

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PRODUK TERHADAP
LOYALITAS NASABAH BPRS MARGIRIZKI BAHAGIA YOGYAKARTA**



SKRIPSI

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

OLEH:

**ANDY HIDAYATULLAH
00390100**

PEMBIMBING:

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

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM
JURUSAN MUAMALAT
FAKULTAS SYARI'AH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2007

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Andy Hidayatullah
NIM : 00390100
Jurusan-Prodi : Muamalat-Kuangan Islam


Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: "**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Produk terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Margirizki Bahagia Yogyakarta**" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari pada karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk. Dan 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.

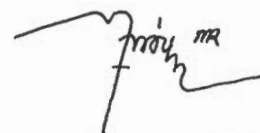
Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 10 Sya'ban 1428 H
23 Agustus 2007 M

Mengetahui,
Ka. Prodi Keuangan Islam


Drs. A. Yusuf Khoiruddin. SE, M.Si
NIP. 150 253 887

Penyusun


Andy Hidayatullah
NIM. 0039 0100

ABSTRAK

Keanekaragaman latar belakang nasabah pada sebuah lembaga keuangan merupakan kendala tersendiri karena pada dasarnya secara personal, setiap orang mempunyai keinginan yang berbeda-beda. Dengan demikian, pihak bank perlu menerapkan sebuah strategi yang kiranya dapat lebih mengoptimalkan kualitas pelayanan dan citra produk sehingga setiap personal dari seluruh nasabah terpenuhi kebutuhannya. Kondisi pada saat nasabah terpenuhi kebutuhannya atas kualitas produk maupun layanan yang diberikan oleh perbankan sesuai dengan ekspektasinya, diharapkan dapat membangun dan membentuk kepuasan yang berujung pada loyalitas nasabah.

BPRS Margirizki Bahagia sebagai lembaga keuangan syariah tertua di Yogyakarta telah terkenal dan memiliki pengalaman akan produk-produk layanan perbankan. Kelebihan tersebut tentunya akan menimbulkan sebuah tanda tanya, bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan citra produk di BPRS Margirizki Bahagia terhadap loyalitas para nasabahnya.

Penelitian ini menggunakan kuesioner, pengukuran variabel dalam kuesioner dalam kuesioner menggunakan Skala Likert, dari skala 1 sampai 5. Hasil angka dari item pertanyaan kuesioner kemudian diolah menggunakan regresi linear berganda. Variabel dependennya adalah loyalitas, sedangkan variabel independennya adalah kualitas pelayanan dan citra produk.

Berdasarkan hasil penelitian, secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di BPRS, artinya ketika kualitas pelayanan meningkat maka loyalitas nasabah akan meningkat, demikian pula sebaliknya ketika kualitas pelayanan menurun maka loyalitas nasabah akan menurun. Begitu pula dengan variabel citra produk yang secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di BPRS, artinya ketika citra produk naik, maka loyalitas akan ikut naik, demikian pula sebaliknya ketika citra produk turun maka loyalitas juga akan menurun. Adapun ketika diuji secara simultan (bersama-sama), variabel kualitas pelayanan dan citra produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di BPRS.

Sunarsih, SE, M.Si.
Dosen Fakultas Syari'ah
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

NOTA DINAS

Hal: Skripsi
Saudara Andy Hidayatullah

Kepada:
Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengoreksi dan menyarankan perbaikan seperlunya, maka menurut kami skripsi saudara:

Nama : Andy Hidayatullah

NIM : 00390100

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Produk terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Margirizki Bahagia Yogyakarta

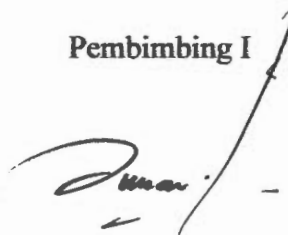
sudah dapat diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Keuangan Islam, Fakultas Syari'ah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 11 Sya'ban 1428 H
24 Agustus 2007 M

Pembimbing I



Sunarsih, SE, M.Si.
NIP: 150292259

Joko Setyono, SE, M.Si
Dosen Fakultas Syari'ah
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

