

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI**



SKRIPSI

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

OLEH :

YULIANA NORMAWATI
08390134

PEMBIMBING :

- 1. JOKO SETYONO, SE., M.Si.**
- 2. SUNARYATI, SE., M.Si.**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2013**

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi persaingan pada perbankan syari'ah yang dari waktu ke waktu yang semakin ketat, sehingga perusahaan harus membuat strategi pemasaran baru untuk mempertahankan dan meraih pangsa pasar yang lebih tinggi serta mempertahankan loyalitas nasabahnya. Adapun yang menjadi masalah penelitian ini adalah faktor apa saja yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syari'ah Mandiri. Penelitian ini mencoba mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menentukan pilihannya dalam hal transaksi keuangan sehingga tercipta loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel yaitu religiusitas (X_1), bagi hasil (X_2), produk (X_3), kualitas pelayanan (X_4) terhadap loyalitas nasabah (Y) dengan atau tanpa variabel moderasi (Kepuasan Nasabah). Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 100 orang responden nasabah Bank Syariah Mandiri dengan menggunakan metode *accidental sampling* untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel.

Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis lewat uji F dan uji t serta uji analisis koefisien determinasi (R^2). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian. Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan sebuah persamaan regresi.

Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel religiusitas, bagi hasil, produk, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah. Angka *Adjusted R square* sebesar 0,648 menunjukkan bahwa 64,8 persen variasi loyalitas pelanggan bisa dijelaskan oleh kelima variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 35,2 persen dijelaskan oleh variabel lain di luar kelima variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci : religiusitas, bagi hasil, produk, kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah.



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Yuliana Normawati

Kepada:

Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Yuliana Normawati

NIM : 08390134

Judul : **“Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Bank Syariah Mandiri”**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum jurusan Keuangan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini mengharap agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 10 Sya'ban 1434 H

19 Juni 2013 M

Pembimbing I

Joko Setyono, SE., M.Si

NIP.19730702 200212 1 003



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Yuliana Normawati

Kepada:

Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Yuliana Normawati

NIM : 08390134

Judul : **“Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Bank Syariah Mandiri”**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum jurusan Keuangan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini mengharap agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 11 Sya'ban 1434 H

20 Juni 2013

Pembimbing II

Sunaryati, SE., M.Si

NIP.19751111 200212 2 002



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : UIN.02/K.KUI-SKR/PP.009/ 389/2013

Skripsi/Tugas Akhir dengan Judul: **“Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri”**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nama : Yuliana Normawati

NIM : 08390134

Telah dimunaqosyahkan pada: Selasa, 23 Juli 2013

Nilai Munaqosyah : A/B

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum Jurusan/Program Studi Keuangan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQOSYAH

Ketua

Joko Setyono, SE., M.Si
NIP. 19730702 200212 1 003

Penguji I

Dr. Misnen Ardiansyah, SE., M.Si
NIP. 19710929 200003 1 001

Penguji II

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

Yogyakarta, 21 Oktober 2013
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Syari'ah dan Hukum

Dekan



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

SURAT PERNYATAAN

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuliana Normawati

NIM : 08390134

Prodi : Keuangan Islam

Fakultas : Syari'ah dan Hukum

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri** adalah benar-benar hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebutkan 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 , 20 Juni 2013

Penyusun

Yuliana Normawati

NIM. 08390134

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	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bâ'	b	be
ت	Tâ'	t	te
ث	Sâ'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	Hâ'	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Khâ'	kh	ka dan ha
د	Dâl	d	de
ذ	Zâl	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Râ'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sâd	š	es (dengan titik di bawah)
ض	dâd	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	tâ'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	zâ'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fâ'	f	ef
ق	qâf	q	qi
ك	kâf	k	ka
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	wâwũ	w	w
ه	hâ'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	yâ'	y	ye

B. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متعددة عدة	ditulis ditulis	Muta'addidah 'iddah
---------------	--------------------	------------------------

C. Ta'marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis h

حكمة علة	ditulis ditulis	Hikmah '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 h.

كرامة الأولياء	ditulis	Karâmah al-auliyâ'
----------------	---------	--------------------

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

زكاة افطر	ditulis	Zakâh al-fiṭri
-----------	---------	----------------

D. Vokal pendek

_____	fathah	ditulis	A
فعل		ditulis	fa'ala
_____	kasrah	ditulis	i
ذكر		ditulis	ḡukira
_____	dammah	ditulis	u
يذهب		ditulis	yahzhabu

E. Vokal panjang

1	Fathah + alif جا هلية	ditulis ditulis	â jâhiliyyah
2	Fathah + ya' mati تنسى	ditulis ditulis	â tansâ
3	Kasrah + ya' mati كريم	ditulis ditulis	î karîm
4	Dammah + wawu mati فروض	ditulis ditulis	û furûd

F. Vokal rangkap

1	Fathah + ya' mati بينكم	ditulis ditulis	ai bainakum
2	Fathah + wawu mati قول	ditulis ditulis	au qaul

G. Vokal pendek yang berurutan daslam satu kata dipisahkan dengan Apostrof

الانتم	ditulis	a'antum
أعدت	ditulis	u'iddat
لئن شكرتم	ditulis	la'in syakartum

H. Kata sandang alif + lam

1. Bila diikuti dengan huruf Qomariyyah ditulis dengan menggunakan huruf

‘I’.

القرآن	ditulis	Al-Qur'an
القياس	ditulis	Al-Qiyâs

2. Bila diikuti dengan menggunakan huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf l (el) nya.

السما الشمس	ditulis ditulis	as-samâ' asy-syams
----------------	--------------------	-----------------------

I. Penulisan kata-ka dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوي الفر و ض أهل السنه	ditulis ditulis	Żawî al-furūd Ahl as-sunnah
---------------------------	--------------------	--------------------------------



MOTTO

Ketika satu pintu tertutup, pintu lain terbuka; namun terkadang kita melihat dan menyesali pintu tertutup tersebut terlalu lama hingga kita tidak melihat pintu lain yang telah terbuka

Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil; kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik.

Rahmat sering datang kepada kita dalam bentuk kesakitan, kehilangan dan kekecewaan; tetapi kalau kita sabar, kita segera akan melihat bentuk aslinya.

Jadi Diri Sendiri, Cari Jati Diri, dan Dapatkan Hidup Yang Mandiri Optimis, Karena Hidup Terus Mengalir Dan Kehidupan Terus Berputar Sesekali Liat Ke Belakang Untuk Melanjutkan Perjalanan Yang Tiada Berujung

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah,
kupersembahkan karya kecilku ini
untuk cahaya penuh kasih sayang & ketulusan, ibuku
untuk kekuatan penuh cinta & tanggung jawab, ayahku
untuk semangat & harapan, adikku
Doa dan harapanku semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan
Rahmat dan Hidayah Nya kepada mereka
Amin.*



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri” dengan baik. Karya ilmiah ini disusun dan diajukan kepada Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam ilmu Ekonomi Islam.

Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara moril maupun spiritual maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Noorhaidi Hasan, MA., M.Phil., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Pimpinan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Boyolali yang telah memberikan berbagai kemudahan dalam proses pengumpulan data skripsi ini.
3. Ibu Dra. Hj. Widyarini, MM., selaku Ketua Program Studi Keuangan Islam.
4. Bapak Joko Setyono, SE., M.Si dan Ibu Sunaryati, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Muhammad Fakhri Husein, SE., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan pengarahan dan nasehat selama masa

perkuliahan di Jurusan Keuangan Islam Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Keuangan Islam Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah mendidik dan membekali ilmu pengetahuan.
7. Ayah dan Ibu tercinta yang telah memberikan dukungan yang luar biasa sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
8. Bang *Igone* dan Adikku tersayang yang memberi dukungan dan bantuan setiap membutuhkan sesuatu atau menemui kesulitan.
9. Seluruh teman-teman di Jurusan Keuangan Islam angkatan 2008 Fakultas Syariah dan Hukum atas kebersamaannya selama kuliah.
10. Para responden yang telah membantu penelitian ini dengan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Akhirnya, penyusun hanya dapat mendoakan semoga Allah membalas kebaikan mereka semua selama ini. Harapan penulis semoga karya ini berguna bagi perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan khususnya Ekonomi Islam.

