	2	1	5	1	1	4	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	2	4	15	
42	2	1	5	1	1	4	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	5	5	5	2	5	5	4	31	5	5	4	4	18	
43	1	1	5	1	1	5	4	4	8	5	4	4	5	5	4	4	4	4	52	4	4	4	4	4	4	4	28	5	5	2	4	16	
44	2	2	3	2	5	4	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	4	4	17	
45	1	4	3	1	4	4	5	4	10	4	5	5	5	5	4	4	4	4	53	4	4	5	4	4	4	4	29	4	4	2	4	14	
46	2	5	5	3	5	5	5	4	8	4	4	4	5	5	5	4	4	4	54	2	4	4	4	2	4	4	24	4	4	2	4	14	
47	1	1	5	1	1	4	4	4	8	5	4	5	4	5	5	4	4	4	56	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16	
48	2	4	3	5	5	5	5	5	10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	4	4	4	4	4	2	2	24	4	4	4	4	17	
49	2	1	5	1	2	4	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16	
50	1	1	5	2	2	4	4	4	8	4	4	5	5	5	4	4	4	4	52	5	5	5	5	5	5	4	34	5	4	4	4	18	
51	1	1	5	1	1	5	5	4	10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	4	4	2	4	4	4	4	24	4	4	4	4	15	
52	2	2	3	2	2	4	4	4	8	5	5	5	5	5	4	4	4	4	52	2	4	2	2	2	2	2	16	4	4	4	4	16	
53	2	3	3	3	5	5	4	4	9	4	4	4	4	4	5	4	4	4	50	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	2	4	15	
54	1	5	2	4	5	5	5	5	10	5	4	4	5	5	5	4	4	4	56	4	2	2	4	4	4	4	24	4	4	2	4	14	
55	1	3	2	4	5	4	4	4	8	5	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	5	4	4	4	4	29	4	4	2	4	14	
56	1	2	2	4	4	4	4	4	8	5	4	4	4	5	4	4	4	4	52	5	5	5	5	5	4	4	33	5	5	4	4	19	
57	2	2	3	3	3	5	4	4	10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	2	4	14	
58	1	5	2	5	5	4	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	2	4	14	
59	1	3	2	4	5	4	4	4	8	5	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	28	4	5	4	4	18	
60	2	3	3	3	2	5	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	5	4	2	4	4	4	4	27	4	4	2	4	14	
61	2	2	5	1	1	4	4	4	8	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	4	4	18	

62	1	3	2	3	2	5	5	10	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	56	4	4	2	4	2	2	4	4	4	16	
63	2	2	3	2	3	4	4	8	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	
64	1	2	3	3	2	4	4	8	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	51	4	4	4	4	4	4	4	5	4	19	
65	2	3	3	2	3	5	5	10	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	52	5	5	5	5	4	5	4	4	5	18	
66	1	3	5	2	2	5	5	10	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	51	2	4	5	4	5	4	4	4	5	18	
67	2	2	5	1	2	5	4	9	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	53	4	4	2	4	4	4	4	4	4	16	
68	1	4	3	1	5	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	5	4	4	5	4	19	
69	1	2	2	2	5	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	2	4	14	
70	2	1	5	1	1	5	5	10	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	
71	2	1	5	1	3	4	4	8	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	
72	2	2	3	3	3	5	4	9	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	
73	2	1	5	1	1	5	4	9	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	5	4	5	4	4	4	16	
74	2	1	5	1	4	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49	5	5	4	4	5	4	4	4	5	17	
75	2	1	5	1	1	4	4	8	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	17	
76	1	1	5	1	5	5	5	10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	
77	2	1	5	1	4	4	4	8	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49	5	4	5	4	4	4	4	4	4	16	
78	2	1	5	1	5	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	17	
79	1	1	5	1	3	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	2	4	4	4	4	4	2	5	15	
80	2	1	5	1	1	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	18	
81	2	1	3	2	2	5	5	10	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	5	4	19	
82	2	1	5	1	3	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	4	2	14	
83	2	1	5	1	1	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	5	4	4	4	4	2	4	12	
84	1	1	5	1	1	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	5	4	4	4	4	4	4	4	4	16	
85	2	1	5	1	2	5	4	9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	5	5	4	4	4	4	4	2	4	14	
86	2	1	3	2	2	5	5	10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	
87	1	1	5	2	2	5	5	10	5	5	4	4	4	2	2	4	4	4	4	38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	
88	2	1	5	1	2	5	4	9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	2	4	4	4	4	4	4	16	
89	1	3	3	1	4	5	4	9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49	4	4	4	4	4	4	2	4	4	12	
90	2	3	3	3	3	5	5	10	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	1	1	2	2	4	2	2	4	5	18	
91	2	2	2	4	2	5	5	10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	14
92	1	2	3	2	2	5	5	10	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	60	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	14	
93	1	3	3	3	2	5	5	10	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	56	4	2	4	4	2	4	4	5	4	18	
94	2	2	3	3	3	5	4	9	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	53	4	4	4	4	4	4	4	2	4	14	