NOTA DINAS

Hal: Skripsi
Saudara Andy Hidayatullah

Kepada:
Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengoreksi dan menyarankan perbaikan seperlunya, maka menurut kami skripsi saudara:

Nama : Andy Hidayatullah

NIM : 00390100

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Produk terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Margirizki Bahagia Yogyakarta

sudah dapat diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam keuangan Islam, Fakultas Syari'ah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 11 Sya'ban 1428 H
24 Agustus 2007 M

Pembimbing II



Joko Setyono, SE, M.Si
NIP : 150321647

PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Produk terhadap
Loyalitas Nasabah BPRS Margirizki Bahagia Yogyakarta**

Yang disusun oleh:

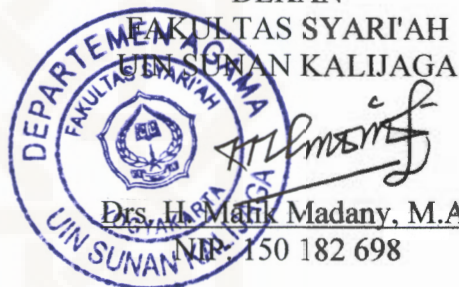
Andy Hidayatullah

NIM: 00390100

Skripsi ini dimunaqasyahkan di depan Sidang Munaqasyah pada tanggal 31 Agustus 2007 M / 18 Sya'ban 1428 H dan dinyatakan telah memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Yogyakarta, 18 Sya'ban 1428 H
31 Agustus 2007 M

DEKAN



Drs. H. Matik Madany, M.A.

NIP. 150 182 698

Panitia Ujian Munaqasyah

Ketua Sidang

H. Syafiq M. Hanafi, S.Ag., M.Ag.

NIP. 150 282 012

Sekretaris Sidang

M. Yazid Afandi, M.Ag.

NIP. 150 331 275

Pembimbing I

Sunarsih, SE, M.Si.

NIP: 150 292 259

Pembimbing II

Joko Setyono, SE, M.Si.

NIP : 150 321 647

Penguji I

Sunarsih, SE, M.Si.

NIP: 150 292 259

Penguji II

Sunaryati, SE, M.Si.

NIP: 150 321 645

MOTTO

قل لو كان البحر مدادا لكلمت ربي
لنفد البحر قبل أن تنفذ كلمت ربي ولو جئنا بمثله مددا

Katakanlah: "Kalau sekiranya lautan menjadi tinta untuk (menulis) kalimat-kalimat Tuhanku, sungguh habislah lautan itu sebelum habis (ditulis) kalimat-kalimat Tuhanku, meskipun Kami datangkan tambahan sebanyak itu (pula)"
(Al-Kahfi (18) : 109)

NOTHING IMPOSSIBLE

Keadaan tidak berubah. Kitalah yang berubah!
(Henry David Thoreau)

Saat ragu, merunduklah. Saat yakin, tak perlu, karena kau sudah kepalang basah!
(G-boy CreatiVisioN)

"Boys Will Be Boys"

PERSEMBAHAN

*Kepadanya aku menumpahkan tangis, marah, kesal, suka, cita, bahagia
yang terangkum dalam rasa cinta dan sayang sekaligus hormat.*

*Yang senantiasa memberi kekuatan lewat do'a
dalam sujud-sujud panjangnya dan derai air matanya.*

Tempat aku menemukan telaga di matanya dan berjuta ketenangan di peluknya.

Ia adalah MAMA, telaga yang tak pernah kering...

Hanya ini yang bisa ananda persembahkan.

Kepadanya aku belajar tentang kerasnya kehidupan dan manisnya keimanan.

Yang mendidiknya dengan keras sekaligus memanjakan.

Yang memberikan arti sebuah perjuangan hidup.

Ia adalah PAPA, madrasah pembelajaran yang tak pernah usai.

*Untuk saudara-saudariku terkasih,
dari limpahan kasih yang senantiasa mengalir tanpa pamrih
keinginan lebih berbenah berawal dan membuncah.*

*Dalam kebersamaan kita
pilar kehormatan itu 'kan tetap utuh terjaga.*

Aku menyayangi kalian...