Yogyakarta, Juli 2013
Penyusun

Yuliana Normawati
NIM. 08390134

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
HALAMAN MOTTO	xi
HALAMAN PERSEMBAHAN	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A Latar Belakang Masalah	1
B Rumusan masalah	5
C Tujuan Penelitian	7
D Kegunaan Penelitian	7
E Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A Landasan Teori	10
1 Religiusitas	10
2 Bagi Hasil	15
3 Pengetahuan dan Persepsi Konsumen	22
4 Perilaku Konsumen	30
5 Kualitas Pelayanan	45
6 Kepuasan Nasabah	52
7 Loyalitas	58
B Telaah Pustaka	61

	C	Kerangka Teori	64
	D	Hipotesis	66
BAB III	METODE PENELITIAN		
	A	Jenis Penelitian	75
	B	Sampel dan populasi	75
	C	Definisi Operasional Variabel	76
	D	Teknik Pengumpulan Data	79
	E	Teknik Analisis Data	79
	F	Analisis Regresi linear Berganda dengan Moderasi	83
	G	Uji <i>Goodness of Fit</i>	85
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
	A	Gambaran Umum Responden	89
	B	Analisis Data	95
	C	Pembahasan	118
BAB V	PENUTUP		
	A	Kesimpulan	127
	B	Saran	130
	C	Keterbatasan Penelitian	132
DAFTAR PUSTAKA		133
LAMPIRAN-LAMPIRAN		138

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan bunga dan bagi hasil	22
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Usia	90
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	91
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	92
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	93
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan lama menjadi nasabah di BSM	94
Tabel 4.6	Hasil pengujian validitas dan reliabilitas	97
Tabel 4.7	Hasil pengujian ulang validitas dan reliabilitas	99
Tabel 4.8	Uji <i>kolmogorov-Smirnov</i>	102
Tabel 4.9	Uji Multikolinearitas	103
Tabel 4.10	Uji <i>Park</i>	105
Tabel 4.11	Uji Regresi	107
Tabel 4.12	Uji F	108
Tabel 4.13	Uji Koefisien determinasi (R^2)	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Perkembangan asset Bank Syariah Mandiri	4
Gambar 1.2	Perkembangan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah Mandiri	4
Gambar 2.1	Proses persepsi	29
Gambar 2.2	Proses Perilaku Konsumen	35
Gambar 2.3	Model Perilaku Konsumen	36
Gambar 4.1	Persentase responden berdasarkan Usia	91
Gambar 4.2	Persentase responden berdasarkan jenis Kelamin	92
Gambar 4.3	Persentase responden berdasarkan Pendidikan terakhir	93
Gambar 4.4	Persentase responden berdasarkan Pekerjaan	94
Gambar 4.5	Persentase responden berdasarkan Lama menjadi nasabah	95
Gambar 4.6	Uji Normalitas	101
Gambar 4.7	Uji Heterokedastisitas	104
Gambar 4.8	Pengujian Hipotesis Variabel Religiusitas	111
Gambar 4.9	Pengujian Hipotesis Variabel Bagi Hasil	112
Gambar 4.10	Pengujian Hipotesis Variabel Produk	113
Gambar 4.11	Pengujian Hipotesis Variabel Kualitas pelayanan	114
Gambar 4.12	Pengujian Hipotesis Variabel Religiusitas dengan moderasi Kepuasan nasabah	115
Gambar 4.13	Pengujian Hipotesis Variabel Bagi Hasil dengan moderasi Kepuasan nasabah	116
Gambar 4.14	Pengujian Hipotesis Variabel Produk dengan moderasi Kepuasan nasabah	117
Gambar 4.15	Pengujian Hipotesis Variabel Kualitas pelayanan dengan moderasi Kepuasan nasabah	118

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Loyalitas nasabah adalah hal yang mutlak bagi bank yang menginginkan tetap eksis dalam usahanya. Mencari nasabah baru adalah hal yang sulit, namun jauh lebih sulit adalah mempertahankan nasabah lama. Memperebutkan loyalitas nasabah merupakan kunci terpenting untuk memenangkan persaingan. Loyalitas nasabah merupakan puncak pencapaian pelaku bisnis perbankan. Nasabah yang puas dan setia tidak akan ragu untuk menjadi penyebar kabar baik yang selalu menyebarkan kebaikan mengenai produk perbankan yang dikonsumsi. Mereka memiliki kredibilitas yang tinggi, karena tidak dibayar oleh pihak manapun untuk merekomendasikan produk atau merek perbankan tersebut. Mempertahankan nasabah yang loyal memang harus mendapatkan prioritas yang utama daripada mendapatkan nasabah baru, karena untuk merekrut atau mendapatkan nasabah baru bukanlah hal yang mudah karena akan memerlukan biaya yang banyak, maka sangatlah rugi bila perusahaan melepas nasabah yang telah loyal secara begitu saja.¹

Persaingan dalam industri perbankan yang semakin ketat memaksa semua bank untuk terus berupaya mencari dan mempertahankan nasabah agar mampu bersaing dengan para kompetitornya. Perbankan yang ingin berkembang

¹ Ristiyanti Prasetyo dan Jhon J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi Yogyakarta. 2005), hlm. 4.

dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus mampu memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dengan harga murah, penyerahan cepat, dan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya dibanding dengan kompetitornya. Untuk memenuhi kepuasan nasabah pada industri perbankan, kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan untuk dikelola dengan baik agar memenuhi keinginan nasabah. Perusahaan yang gagal memahami kebutuhan, keinginan, selera dan proses keputusan beli konsumen akan mengalami kegagalan dalam pemasaran dan penjualannya, sehingga akan gagal juga dalam kinerja keseluruhannya.

Tidak hanya perbankan konvensional yang berlomba-lomba mempertahankan loyalitas nasabahnya, perkembangan perbankan syariah juga telah memberi pengaruh luas terhadap upaya perbaikan ekonomi umat dan kesadaran baru untuk mengadopsi dan ekspansi lembaga keuangan Islam. Seiring dengan ambruknya sistem perbankan nasional yang diawali dengan dilikuidasinya beberapa bank swasta nasional jadi akhir tahun 1997 dan kurangnya kinerja bank-bank milik pemerintah di Indonesia, pemerintah Indonesia mengambil langkah yaitu mengembangkan kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah, yaitu bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara islam.

Pengembangan bank syariah ini dilatarbelakangi oleh keinginan umat islam untuk menghindari adanya riba dalam kegiatan muamalahnya, memperoleh kesejahteraan lahir dan batin melalui kegiatan muamalah yang

sesuai dengan perintah agama, sebagai alternatif lain dalam menikmati jasa-jasa perbankan yang dirasakan lebih sesuai, yaitu bank yang berusaha sebisa mungkin untuk beroperasi berlandaskan kepada hukum-hukum islam

Upaya pemerintah untuk mendorong perkembangan bank Islam didasari oleh fakta bahwa sebagian masyarakat muslim di Indonesia pada saat ini sangat menantikan suatu sistem perbankan yang sehat dan terpercaya. Selain itu hal ini didasari pada usaha untuk mengakomodasi kebutuhan terhadap layanan jasa perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah, selain untuk meningkatkan mobilisasi dana masyarakat yang selama ini belum terlayani oleh sistem perbankan konvensional.

Krisis perbankan yang terjadi tahun 1997 telah membuktikan bahwa bank yang beroperasi dengan prinsip syariah dapat bertahan ditengah gejolak nilai tukar dan tingkat suku bunga yang tinggi. Kesadaran ini didukung oleh karakteristik kegiatan usaha bank syariah yang melarang bunga konvensional, dan pemberlakuan *nisbah* bagi hasil sebagai pengganti serta melarang transaksi keuangan yang bersifat spekulatif (*al Gharar*) dan tanpa didasarkan pada kegiatan usaha yang riil.²

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia tergolong cukup pesat, hal ini terlihat dari data yang dipublikasikan Bank Indonesia. Pada Juli 2012 terdapat 11 Bank Umum Syariah (BUS), 24 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 156 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).³ Sampai tahun 2011, Bank

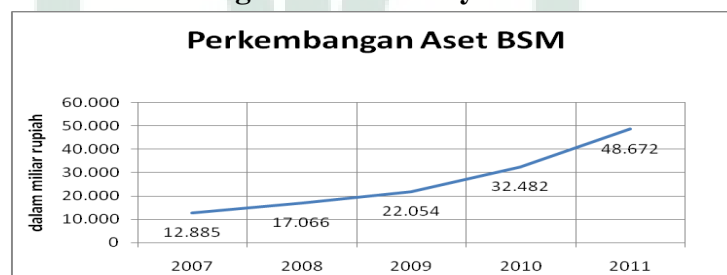
² Rochana Kusumajati, "Persepsi masyarakat Surakarta Terhadap Bank Syariah", *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta* (2009). hlm 3.