### LAMPIRAN 3

## HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

### 1. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.641	.641	2

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Produk1	4.3900	.240	.472	.223	<sup>a</sup>
Produk2	4.4500	.250	.472	.223	<sup>a</sup>

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,674	,680	2

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,908	,912	12

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,857	,859	7

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,637	,694	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Loyalitas1	11.8800	2.147	.536	.428	.509
Loyalitas2	12.0300	2.090	.521	.395	.509
Loyalitas3	12.7600	1.497	.368	.141	.699
Loyalitas4	11.8700	2.437	.404	.193	.592

## 2. Uji Validitas

Correlations

		Produk1	Produk2	Produk
Produk1	Pearson Correlation	1	,472**	,861**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
Produk2	Pearson Correlation	,472**	1	,855**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
Produk	Pearson Correlation	,861**	,855**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

Correlations

		Harga1	Harga2	Harga
Harga1	Pearson Correlation	1	,515**	,891**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
Harga2	Pearson Correlation	,515**	1	,848**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
Harga	Pearson Correlation	,891**	,848**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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







	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kualitas_Pe layan8	Pearson Correlatio n	,396**	,331**	,304**	,317**	,385**	,361**	,772**	1	,413**	,284**	,436**	,395**	,650**				
	Sig. (2- tailed)	,000	,001	,002	,001	,000	,000	,000		,000	,004	,000	,000	,000				
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kualitas_Pe layan9	Pearson Correlatio n	,436**	,448**	,349**	,412**	,412**	,464**	,532**	,413**	1	,924**	,566**	,544**	,761**				
	Sig. (2- tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000				
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kualitas_Pe layan10	Pearson Correlatio n	,309**	,332**	,352**	,426**	,422**	,477**	,398**	,284**	,924**	1	,593**	,570**	,702**				
	Sig. (2- tailed)	,002	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,004	,000	,000	,000	,000	,000				
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kualitas_Pe layan11	Pearson Correlatio n	,448**	,332**	,352**	,392**	,497**	,523**	,534**	,436**	,566**	,593**	1	,951**	,762**				

	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kualitas_Pelayanan12	Pearson Correlation	,410**	,395**	,376**	,441**	,473**	,495**	,395**	,544**	,570**	,951**	1	,735**						
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kualitas	Pearson Correlation	,658**	,671**	,698**	,734**	,774**	,765**	,650**	,761**	,702**	,762**	,735**	1						
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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



Kepuasan_ Nasabah5	Pearson Correlation	,553**	,404**	,494**	,349**	1	,348**	,338**	,681**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Kepuasan_ Nasabah6	Pearson Correlation	,424**	,469**	,489**	,474**	,348**	1	,795**	,756**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Kepuasan_ Nasabah7	Pearson Correlation	,402**	,402**	,442**	,501**	,338**	,795**	1	,732**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Kepuasan_ .	Pearson Correlation	,761**	,719**	,784**	,718**	,681**	,756**	,732**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

**Correlations**

		Loyalitas1	Loyalitas2	Loyalitas3	Loyalitas4	Loyalitas
Loyalitas1	Pearson Correlation	1	,607**	,274**	,404**	,726**
	Sig. (2-tailed)		,000	,006	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Loyalitas2	Pearson Correlation	,607**	1	,320**	,287**	,728**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,004	,000
	N	100	100	100	100	100
Loyalitas3	Pearson Correlation	,274**	,320**	1	,276**	,775**
	Sig. (2-tailed)	,006	,001		,006	,000
	N	100	100	100	100	100
Loyalitas4	Pearson Correlation	,404**	,287**	,276**	1	,609**
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,006		,000
	N	100	100	100	100	100
Loyalitas	Pearson Correlation	,726**	,728**	,775**	,609**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