*Dan untukmu jiwa-jiwa damai dalam kasih semesta,
dalam damaimu kumenapak damai.*

Bismillah...

Dalam kedalaman syukurku atas Rahman & Rahim-Mu Ya Rabb,

Kupersembahkan sepercik asa ini,

Untukmu;

Ayah, Bunda & Orang-orang Tercinta

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama
Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI
Nomor: 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	Be
ت	ta'	t	Te
ث	sa'	s	es (dengan titik diatas)
ج	jim	j	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	De
ذ	zal	z	zet (dengan titik diatas)
ر	ra'	r	Er
ز	zai	z	Zet
س	sin	s	Es
ش	syin	sy	Es dan Ye
ص	ṣād	ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍaḍ	ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	ṭa'	ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	ẓa'	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	`	koma terbalik di atas
غ	gain	g	Ge
ف	fa'	f	Ef
ق	qāf	q	Qi
ك	kāf	k	Ka
ل	lam	l	'El
م	mim	m	'Em
ن	nun	n	'En
و	wawu	w	We
ه	ha'	h	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	y	Ye

II. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis Rangkap

متقدين	ditulis	muta' aqqidīn
عدة	ditulis	'iddah

III. Ta' marbutah

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	ditulis	hibbah
جزية	ditulis	jizyah

(ketentuan ini tidak diperlakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang 'al serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h

كرامة الأولياء	ditulis	karāmah al-aulyā'
----------------	---------	-------------------

2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harkat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t.

زكاة الفطر	ditulis	zakātul fiṭri
------------	---------	---------------

IV. Vokal Pendek

—	kasrah	ditulis	i
—	fathah	ditulis	a
—	dammah	ditulis	u

V. Vokal Panjang

fathah + alif	ditulis	ā
جاهلية	ditulis	jāhiliyyah
fathah + ya' mati	ditulis	ā
يسمى	ditulis	yas'ā
kasrah + ya' mati	ditulis	ī
كريم	ditulis	karīm
dammah + wawu mati	ditulis	ū
فروض	ditulis	furūd

VI. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati	ditulis	ai
بينكم	ditulis	bainakum
fathah + wawu mati	ditulis	au
قول	ditulis	qaulun

VII. Vocal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan Apostrof

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

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

- a. Bila diikuti Huruf Qamariyyah

القرآن	ditulis	al-Qur' ān
القياس	ditulis	al-Qiyās

- b. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggandakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf / (el) nya.

السماء	ditulis	as-Samā'
الشمس	ditulis	asy-Syams

IX. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi pengucapannya dan menulis penulisannya.

ذوي الفروض	ditulis	zawī al-furūd
أهل السنة	ditulis	ahl as-sunnah

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

إن الحمد لله نحمده ونستعينه ونستغفره ونعوذ بالله من شرور أنفسنا
ومن سيئات أعمالنا من يهده الله فلا مضلّ له ومن يضلله فلا هادي له
أشهد أن لا إله إلا الله وأشهد أنّ محمداً عبده ورسوله
اللهم صلّ وسلم على سيّدنا محمد وعلى آل سيّدنا محمد
أمّا بعد.

Segala puji dan syukur penyusun haturkan ke hadirat Allah SWT, atas segala kenikmatan yang tiada pernah terhitung dan hanya atas izinNya penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada *uswah hasanah*, penyejuk hati dan pejuang sejati, Rasulullah Muhammad SAW, kekasih Allah yang dirindui.