³Bank Indonesia, *Statistik Perbankan Syariah*, (Jakarta: Bank Indonesia, 2012)

Syariah Mandiri merupakan Bank Umum Syariah (BUS) dengan jumlah aset paling besar dibandingkan Bank Umum Syariah (BUS) lainnya.⁴ Ketatnya persaingan antar bank syariah maupun dengan bank konvensional menuntut bank syariah memiliki kinerja yang bagus untuk dapat memperebutkan pangsa pasar perbankan di Indonesia dan mempertahankan loyalitas nasabahnya. Begitu pula dengan Bank Syariah Mandiri, sebagai bank syariah dengan jumlah aset terbesar di Indonesia, Bank Syariah Mandiri terus berupaya agar tetap dipercaya dan menjadi pilihan nasabah.

Upaya Bank Syariah Mandiri untuk merebut pangsa pasar dan mempertahankan loyalitas nasabahnya kiranya telah menunjukkan hasil. Hal ini dibuktikan dengan perkembangan aset Bank Syariah Mandiri yang terus bertambah dari tahun ke tahun. Perkembangan tersebut dapat dilihat pada grafik di bawah:

Gambar 1.1
Perkembangan Aset Bank Syariah Mandiri



Sumber : www.syariahmandiri.co.id

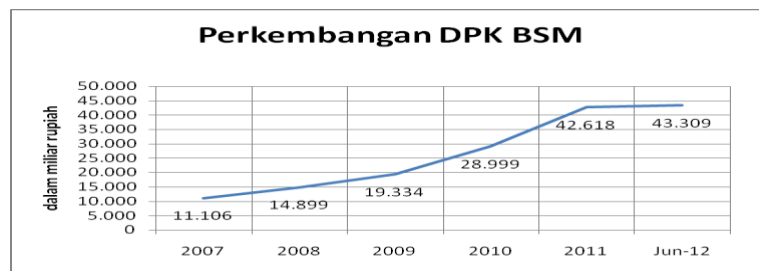
Sampai Juli 2012, Bank Syariah Mandiri telah memiliki 349 Kantor Cabang Pembantu (KCP) yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia.⁵ Tidak

⁴ Perbandingan Laporan Keuangan Tahunan 11 Bank Umum Syariah (BUS) tahun 2011.

⁵ www.syariahmandiri.co.id diakses pada 20 November 2012 pukul 21.12 WIB

hanya perkembangan aset saja yang mengalami pertumbuhan, Dana Pihak Ketiga (DPK) Bank Syariah Mandiri juga terus mengalami kenaikan setiap tahunnya.

Gambar 1.2
Perkembangan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah Mandiri



Sumber : www.syariahmandiri.co.id

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Baik faktor internal maupun eksternal sama-sama berpengaruh kuat terhadap penentuan keputusan. Penelitian tentang loyalitas nasabah sudah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya, diantaranya Munrokhim Misanam, SE., dan Lili Liana dari Universitas Islam Indonesia dengan judul Bunga Bank, Bagi Hasil dan Religiusitas: Suatu Investigasi Loyalitas Nasabah Terhadap Perbankan Syariah dan Adi Krismanto, SE., dari Program Studi Magister Manajemen dalam tesisnya pada tahun 2009 dengan judul Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah studi kasus pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Semarang Patimura. Namun penelitian tentang loyalitas nasabah perlu diteliti ulang kembali karena pada penelitian-penelitian sebelumnya lebih banyak menggunakan objek bank konvensional dan tidak mengaitkannya dengan sisi agama, oleh karena itu

dalam penelitian kali ini digunakan objek bank syariah dan mengaitkannya dengan sisi agama.

Berdasarkan latarbelakang di atas maka penulis tertarik untuk meneliti loyalitas nasabah terhadap bank syariah dengan judul FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS NASABAH PADA BANK SYARIAH MANDIRI

B. Rumusan Masalah

Bersumber pada hasil-hasil penelitian terdahulu, ditemukan sejumlah rujukan yang mengarah pada pentingnya mengangkat topik penelitian ini kembali, maka pada penelitian ini dikembangkan berbagai faktor yang berkaitan dengan pembentukan loyalitas nasabah.

Berkaitan dengan loyalitas nasabah dan sebagaimana yang telah diuraikan di atas, maka dapat diutarakan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah tingkat religiusitas masyarakat mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah?
2. Apakah tingkat pengetahuan masyarakat tentang bagi hasil mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah?
3. Apakah tingkat pengetahuan masyarakat tentang produk mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah ?
4. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah?
5. Apakah tingkat religiusitas masyarakat mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah dengan pemoderasi kepuasan nasabah?

6. Apakah tingkat pengetahuan masyarakat tentang bagi hasil mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah dengan pemoderasi kepuasan nasabah?
7. Apakah tingkat pengetahuan masyarakat tentang produk mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah dengan pemoderasi kepuasan nasabah?
8. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah dengan pemoderasi kepuasan nasabah?

C. Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan:

1. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh tingkat religiusitas masyarakat terhadap loyalitas nasabah
2. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh tingkat pengetahuan masyarakat tentang sistem bagi hasil terhadap loyalitas nasabah
3. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh tingkat pengetahuan masyarakat tentang atribut produk bank syariah terhadap loyalitas nasabah
4. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah
5. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh tingkat religiusitas masyarakat terhadap loyalitas nasabah dengan pemoderasi kepuasan nasabah
6. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh tingkat pengetahuan masyarakat tentang sistem bagi hasil terhadap loyalitas nasabah dengan pemoderasi kepuasan nasabah

7. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh tingkat pengetahuan masyarakat tentang atribut produk bank syariah terhadap loyalitas nasabah dengan pemoderasi kepuasan nasabah
8. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan pemoderasi kepuasan nasabah

D. Kegunaan penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak:

1. Kegunaan praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan pihak manajemen bank untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Selain itu, untuk memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengevaluasi atau memperbaiki kinerjanya guna memperluas pengetahuan konsumen sehingga dapat dijadikan sebagai masukan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen.

2. Kegunaan akademis

Untuk memberikan sumbangan pemikiran untuk peneliti selanjutnya dan sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca terutama mengenai perilaku tentang konsumen mengenai perilaku konsumen terkait dengan pengaruhnya dalam proses pengambilan keputusan.

E. Sistematika Penulisan

Agar dapat diperoleh pemahaman yang sistematis, runtut dan jelas serta terarah, maka penulis memberikan sistematika pembahasan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Bab I merupakan Pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II memuat Landasan Teori yang memaparkan teori-teori yang mendasari penelitian ini, mencakup teori religiusitas, bagi hasil, pengetahuan dan persepsi konsumen, perilaku konsumen, kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Kemudian dilanjutkan dengan telaah pustaka, kerangka teori dan diakhiri dengan hipotesis.

Bab III merupakan Metode Penelitian yang berisi gambaran cara atau teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini. Cara atau teknik ini meliputi uraian tentang gambaran objek penelitian, penentuan sampel, perangkat atau peralatan yang digunakan, baik dalam pengumpulan maupun analisis data.

Bab IV berisi Analisis dan Pembahasan yang merupakan hasil analisis dan pembahasan data. Analisis tersebut berisi tentang hasil interpretasi terhadap hasil pengolahan data dengan menggunakan teori-teori.

Bab V memuat Penutup yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan memberikan saran-saran atas hasil penelitian yang ditunjukkan kepada berbagai pihak.