## LAMPIRAN 4

### HASIL UJI ASUMSI KLASIK DENGAN VARIABEL MODERATING

#### 1. Uji Multikolonieritas

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	16,109	,279		57,759	,000		
Zscore: Produk	-,055	,203	-,031	-,270	,787	,747	1,339
Zscore: Harga	,429	,203	,238	2,114	,037	,752	1,330
Zscore: Kualitas_Pelayanan	,097	,202	,054	,482	,631	,756	1,323
Zscore: Kepuasan_Nasabah	,323	,182	,179	1,771	,080	,930	1,075
AbsX1_X4	,049	,149	,034	,327	,744	,867	1,153

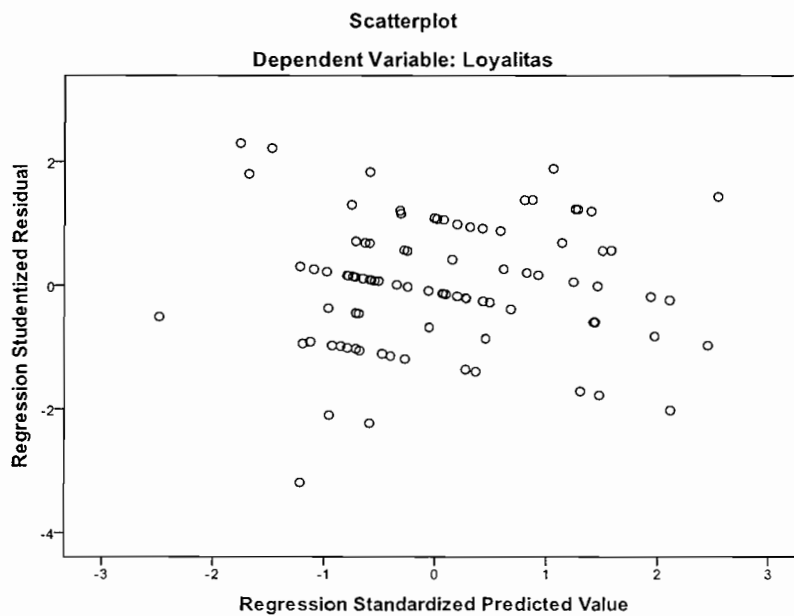
a. Dependent Variable: Loyalitas

#### 2. Uji Autokorelasi

Model	Model Summary <sup>b</sup>				
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,322 <sup>a</sup>	,103	,056	1,74915	2,027

- a. Predictors: (Constant), AbsX1\_X4, Zscore: Kualitas\_Pelayanan, Zscore: Kepuasan\_Nasabah, Zscore: Harga, Zscore: Produk
- b. Dependent Variable: Loyalitas

### 3. Uji Heteroskedastisitas



Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	16,109	,279		57,759	,000		
Zscore: Produk	-,055	,203	-,031	-,270	,787	,747	1,339
Zscore: Harga	,429	,203	,238	2,114	,037	,752	1,330
Zscore: Kualitas_Pelayanan	,097	,202	,054	,482	,631	,756	1,323
Zscore: Kepuasan_Nasabah	,323	,182	,179	1,771	,080	,930	1,075
AbsX1_X4	,049	,149	,034	,327	,744	,867	1,153

a. Dependent Variable: Loyalitas

#### 4. Uji Regresi Moderating (MRA)

##### a. MRA UTAMA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,320 <sup>a</sup>	,102	,065	1,74091

a. Predictors: (Constant), Kepuasan\_Nasabah, Harga, Produk, Kualitas\_Pelayanan

##### b. MRA PRODUK

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,321 <sup>a</sup>	,103	,055	1,74954



**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,321 <sup>a</sup>	,103	,055	1,74954

a. Predictors: (Constant), Moderat\_Produk, Harga, Kualitas\_Pelayanan, Produk, Kepuasan\_Nasabah

**c. MRA HARGA**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,327 <sup>a</sup>	,107	,059	1,74587

a. Predictors: (Constant), Moderat\_Harga, Produk, Kualitas\_Pelayanan, Harga, Kepuasan\_Nasabah

#### d. MRA KUALITAS\_PELAYANAN

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,334 <sup>a</sup>	,112	,064	1,74104

a. Predictors: (Constant), Moderat\_Kepuasan, Produk, Harga, Kualitas\_Pelayanan, Kepuasan\_Nasabah