Rasa syukur yang mendalam kiranya menjadi sebuah keharusan atas keluasan yang diberikan olehNya kepada penyusun, sehingga terselesaikannya skripsi ini sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Beragam aral dan rintangan merupakan sebuah keniscayaan selama proses penyusunan, namun hal tersebut tidaklah menjadi kendala yang berarti tatkala berbagai dukungan menopang. Oleh karenanya, dengan segala kerendahan hati untaian kata terima kasih terangkai kepada segenap pihak yang memungkinkan terselesaikannya skripsi ini:

1. Bapak Drs. H. Malik Madany, M.A. selaku Dekan Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Teriring harapan semoga berbagai keteladanan terpancar dari kepemimpinan beliau, dan mampu mengantarkan fakultas tercinta ini pada masa depan yang lebih baik.
2. Bapak Drs. A. Yusuf Khoiruddin, SE., M.Si., selaku Ketua Program Studi KUI sekaligus KUI's Big Father, atas motivasi dan *support* yang diberikan kepada seluruh anak-anaknya untuk segera menyelesaikan skripsi, baik melalui arahan, teguran maupun kemudahan yang tentunya amat membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

3. Bapak Nanang M Hidayatullah selaku Penasehat Akademik selama proses studi penyusun, yang telah memberikan bimbingan dalam menyelesaikan jenjang pendidikan di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta..
4. Ibu Sunarsih, SE., M.Si., selaku Pembimbing I, yang dengan sabar dan bijaksana telah berkenan meluangkan waktu untuk memberi dukungan, bimbingan, arahan, masukan dan koreksi terhadap penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Joko Setyono, SE., M.Si., selaku Pembimbing II, yang telah berkenan memberikan informasi, membaca dan mengoreksi naskah, serta memberikan arahan yang konstruktif dan berharga dalam upaya menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Syari'ah yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat berharga.
7. Jajaran staff Direksi dan karyawan/ti BPRS Margirizki Bahagia Banguntapan Bantul Yogyakarta, khususnya mbak-mbak manis dan baik hati, yang telah memberikan bantuan baik berupa informasi, data maupun konsultasi yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Ayahanda dan Ibunda tercinta, adik-adikku tersayang, dan segenap keluarga besar di Babatan Katibung Lampung Selatan yang tiada henti-hentinya mencurahkan kasih sayang dan doa serta senantiasa memberikan dukungan baik moral maupun modal.
9. The Most Special Community, Anak Nongkrong KUI-2 '00 yang *Hetero* sehingga terkadang terjadi *Multikol* (bahkan cenderung tidak *Normal*) namun kekompakan dan kebersamaannya telah teruji, baik secara *Validitas* maupun *Reliabilitas*. Eksistensi kalian ternyata amat sangat berpengaruh signifikan POSITIF terhadap warna-warni kehidupanku.
Thanks..... Our Brotherhood Never Ends!
10. Adik-adikku sayang.... Maya, Yeyen, Wenti dan Rheta cs di ConCat, juga tak lupa Iis Centil dan Danyatun Nikmah, yang selalu memberikan dukungan dan 'bantuan yang sebenarnya'. Berkat kalian, penyelenggaraan skripsi ini menjadi mudah dan menyenangkan. "Its True.."

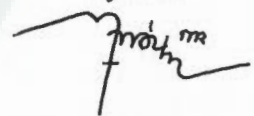
11. Para penghuni Vill@ BIRU Petung 20, *gerombolan* Goro-goro, Ambararum 292 dan Wonolelo VI yang selalu pancarkan semangat kebahagiaan dan kebersamaan serta memberikan pengalaman yang tiada ternilai dengan apapun. *Keep The Spirit !!*
12. Rekan seperjuangan yang tak terlupakan, Candra Suresh dan Alive Jamboel, yang sama-sama berpegang pada motto "Menuntut Ilmu hingga Akhir Hayat", namun ternyata terbentur oleh ketentuan dan batasan masa kuliah dari Kampus tercinta. (Semangat!! Kalo kita ampe D.O, *Apa Kata Dunia ?!*).
13. Seluruh makhluk di Alam Semesta yang pastinya tidak memungkinkan untuk disebutkan satu per satu. Semoga amal baik dan semua bantuan yang telah diberikan mendapat balasan dari Allah SWT. Dan semoga kita semua masuk surga. Amiin Yaa Robbal 'Alamiin.....