BAB V

PENUTUP

Bab ini akan menguraikan kesimpulan hipotesis dari analisis seperti yang diuraikan pada bab sebelumnya dan saran. Pada bagian pertama akan dijelaskan secara ringkas mengenai kesimpulan hasil hipotesis. Pada bagian berikutnya adalah saran teoritis dan saran praktis. Keterbatasan penelitian merupakan bagian khusus yang menjelaskan kendala-kendala yang membatasi penelitian ini.

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji F dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen (religiusitas, bagi hasil, produk, kualitas pelayanan, $|X_1-X_5|$, $|X_2-X_5|$, $|X_3-X_5|$, $|X_4-X_5|$) secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
2. Berdasarkan uji t dapat disimpulkan bahwa :
 - a. Hipotesis pertama diterima, yang artinya religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa faktor utama nasabah yang memiliki loyalitas tinggi adalah karena ketaatan mereka terhadap prinsip syariah. Penilaian atas baik buruknya kebenaran penerapan nilai-nilai Islam dalam operasional perbankan syariah akan memiliki pengaruh besar terhadap loyalitas.

- b. Hipotesis kedua ditolak, yang artinya pengetahuan tentang bagi hasil tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat bagi hasil yang ditawarkan tidak berarti semakin besar kecenderungan nasabah untuk bergabung dengan bank syariah. Nasabah tidak memperhatikan untung rugi yang mereka peroleh tetapi lebih mempertimbangkan kualitas penerapan nilai-nilai Islam dalam operasional perbankan syariah tersebut.
- c. Hipotesis ketiga ditolak, yang artinya pengetahuan tentang produk tidak berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dikarenakan jenis produk yang belum sesuai dengan kebutuhan nasabah, sehingga proses mencari perbankan syariah yang memiliki jenis produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka masih akan terus dilakukan.
- d. Hipotesis keempat diterima, yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan baik buruknya kualitas layanan yang diberikan oleh perbankan syariah akan memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap loyalitas nasabahnya.
- e. Hipotesis kelima ditolak, yang artinya kepuasan nasabah tidak memoderasi pengaruh antara religiusitas dan loyalitas nasabah. Hal ini dikarenakan religiusitas merupakan faktor internal yang mempengaruhi seseorang dalam mengambil suatu keputusan. Sehingga nasabah yang tingkat religiusitasnya tinggi akan lebih

mempertimbangkan penerapan nilai-nilai agama daripada kepuasan yang mereka peroleh.

- f. Hipotesis keenam ditolak, yang artinya yang artinya kepuasan nasabah tidak memoderasi pengaruh antara pengetahuan tentang bagi hasil dan loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada kesalahan persepsi masyarakat tentang bank syariah yaitu bank syariah terkesan sekedar bank konvensional yang menggunakan istilah-istilah syariah saja. Sehingga kadang nasabah memutuskan memilih bank syariah bukan karena keinginan mereka sendiri melainkan hanya ajakan orang lain, dan akhirnya tidak menimbulkan kepuasan dan tidak menciptakan loyalitas.
- g. Hipotesis ketujuh diterima, yang artinya kepuasan nasabah memoderasi pengaruh antara pengetahuan tentang produk dan loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk maka semakin tinggi kepuasan nasabah, dan sebaliknya sehingga akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
- h. Hipotesis kedelapan ditolak, yang artinya kepuasan nasabah tidak memoderasi pengaruh antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah tidak terlalu mempertimbangkan pelayanan yang diberikan karena setiap bank memiliki standar pelayanan yang hampir sama. Sehingga tingkat kepuasan mereka atas kualitas pelayanan yang diberikan akan sama saja dalam setiap bank, dan tidak akan berpengaruh terhadap loyalitas.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian sebagai berikut:

1. Saran Untuk Perusahaan

- a. Perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah karena kualitas pelayanan merupakan pertimbangan utama dalam menentukan pilihan mereka terhadap suatu bank. Kualitas pelayanan yang baik dapat digunakan sebagai alat untuk mempertahankan nasabah lama dan menarik nasabah baru.
- b. Kualitas pelayanan dapat membentuk suatu citra atau *image* suatu perusahaan. Apabila perusahaan mempunyai citra yang baik dimata pelanggan, maka pelanggan akan memberi penilaian positif pada perusahaan tersebut yang mendorong mereka untuk loyal pada produk tersebut. Sebaliknya, bila perusahaan mempunyai citra yang buruk, pelanggan akan memberi penilaian negatif sehingga pelanggan akan berpindah ke produk lain. Hal ini harus diperhatikan untuk selalu memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada setiap pelanggannya agar mereka tidak berpindah ke produk lain. Karena mungkin tidaknya pelanggan berpindah ke produk lain menjadi ukuran keterikatan pada loyalitas pelanggan.

2. **Saran Untuk Penelitian Mendatang**

- a. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap faktor-faktor selain religiusitas, bagi hasil, produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri cabang pembantu Boyolali. Hal ini dikarenakan, dalam penelitian ini kelima variabel tersebut hanya mampu menjelaskan 64,8 persen variasi loyalitas nasabah. Penelitian ini belum memasukkan variabel atas aspek lain yang mungkin dapat mempengaruhi dan menyempurnakan hasil penelitian ini.
- b. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk meneliti bank syariah lainnya yang belum pernah diteliti. Hal ini dapat dijadikan pembandingan sekaligus melengkapi penelitian ini.
- c. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk mencari ruang lingkup populasi yang berbeda dan lebih luas dari populasi dalam penelitian ini. Sampel yang digunakan sebaiknya juga lebih banyak daripada sampel dalam penelitian ini, dengan demikian penelitian lanjutan tersebut dapat semakin memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai pengaruh religiusitas, bagi hasil, produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas nasabah.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini juga masih memiliki keterbatasan – keterbatasan. Salah satunya adalah jumlah responden belum bisa menggambarkan kondisi riil yang sesungguhnya serta terbatasnya jumlah peneliti yang diperbolehkan melakukan penelitian di bank dalam satu periode membuat penelitian membutuhkan waktu yang lama. Dengan keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran

Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya*. Semarang: Cv. Asy Syfa'.
2010

Buku dan Literatur

- Agus, Bustanuddin. *Agama Dalam Kehidupan Manusia: Pengantar Antropologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2006.
- Antonio, Muhammad Safii. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani. 2007.
- Arifin, Zainul. *Memahami Bank Syariah: Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek*. Jakarta: AlvaBet. 2000.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan dan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. 2002.
- Azwar, Adiwarmanto Karim.. *Ekonomi Islam: Suatu Kajian Kontemporer*. Jakarta: Bina Insani. 2001.
- Azwar, Saifuddin . *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2003.
- Bank Indonesia. *Statistik Perbankan Syariah Juli 2012*. Jakarta: Bank Indonesia. 2012.
- Blackwell, R.D dan Miniard, P.W. 1995. *Perilaku konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara. 1995.
- Gasperz, V. *Manajemen Kualitas: Penerapan Konsep-Konsep Kualitas dalam Manajemen Bisnis Total*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 1997
- Geertz, Clifford. *Kebudayaan dan Agama*. Yogyakarta: Kanisius. 1992.
- Hendrie Anto. *Pengantar Ekonomi Mikro Islami*. Yogyakarta: Ekonosia.2003.
- Ishomuddin. *Pengantar Sosiologi Agama*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 2002.

- Ismail, Faisal. *Paradigma Kebudayaan Islam: Studi Kritis dan Refleksi Historis*. Yogyakarta: Titian Ilahi Press. 1997.
- Iqbal, Zamir dan Abbas Mirakhor. *Pengantar Keuangan Islam*. Jakarta: Kencana. 2008.
- Kahmad, Dadang. *Sosiologi Agama*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya. 2002.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. PT.Indeks. 2009.
- Nashori, Fuad dan Rachmy Diana. *Mengembangkan Kreativitas dala Perspektif Psikologi Islam*. Yogyakarta: Menara Kudus. 2002.
- Prasetijo, Ristiyanti dan Jhon J.O.I Ihalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta. 2005.
- Rangkuti, Freddy. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan & Analisis Kasus PLN – JP*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2003
- Shihab, Quraish. *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Tematik Atas Pelbagai Persoalan Umat*. Bandung: Mizan.
- Suliyanto. *Ekonometrika Terapan, Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset. 2011.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Theory & Application in Marketing*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2003.
- Tim Pengembangan Perbankan Syariah Institut Bankir Indonesia. *2Bank Syariah : Konsep, Produk dan Implementasi Operasional*. Jakarta: Djambatan. 2003.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset. 2001.
- Van Deer Heidjen (1996) dalam Achsien, Iggi H. *Investasi Syariah di Pasar Modal : Menggagas Konsep dan Praktek Manajemen Portofolio Syariah*. Jakarta: Gramedia. 2000.