#### 5. Uji Regresi Interaksi Nilai Selisih Mutlak

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,320 <sup>a</sup>	,102	,065	1,74091	2,038

a. Predictors: (Constant), ABS\_X3X4, Harga, Produk, Kepuasan\_Nasabah

b. Dependent Variable: Loyalitas

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32,836	4	8,209	2,709	,035 <sup>a</sup>
	Residual	287,924	95	3,031		
	Total	320,760	99			

a. Predictors: (Constant), ABS\_X3X4, Harga, Produk, Kepuasan\_Nasabah

b. Dependent Variable: Loyalitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		-B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16,109	,279		57,759	,000		
	Zscore: Produk	-,055	,203	-,031	-,270	,787	,747	1,339
	Zscore: Harga	,429	,203	,238	2,114	,037	,752	1,330
	Zscore: Kualitas_Pelayanan	,097	,202	,054	,482	,631	,756	1,323
	Zscore: Kepuasan_Nasabah	,323	,182	,179	1,771	,080	,930	1,075
	AbsX1_X4	,049	,149	,034	,327	,744	,867	1,153

a. Dependent Variable: Loyalitas

Excluded Variables<sup>b</sup>

Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics		
						Tolerance	VIF	Minimum Tolerance
1	Kualitas_Pelayana n	, <sup>a</sup>	.	.	.	,000	.	,000
	ABS_X1X4	, <sup>a</sup>	.	.	.	,000	.	,000
	ABS_X2X4	, <sup>a</sup>	.	.	.	,000	.	,000

a. Predictors in the Model: (Constant), ABS\_X3X4, Harga, Produk, Kepuasan\_Nasabah

b. Dependent Variable: Loyalitas

## LAMPIRAN TERJEMAH AL-QURAN

Footnote	Halaman	Terjemah Al-Qur'an
18	16	<p style="text-align: center;"><b>Surat Al-Muthaffiin ayat 1-3:</b></p> <p>Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. yang dimaksud dengan orang-orang yang curang di sini ialah orang-orang yang curang dalam menakar dan menimbang.</p>
19	16	<p style="text-align: center;"><b>Surat An-Nahl ayat 116:</b></p> <p>Dan janganlah kamu mengatakan terhadap apa yang disebut-sebut oleh lidahmu secara dusta "Ini halal dan Ini haram", untuk mengada-adakan kebohongan terhadap Allah. Sesungguhnya orang-orang yang mengada-adakan kebohongan terhadap Allah tiadalah beruntung.</p>
26	20	<p style="text-align: center;"><b>Surat Ali-Imron ayat 159:</b></p> <p>Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah Lembut terhadap mereka. sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. Kemudian apabila kamu Telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.</p>

## Curriculum Vitae

### I. Data Pribadi

Nama : Yunita Miftakhul Ustantina  
Alamat : Jln. Kaliurang KM. 12,5 dk. Turen Rt. 03/01  
Sardonoharjo, Nganglik, Sleman.  
Alamat Asal : Jln Pertanian, no 23 RT 02/RW 01, Ds: Purworejo, Kec. Ngunut,  
Tulungagung Jawa Timur.  
Telp : 085726066086  
Email : [Uniafirza@gmail.com](mailto:Uniafirza@gmail.com)/ [Uniafirza@yahoo.co.id](mailto:Uniafirza@yahoo.co.id)  
TTL : Tulungagung, 27 Oktober 1988  
Status : Belum Menikah

### II. Pendidikan

- 2005 Lulus dari SLTPN 1 Ngunut, Tulungagung.
- 2007 Lulus dari MAN 1 Tulungagung dengan program Jurusan IPS.
- 2007 Lulus strata D1 di Poltekomp, Program Manajemen Informatika

### III. Pengalaman

- 2008-2009 Aktif di PMII Rayon Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga.
- 2008-2010 Aktif di BEMJ KUI, Koordinator Divisi BAKMI.
- 2009 Aktif sebagai peserta di Training Leadership di UIN Sunan Kalijaga.
- 2010 Aktif sebagai peserta di BRI Syariah Expo, di Fak. Syariah UIN Sunan Kalijaga.
- 2010 Aktif sebagai panitia MILAD Prodi KUI di UIN Sunan Kalijaga 2010.
- 2011 Aktif sebagai KKN Relawan Merapi bersama FMN 2010.
- 2011 Paktek Lapangan Kerja di Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Kotagede.