Akhirnya, penyusun menyadari sepenuhnya masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, maka penyusun mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun. Dan harapan terbesar penyusun adalah skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Yogyakarta, 10 Sya'ban 1428 H
23 Agustus 2007 M

Penyusun



Andy Hidayatullah
NIM. 00390100

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
HALAMAN NOTA DINAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL	xix
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian	5
E. Telaah Pustaka	5
F. Kerangka Teoretik	9
G. Hipotesis.....	10
H. Metode Penelitian	10
I. Sistematika Pembahasan	21

BAB II. LANDASAN TEORI	23
A. Manajemen Pemasaran	23
B. Pemasaran Jasa	27
C. Kualitas Pelayanan	29
D. Citra Produk	34
E. Loyalitas	38
F. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Produk terhadap Loyalitas	44
G. Sisi Keislaman Industri Jasa.....	46
BAB III.GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	51
A. Sejarah Berdirinya Perusahaan	51
B. Lokasi Perusahaan	52
C. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan.....	52
D. Prinsip Operasional BPRS	53
E. Struktur Organisasi.....	54
F. Produk-produk BPRS Margirizki Bahagia.....	59
BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	65
A. Analisis Deskriptif	65
B. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	71
C. Uji Asumsi Klasik	73
D. Regresi Linear Berganda	78
E. Pengujian Hipotesis.....	80
F. Pembahasan	83

BAB V. PENUTUP	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Gambar 3.1	Struktur Organisasi.....	56
Tabel 4.1	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pendidikan.....	67
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pekerjaan.....	68
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pendapatan	69
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Status.....	70
Tabel 4.7	Rata-rata Jawaban Responden.....	71
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Angket Kualitas Pelayanan.....	72
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Angket Citra Produk.....	72
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Angket Loyalitas	72
Tabel 4.11	Rata-rata Analisis Normalitas Garis Regresi.....	74
Tabel 4.12	Rata-rata Analisis Linearitas Garis Regresi	75
Tabel 4.13	Hasil Uji Autokorelasi.....	76
Tabel 4.14	Ringkasan Hasil Analisis Heteroskedastisitas.....	77
Tabel 4.15	Ringkasan Hasil Analisis Multikolinearitas	78
Tabel 4.16	Ringkasan Hasil Regresi.....	79

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan syariah yang cukup ekspansif tidak dapat lepas dari adanya ketentuan Undang-Undang BI. No. 10 tahun 1998, yang memungkinkan suatu bank konvensional dapat membuka unit usaha berbasis syariah.¹ Pada masa ini perbankan syariah sudah tidak lagi dianggap sebagai tamu asing, karena kinerja yang cukup bagus dan kontribusi terhadap perkembangan industri perbankan di Indonesia.

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, banyak berdiri lembaga atau perusahaan bahkan atas nama individu menjalankan bisnis jasa. Semakin banyak pesaing, maka semakin banyak pilihan bagi konsumen. Bagi perusahaan yang tidak begitu memperhatikan citra produk dan kualitas pelayanannya maka segera akan ditinggalkan pelanggannya.

Perbankan syariah sebagai salah satu lembaga keuangan yang beroperasi dalam bidang finansial, merupakan lembaga yang menggunakan sistem bagi hasil (*profit sharing*) dalam pengoperasiannya. Perbankan syariah menawarkan berbagai produk seperti pembiayaan dan tabungan yang berlandaskan prinsip syariah, dalam arti sistem tatanan Islam yang mewajibkan menjaga lingkungan, ekonomi, sosial politik dan keluarga agar tetap pada *track* yang berlaku sesuai dengan hukum Islam, yang dapat mengaplikasikan sesuai dengan tatanan yang

¹ Pasal 7 ayat (c)

dihadapi.² Penerapan sistem syariah sebagai pola alternatif yang tepat dalam menghadapi persoalan ekonomi, dilandasi dengan prinsip-prinsip usaha Islami dalam melakukan kinerjanya, yaitu didasari dengan sifat *shiddiq* (jujur), *tablig* (menyampaikan yang benar), *amanah* (dapat dipercaya), dan *fathanah* (cerdas).