Skripsi, Jurnal dan Tesis

- Dama, Hais. "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah, studi kasus pada Bank Mandiri Cabang Gorontalo". *Jurnal Inovasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gorontalo*. 2010.
- Dharmmesta, Basu Swastha. "Loyalitas pelanggan: sebuah kajian konseptual sebagai panduan bagi peneliti". *Jurnal ekonomi dan bisnis Indonesia*. 1999.
- Fatmah. "Perilaku Konsumen Muslim, Religious motive dan economic motive dalam proses pengambilan keputusan". *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya*.
- Fatrio, Novel. "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam meningkatkan loyalitas nasabah studi kasus pada PT. Bank Bukopin Kantor Cabang Tegal". *Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro*. 2006.
- Krismanto, Adi. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi loyalitas Nasabah, Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Patimura Semarang". *Tesis Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro*. 2009.
- Kusumajati, Rochana. "Persepsi masyarakat Surakarta Terhadap Bank Syariah". *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta*. 2009.
- Misanam, Muhkronim dan Lili Liana. "Bagi Hasil, Bunga Bank dan Religiusitas: Suatu investigasi loyalitas nasabah terhadap perbankan syariah". *Skripsi Universitas Islam Indonesia*. 2007.
- Muhayatsyah, Ali. "Nilai Islam yang terkandung dalam teori konsumsi". Yogyakarta: Program Pascasarjana Konsentrasi Keuangan dan Perbankan Syariah, UIN Sunan Kalijaga.
- Musanto, Trisno. "Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 2004.
- Pujiyono, Arif. "Teori Konsumsi Islami". *Jurnal Dinamika Pembangunan*
- Wahyu, Bambang. "Filsafat Ekonomi Islam: Rasionalitas dan Religiusitas Ekonomi". *Jurnal Ekonomi Islam Al-Infaq* . 2010.

Widiyanta, Ari. 2002. "Sikap Terhadap Lingkungan Alam (Tinjauan Islam Dalam Menyelesaikan Masalah Lingkungan)". *Skripsi* Fakultas Kedokteran/Program Studi Psikologi universitas Sumatera Utara. 2002.

Yahya, Muchlis. "Teori Bagi Hasil (profit and Loss Sharing) dan perbankan syariah dalam ekonomi syariah". *Jurnal* Dinamika Ekonomi Pembangunan. 2011.

Website

<http://id.wikipedia.org/wiki/Pengetahuan>

http://id.wikipedia.org/wiki/Perilaku_konsumen

<http://inspiringrahmat.wordpress.com/2011/05/08/consumer-awareness/#more-39>

<http://moebarak.files.wordpress.com/2008/03/perilaku-konsumen-sessi-5.pdf>

<http://statsdata.blogspot.com/2011/12/uji-asumsi-klasik-regresi-linier.html>


<http://vaniariyanti.blogspot.com/2012/05/persepsi-konsumen-pengertian-persepsi.html>

<http://www.boyalikab.bps.go.id>

<http://www.syariahmandiri.co.id>

<http://www.untukku.com/artikel-untukku/pengertian-loyalitas-untukku.html>

<http://www.psychologymania.com/2012/08/definisi-religiusitas.html>



LAMPIRAN

LAMPIRAN I

TERJEMAHAN

No	Halaman	Ayat	Terjemahan
1	13	QS. Al-Baqarah (2) Ayat 284.	“Kepunyaan Allah-lah segala apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi. Dan jika kamu melahirkan apa yang ada di dalam hatimu atau kamu menyembunyikan, niscaya Allah akan membuat perhitungan dengan kamu tentang perbuatanmu itu. Maka Allah mengampuni siapa yang dikehendaki-Nya dan menyiksa siapa yang dikehendaki-Nya; dan Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.”
2	15	QS. Ar-Rum (30) Ayat 39.	“Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).”
3	16	QS.A-Nisa (4) Ayat 160-161.	“Maka disebabkan kezaliman orang-orang Yahudi, kami haramkan atas (memakan makanan) yang baik-baik (yang dahulunya) dihalalkan bagi mereka, dan karena mereka banyak menghalangi (manusia) dari jalan Allah, dan disebabkan mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih.”
4	16	QS. Ali Imron (3) Ayat 130.	“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda] dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat

			keberuntungan.”
5	16	QS. Al-Baqarah (2) Ayat 275	“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”
6	21	QS Al-An'aam (6) Ayat 152	“Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.”
7	37	QS Al Anbiya (21) Ayat 107	“Dan tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam.”
8	38	QS. Ibrahim (14) Ayat 28-29	“Tidakkah kamu perhatikan orang-orang yang telah menukar nikmat Allah dengan kekafiran dan menjatuhkan kaumnya ke lembah kebinasaan?, yaitu neraka jahannam; mereka masuk kedalamnya; dan itulah seburuk-buruk tempat kediaman.”
9	39	QS. Al-Kahfi (18) Ayat 46	“Harta dan anak-anak adalah perhiasan kehidupan dunia tetapi amalan-amalan yang kekal lagi saleh adalah lebih baik pahalanya di sisi Tuhanmu serta lebih

			baik untuk menjadi harapan.”
10	41	QS. Al Baqarah (2) Ayat 168	“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”
11	48	QS. Al-Baqarah (2) Ayat 267	“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.”
12	49	QS. An-Nahl (16) Ayat 91	“Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.”
13	50	QS. Ali Imron (3) Ayat 159	“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 maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”
14	52	QS. At-Takaatsur (102) Ayat 1-5	“Bermegah-megahan telah melalaikan kamu, sampai kamu masuk ke dalam kubur. Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu), dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui, Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan

			yang yakin.”
15	57	QS. Al-maidah (5) Ayat 2	<p>“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi’ar-syi’ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”</p>
16	61	QS. Muhammad (47) Ayat 11	<p>“Yang demikian itu karena sesungguhnya Allah adalah pelindung orang-orang yang beriman dan karena sesungguhnya orang-orang kafir itu tidak mempunyai pelindung.”</p>

Lampiran II

Data Hasil Perhitungan

No	Y	X1	X2	X3	X4	X5	ZX1	ZX2	ZX3	ZX4	ZX5	X1_X5	X2_X5	X3_X5	X4_X5
1	20.00	16.00	18.00	20.00	36.00	16.00	-0.36821	-0.39885	-0.86015	-1.04350	-0.51404	0.15	0.12	0.35	0.53
2	24.00	19.00	17.00	20.00	40.00	19.00	1.50403	-0.98540	-0.86015	0.58062	1.54211	0.04	2.53	2.40	0.96
3	20.00	20.00	18.00	20.00	37.00	17.00	2.12810	-0.39885	-0.86015	-0.63747	0.17135	1.96	0.57	1.03	0.81
4	22.00	18.00	18.00	20.00	40.00	17.00	0.87995	-0.39885	-0.86015	0.58062	0.17135	0.71	0.57	1.03	0.41
5	20.00	17.00	18.00	20.00	38.00	17.00	0.25587	-0.39885	-0.86015	-0.23144	0.17135	0.08	0.57	1.03	0.40
6	23.00	19.00	20.00	23.00	41.00	19.00	1.50403	0.77424	1.25498	0.98665	1.54211	0.04	0.77	0.29	0.56
7	21.00	18.00	18.00	20.00	41.00	20.00	0.87995	-0.39885	-0.86015	0.98665	2.22750	1.35	2.63	3.09	1.24
8	19.00	17.00	18.00	20.00	38.00	17.00	0.25587	-0.39885	-0.86015	-0.23144	0.17135	0.08	0.57	1.03	0.40
9	22.00	16.00	18.00	20.00	36.00	18.00	-0.36821	-0.39885	-0.86015	-1.04350	0.85673	1.22	1.26	1.72	1.90
10	24.00	20.00	19.00	20.00	40.00	18.00	2.12810	0.18769	-0.86015	0.58062	0.85673	1.27	0.67	1.72	0.28
11	20.00	19.00	18.00	22.00	39.00	17.00	1.50403	-0.39885	0.54993	0.17459	0.17135	1.33	0.57	0.38	0.00
123	19.00	16.00	18.00	20.00	36.00	16.00	-0.36821	-0.39885	-0.86015	-1.04350	-0.51404	0.15	0.12	0.35	0.53
13	24.00	16.00	19.00	25.00	39.00	17.00	-0.36821	0.18769	2.66507	0.17459	0.17135	0.54	0.02	2.49	0.00
14	24.00	17.00	18.00	21.00	41.00	19.00	0.25587	-0.39885	-0.15511	0.98665	1.54211	1.29	1.94	1.70	0.56
15	19.00	16.00	19.00	20.00	35.00	16.00	-0.36821	0.18769	-0.86015	-1.44952	-0.51404	0.15	0.70	0.35	0.94
16	20.00	16.00	18.00	22.00	36.00	16.00	-0.36821	-0.39885	0.54993	-1.04350	-0.51404	0.15	0.12	1.06	0.53
17	24.00	18.00	20.00	22.00	41.00	18.00	0.87995	0.77424	0.54993	0.98665	0.85673	0.02	0.08	0.31	0.13
18	20.00	19.00	19.00	20.00	38.00	17.00	1.50403	0.18769	-0.86015	-0.23144	0.17135	1.33	0.02	1.03	0.40
19	22.00	18.00	19.00	23.00	41.00	17.00	0.87995	0.18769	1.25498	0.98665	0.17135	0.71	0.02	1.08	0.82
20	24.00	18.00	20.00	21.00	39.00	17.00	0.87995	0.77424	-0.15511	0.17459	0.17135	0.71	0.60	0.33	0.00
21	23.00	17.00	18.00	24.00	41.00	17.00	0.25587	-0.39885	1.96002	0.98665	0.17135	0.08	0.57	1.79	0.82
22	20.00	17.00	21.00	21.00	39.00	17.00	0.25587	1.36079	-0.15511	0.17459	0.17135	0.08	1.19	0.33	0.00
23	20.00	15.00	17.00	21.00	37.00	15.00	-0.99228	-0.98540	-0.15511	-0.63747	-1.19942	0.21	0.21	1.04	0.56
24	21.00	18.00	20.00	20.00	38.00	17.00	0.87995	0.77424	-0.86015	-0.23144	0.17135	0.71	0.60	1.03	0.40
25	20.00	16.00	19.00	20.00	36.00	16.00	-0.36821	0.18769	-0.86015	-1.04350	-0.51404	0.15	0.70	0.35	0.53
26	19.00	15.00	19.00	20.00	36.00	16.00	-0.99228	0.18769	-0.86015	-1.04350	-0.51404	0.48	0.70	0.35	0.53
27	23.00	16.00	21.00	24.00	42.00	16.00	-0.36821	1.36079	1.96002	1.39268	-0.51404	0.15	1.87	2.47	1.91

28	21.00	18.00	21.00	22.00	41.00	19.00	0.87995	1.36079	0.54993	0.98665	1.54211	0.66	0.18	0.99	0.56
29	20.00	18.00	17.00	22.00	38.00	17.00	0.87995	-0.98540	0.54993	-0.23144	0.17135	0.71	1.16	0.38	0.40
30	23.00	18.00	22.00	22.00	43.00	19.00	0.87995	1.94733	0.54993	1.79871	1.54211	0.66	0.41	0.99	0.26
31	22.00	15.00	18.00	22.00	39.00	15.00	-0.99228	-0.39885	0.54993	0.17459	-1.19942	0.21	0.80	1.75	1.37
32	22.00	16.00	22.00	25.00	44.00	16.00	-0.36821	1.94733	2.66507	2.20474	-0.51404	0.15	2.46	3.18	2.72
33	22.00	16.00	18.00	22.00	38.00	16.00	-0.36821	-0.39885	0.54993	-0.23144	-0.51404	0.15	0.12	1.06	0.28
34	22.00	18.00	22.00	23.00	42.00	17.00	0.87995	1.94733	1.25498	1.39268	0.17135	0.71	1.78	1.08	1.22
35	23.00	16.00	21.00	20.00	40.00	18.00	-0.36821	1.36079	-0.86015	0.58062	0.85673	1.22	0.50	1.72	0.28
36	22.00	17.00	18.00	20.00	39.00	16.00	0.25587	-0.39885	-0.86015	0.17459	-0.51404	0.77	0.12	0.35	0.69
37	20.00	16.00	21.00	20.00	38.00	16.00	-0.36821	1.36079	-0.86015	-0.23144	-0.51404	0.15	1.87	0.35	0.28
38	21.00	16.00	16.00	22.00	40.00	16.00	-0.36821	-1.57194	0.54993	0.58062	-0.51404	0.15	1.06	1.06	1.09
39	21.00	15.00	21.00	22.00	37.00	15.00	-0.99228	1.36079	0.54993	-0.63747	-1.19942	0.21	2.56	1.75	0.56
40	22.00	17.00	21.00	23.00	41.00	17.00	0.25587	1.36079	1.25498	0.98665	0.17135	0.08	1.19	1.08	0.82
41	23.00	17.00	17.00	23.00	44.00	20.00	0.25587	-0.98540	1.25498	2.20474	2.22750	1.97	3.21	0.97	0.02
42	19.00	14.00	21.00	20.00	35.00	15.00	-1.61636	1.36079	-0.86015	-1.44952	-1.19942	0.42	2.56	0.34	0.25
43	20.00	17.00	22.00	20.00	39.00	18.00	0.25587	1.94733	-0.86015	0.17459	0.85673	0.60	1.09	1.72	0.68
44	23.00	18.00	22.00	20.00	41.00	18.00	0.87995	1.94733	-0.86015	0.98665	0.85673	0.02	1.09	1.72	0.13
45	20.00	16.00	17.00	20.00	36.00	16.00	-0.36821	-0.98540	-0.86015	-1.04350	-0.51404	0.15	0.47	0.35	0.53
46	20.00	14.00	17.00	20.00	35.00	15.00	-1.61636	-0.98540	-0.86015	-1.44952	-1.19942	0.42	0.21	0.34	0.25
47	23.00	17.00	16.00	23.00	43.00	17.00	0.25587	-1.57194	1.25498	1.79871	0.17135	0.08	1.74	1.08	1.63
48	20.00	16.00	21.00	20.00	35.00	15.00	-0.36821	1.36079	-0.86015	-1.44952	-1.19942	0.83	2.56	0.34	0.25
49	21.00	16.00	18.00	23.00	41.00	16.00	-0.36821	-0.39885	1.25498	0.98665	-0.51404	0.15	0.12	1.77	1.50
50	23.00	18.00	18.00	21.00	41.00	20.00	0.87995	-0.39885	-0.15511	0.98665	2.22750	1.35	2.63	2.38	1.24
51	22.00	19.00	20.00	21.00	40.00	17.00	1.50403	0.77424	-0.15511	0.58062	0.17135	1.33	0.60	0.33	0.41
52	22.00	14.00	23.00	24.00	40.00	15.00	-1.61636	2.53388	1.96002	0.58062	-1.19942	0.42	3.73	3.16	1.78
53	22.00	18.00	17.00	20.00	38.00	17.00	0.87995	-0.98540	-0.86015	-0.23144	0.17135	0.71	1.16	1.03	0.40
54	20.00	15.00	18.00	20.00	35.00	15.00	-0.99228	-0.39885	-0.86015	-1.44952	-1.19942	0.21	0.80	0.34	0.25
55	20.00	18.00	18.00	21.00	36.00	16.00	0.87995	-0.39885	-0.15511	-1.04350	-0.51404	1.39	0.12	0.36	0.53
56	20.00	15.00	18.00	20.00	38.00	17.00	-0.99228	-0.39885	-0.86015	-0.23144	0.17135	1.16	0.57	1.03	0.40
57	21.00	16.00	22.00	22.00	41.00	17.00	-0.36821	1.94733	0.54993	0.98665	0.17135	0.54	1.78	0.38	0.82
58	20.00	16.00	17.00	23.00	41.00	17.00	-0.36821	-0.98540	1.25498	0.98665	0.17135	0.54	1.16	1.08	0.82
59	22.00	17.00	18.00	22.00	41.00	17.00	0.25587	-0.39885	0.54993	0.98665	0.17135	0.08	0.57	0.38	0.82
60	20.00	16.00	17.00	21.00	36.00	16.00	-0.36821	-0.98540	-0.15511	-1.04350	-0.51404	0.15	0.47	0.36	0.53

61	19.00	15.00	16.00	20.00	36.00	16.00	-0.99228	-1.57194	-0.86015	-1.04350	-0.51404	0.48	1.06	0.35	0.53
62	20.00	16.00	19.00	20.00	38.00	17.00	-0.36821	0.18769	-0.86015	-0.23144	0.17135	0.54	0.02	1.03	0.40
63	20.00	16.00	17.00	20.00	36.00	16.00	-0.36821	-0.98540	-0.86015	-1.04350	-0.51404	0.15	0.47	0.35	0.53
64	20.00	17.00	18.00	21.00	36.00	16.00	0.25587	-0.39885	-0.15511	-1.04350	-0.51404	0.77	0.12	0.36	0.53
65	23.00	17.00	18.00	20.00	42.00	20.00	0.25587	-0.39885	-0.86015	1.39268	2.22750	1.97	2.63	3.09	0.83
66	20.00	16.00	17.00	20.00	36.00	16.00	-0.36821	-0.98540	-0.86015	-1.04350	-0.51404	0.15	0.47	0.35	0.53
67	19.00	14.00	19.00	20.00	36.00	16.00	-1.61636	0.18769	-0.86015	-1.04350	-0.51404	1.10	0.70	0.35	0.53
68	20.00	16.00	17.00	21.00	37.00	16.00	-0.36821	-0.98540	-0.15511	-0.63747	-0.51404	0.15	0.47	0.36	0.12
69	24.00	17.00	19.00	24.00	42.00	16.00	0.25587	0.18769	1.96002	1.39268	-0.51404	0.77	0.70	2.47	1.91
70	20.00	16.00	16.00	20.00	36.00	16.00	-0.36821	-1.57194	-0.86015	-1.04350	-0.51404	0.15	1.06	0.35	0.53
71	20.00	16.00	19.00	22.00	38.00	16.00	-0.36821	0.18769	0.54993	-0.23144	-0.51404	0.15	0.70	1.06	0.28
72	23.00	19.00	17.00	21.00	43.00	20.00	1.50403	-0.98540	-0.15511	1.79871	2.22750	0.72	3.21	2.38	0.43
73	23.00	15.00	18.00	24.00	40.00	16.00	-0.99228	-0.39885	1.96002	0.58062	-0.51404	0.48	0.12	2.47	1.09
74	21.00	16.00	20.00	22.00	38.00	16.00	-0.36821	0.77424	0.54993	-0.23144	-0.51404	0.15	1.29	1.06	0.28
75	22.00	18.00	17.00	20.00	36.00	16.00	0.87995	-0.98540	-0.86015	-1.04350	-0.51404	1.39	0.47	0.35	0.53
76	19.00	14.00	17.00	20.00	35.00	15.00	-1.61636	-0.98540	-0.86015	-1.44952	-1.19942	0.42	0.21	0.34	0.25
77	20.00	18.00	18.00	20.00	37.00	17.00	0.87995	-0.39885	-0.86015	-0.63747	0.17135	0.71	0.57	1.03	0.81
78	20.00	16.00	20.00	21.00	36.00	16.00	-0.36821	0.77424	-0.15511	-1.04350	-0.51404	0.15	1.29	0.36	0.53
79	20.00	16.00	17.00	20.00	36.00	16.00	-0.36821	-0.98540	-0.86015	-1.04350	-0.51404	0.15	0.47	0.35	0.53
80	18.00	13.00	20.00	20.00	34.00	14.00	-2.24044	0.77424	-0.86015	-1.85555	-1.88481	0.36	2.66	1.02	0.03
81	19.00	14.00	17.00	21.00	37.00	16.00	-1.61636	-0.98540	-0.15511	-0.63747	-0.51404	1.10	0.47	0.36	0.12
82	23.00	17.00	20.00	24.00	42.00	17.00	0.25587	0.77424	1.96002	1.39268	0.17135	0.08	0.60	1.79	1.22
83	19.00	14.00	17.00	21.00	36.00	15.00	-1.61636	-0.98540	-0.15511	-1.04350	-1.19942	0.42	0.21	1.04	0.16
84	24.00	20.00	19.00	21.00	41.00	20.00	2.12810	0.18769	-0.15511	0.98665	2.22750	0.10	2.04	2.38	1.24
85	20.00	14.00	17.00	21.00	36.00	14.00	-1.61636	-0.98540	-0.15511	-1.04350	-1.88481	0.27	0.90	1.73	0.84
86	19.00	15.00	20.00	20.00	36.00	16.00	-0.99228	0.77424	-0.86015	-1.04350	-0.51404	0.48	1.29	0.35	0.53
87	20.00	15.00	18.00	22.00	38.00	16.00	-0.99228	-0.39885	0.54993	-0.23144	-0.51404	0.48	0.12	1.06	0.28
88	22.00	14.00	20.00	24.00	39.00	15.00	-1.61636	0.77424	1.96002	0.17459	-1.19942	0.42	1.97	3.16	1.37
89	23.00	17.00	17.00	23.00	40.00	16.00	0.25587	-0.98540	1.25498	0.58062	-0.51404	0.77	0.47	1.77	1.09
90	23.00	17.00	19.00	21.00	41.00	18.00	0.25587	0.18769	-0.15511	0.98665	0.85673	0.60	0.67	1.01	0.13
91	20.00	16.00	22.00	20.00	36.00	16.00	-0.36821	1.94733	-0.86015	-1.04350	-0.51404	0.15	2.46	0.35	0.53
92	21.00	16.00	19.00	22.00	38.00	16.00	-0.36821	0.18769	0.54993	-0.23144	-0.51404	0.15	0.70	1.06	0.28
93	23.00	20.00	16.00	20.00	41.00	20.00	2.12810	-1.57194	-0.86015	0.98665	2.22750	0.10	3.80	3.09	1.24

94	22.00	14.00	18.00	24.00	39.00	15.00	-1.61636	-0.39885	1.96002	0.17459	-1.19942	0.42	0.80	3.16	1.37
95	20.00	18.00	20.00	20.00	39.00	18.00	0.87995	0.77424	-0.86015	0.17459	0.85673	0.02	0.08	1.72	0.68
96	19.00	15.00	16.00	22.00	37.00	15.00	-0.99228	-1.57194	0.54993	-0.63747	-1.19942	0.21	0.37	1.75	0.56
97	20.00	17.00	16.00	20.00	36.00	16.00	0.25587	-1.57194	-0.86015	-1.04350	-0.51404	0.77	1.06	0.35	0.53
98	23.00	19.00	19.00	20.00	41.00	20.00	1.50403	0.18769	-0.86015	0.98665	2.22750	0.72	2.04	3.09	1.24
99	20.00	16.00	19.00	20.00	36.00	16.00	-0.36821	0.18769	-0.86015	-1.04350	-0.51404	0.15	0.70	0.35	0.53
100	25.00	20.00	20.00	22.00	43.00	20.00	2.12810	0.77424	0.54993	1.79871	2.22750	0.10	1.45	1.68	0.43



Lampiran III

Output Uji Normalitas Klmogorov-Sminorv

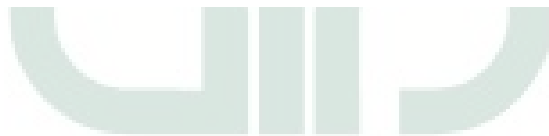
NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.92692457
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.065
Kolmogorov-Smirnov Z		.859
Asymp. Sig. (2-tailed)		.452

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



Lampiran IV

Output Uji Park

```
REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT ABS_LN_EI2
/METHOD=ENTER LNX1 LNX2 LNX3 LNX4 LNX1_X5 LNX2_X5 LNX3_X5 LNX4_X5.
```

Regression

Notes

Output Created		05-Jun-2013 05:56:56
Comments		
Input	Data	E:\skripsi\OLAH DATA\HETERO.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	133
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT ABS_LN_EI2 /METHOD=ENTER LNX1 LNX2 LNX3 LNX4 LNX1_X5 LNX2_X5 LNX3_X5 LNX4_X5.
Resources	Processor Time	0:00:00.062
	Elapsed Time	0:00:00.063
	Memory Required	4268 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	LNX4_X5, LNX1, LNX2, LNX1_X5, LNX2_X5, LNX3, LNX3_X5, LNX4 ^a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.307 ^a	.094	.015	1.64922

a. Predictors: (Constant), LNX4_X5, LNX1, LNX2, LNX1_X5, LNX2_X5, LNX3, LNX3_X5, LNX4

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25.821	8	3.228	1.187	.316 ^a
	Residual	247.514	91	2.720		
	Total	273.335	99			

a. Predictors: (Constant), LNX4_X5, LNX1, LNX2, LNX1_X5, LNX2_X5, LNX3, LNX3_X5, LNX4

b. Dependent Variable: ABS_LN_EI2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.733	12.860		-.057	.955
	LNX1	-2.196	2.436	-.128	-.902	.370
	LNX2	1.671	1.946	.090	.859	.393
	LNX3	1.208	3.774	.047	.320	.750
	LNX4	.154	5.110	.006	.030	.976
	LNX1_X5	.097	.157	.063	.621	.536
	LNX2_X5	.241	.147	.177	1.642	.104
	LNX3_X5	-.451	.279	-.217	-1.620	.109
	LNX4_X5	.157	.141	.120	1.113	.269

a. Dependent Variable: ABS_LN_EI2

Lampiran V

Output Regresi

Regression

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4_X5, Religiusitas, Bagi Hasil, X1_X5, X2_X5, Produk, X3_X5, Kualitas Pelayanan ^a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.822 ^a	.676	.648	.96681

a. Predictors: (Constant), X4_X5, Religiusitas, Bagi Hasil, X1_X5, X2_X5, Produk, X3_X5, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	177.690	8	22.211	23.762	.000 ^a
	Residual	85.060	91	.935		
	Total	262.750	99			

a. Predictors: (Constant), X4_X5, Religiusitas, Bagi Hasil, X1_X5, X2_X5, Produk, X3_X5, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.199	2.183		.549	.584		
	Religiusitas	.292	.085	.287	3.428	.001	.506	1.976
	Bagi Hasil	-.008	.061	-.008	-.130	.897	.870	1.150
	Produk	.168	.106	.146	1.590	.115	.421	2.378
	Kualitas Pelayanan	.295	.074	.445	3.960	.000	.281	3.554
	X1_X5	-.036	.218	-.011	-.165	.869	.872	1.147
	X2_X5	-.016	.130	-.009	-.124	.901	.680	1.471

X3_X5	.504	.168	.270	2.992	.004	.437	2.286
X4_X5	-.339	.264	-.103	-1.285	.202	.556	1.798

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions								
				(Constant)	Religiusitas	Bagi Hasil	Produk	Kualitas Pelayanan	X1_X5	X2_X5	X3_X5	X4_X5
1	1	7.638	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.545	3.743	.00	.00	.00	.00	.00	.21	.09	.06	.09
	3	.402	4.356	.00	.00	.00	.00	.00	.53	.14	.01	.00
	4	.274	5.279	.00	.00	.00	.00	.00	.12	.57	.07	.18
	5	.125	7.821	.00	.00	.00	.00	.00	.04	.06	.69	.67
	6	.008	30.792	.00	.35	.28	.01	.00	.08	.01	.00	.00
	7	.005	39.677	.03	.10	.69	.12	.01	.00	.06	.02	.03
	8	.001	71.898	.93	.01	.02	.16	.13	.00	.00	.13	.02
	9	.001	99.047	.04	.55	.01	.71	.86	.01	.06	.02	.01

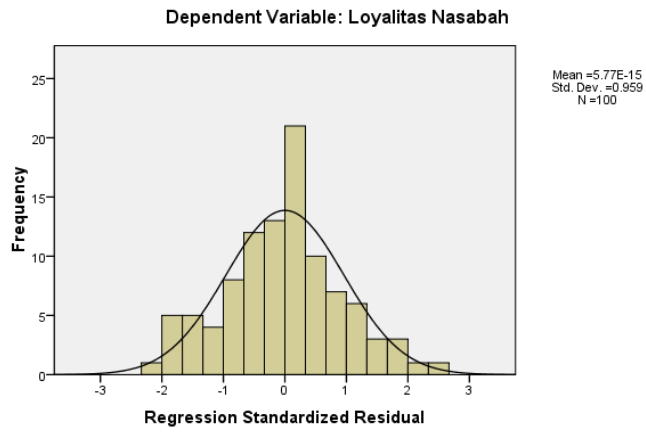
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Residuals Statistics^a

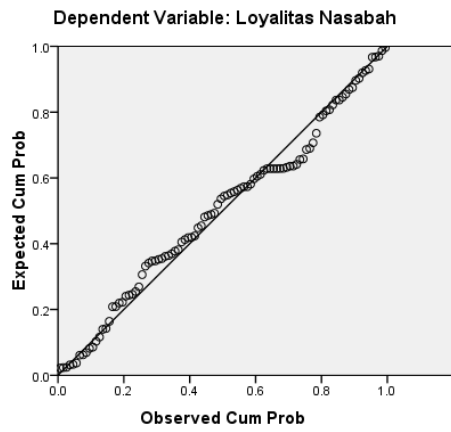
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	18.6629	23.9169	21.1500	1.33972	100
Std. Predicted Value	-1.856	2.065	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.176	.587	.278	.083	100
Adjusted Predicted Value	18.7860	23.9367	21.1488	1.35047	100
Residual	-1.94594	2.55781	.00000	.92692	100
Std. Residual	-2.013	2.646	.000	.959	100
Stud. Residual	-2.120	2.711	.001	1.011	100
Deleted Residual	-2.18507	2.68650	.00122	1.03367	100
Stud. Deleted Residual	-2.162	2.812	.001	1.023	100
Mahal. Distance	2.306	35.550	7.920	5.869	100
Cook's Distance	.000	.146	.013	.025	100
Centered Leverage Value	.023	.359	.080	.059	100

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

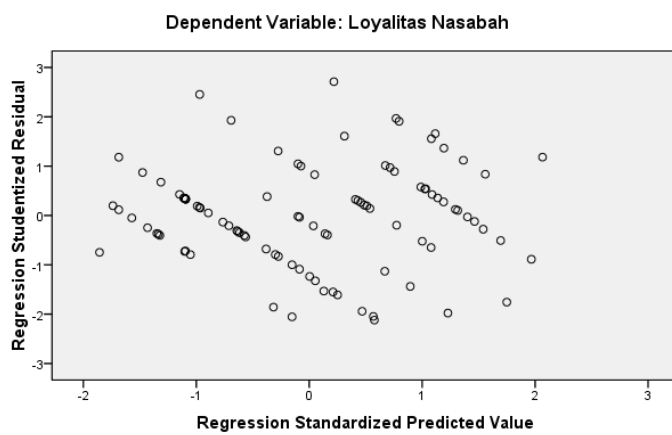
Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



CURRICULUM VITAE

Nama : Yuliana Normawati
Tempat, Tanggal Lahir : Boyolali, 18 Juli 1991
Agama : Islam
Alamat : Tegal Mulyo, Karanggeneng, Boyolali
E-mail : Lhieya_igone@yahoo.com
No. Hp : 0818 0455 8659

Orang Tua

Ayah : Ngadiman
Pekerjaan : PNS
Ibu : Mulyati
Pekerjaan : PNS
Alamat : Tegal Mulyo, Karanggeneng, Boyolali

Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri Karanggeneng II (2002)
2. SMP Negeri 3 Boyolali (2005)
3. SMA Negeri 1 Teras (2008)
4. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (2008-2013)