✓ Persaingan yang semakin ketat antara institusi perbankan belakangan ini bukan hanya disebabkan globalisasi. Tetapi lebih disebabkan karena nasabah semakin cerdas, kebutuhan jasa perbankan yang bervariasi dan banyaknya lembaga keuangan yang menawarkan fasilitas yang memanjakan nasabah. Kemajuan teknologi komunikasi juga ikut berperan meningkatkan intensitas persaingan, karena memberikan nasabah akses informasi yang lebih banyak tentang berbagai macam layanan perbankan beserta keuntungan-keuntungan yang ditawarkan.

Sebagai usaha mempertahankan dan menambah nasabah, bank harus bisa memilih mana bentuk kebijakan maupun teknologi yang paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal tersebut akan mempengaruhi ketepatan, keakuratan, kemampuan, dan kecepatan bank dalam memberi pelayanan terhadap nasabah. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan mencerminkan baik tidaknya bank tersebut di mata nasabah. ✓

BPRS Margirizki Bahagia merupakan sebuah lembaga keuangan berbasis prinsip syariah yang berada di wilayah kerja Daerah Istimewa Yogyakarta. Selama ini BPRS Margirizki Bahagia telah mampu menjadi suatu lembaga keuangan yang sehat menurut penilaian Bank Indonesia, baik dari aset

² Ardy Luthfi Siregar, *Segi Tiga Fungsional Pengembangan Bank Syariah*, di dalam *Perbankan Syariah Masa Depan* (Jakarta: Senayan Abadi Publishing, 2003), hlm. 103.

maupun kinerja usaha secara umum. Hal ini dibuktikan dengan pertumbuhan produktif dan peningkatan aset yang cukup berarti dari waktu ke waktu. Sebagai lembaga keuangan yang mengemban misi ekonomi dan sosial, maka produk-produk BPRS Margirizki Bahagia dikemas untuk memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya pada pengusaha-pengusaha kecil dan mikro.

Seiring perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia, khususnya Yogyakarta persaingan pada industri perbankan syariah semakin ketat. BPRS Margirizki Bahagia sebagai lembaga keuangan syariah tertua di Yogyakarta telah terkenal dan memiliki pengalaman akan produk-produk layanan perbankan. Kelebihan tersebut tentunya membentuk citra produk dan memberi pengalaman dalam melayani masyarakat.

Sampai saat ini, bank ini telah memiliki cukup banyak nasabah yang terdiri dari berbagai kalangan masyarakat seperti pengusaha, pegawai negeri, pegawai swasta, pedagang, petani, ibu rumah tangga dan lain-lain. Keberagaman ini tentunya memiliki nilai lebih karena dapat diasumsikan bahwa produk dan pelayanan yang diberikan oleh BPRS Margirizki Bahagia dapat mencakup dan merangkul semua kalangan yang ada di masyarakat.

Keanekaragaman latar belakang nasabah juga merupakan kendala tersendiri karena pada dasarnya secara personal, setiap orang mempunyai keinginan yang berbeda-beda. Dengan demikian, pihak bank perlu menerapkan sebuah strategi yang kiranya dapat lebih mengoptimalkan citra produk dan kualitas pelayanan sehingga setiap personal dari seluruh nasabah terpenuhi kebutuhannya.

Kondisi pada saat nasabah terpenuhi kebutuhannya atas kualitas produk maupun layanan yang diberikan oleh perbankan sesuai dengan ekspektasinya, diharapkan akan dapat membangun dan membentuk kepuasan yang berujung pada loyalitas nasabah.

B. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Margirizki Bahagia?
2. Bagaimana pengaruh citra produk terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Margirizki Bahagia?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan citra produk secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Margirizki Bahagia?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Margirizki Bahagia.
2. Untuk menjelaskan pengaruh citra produk terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Margirizki Bahagia.
3. Untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan dan citra produk secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Margirizki Bahagia.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Bidang praktis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk mengukur tingkat pelayanan dan citra produk sebagai bahan pertimbangan dalam mengurangi kesenjangan (gap) antara pihak manajemen dengan nasabah terhadap harapan dan kenyataan yang diberikan. Semakin berkurangnya gap antara pihak manajemen dengan konsumen (nasabah), maka akan terjaminnya kepuasan nasabah yang berarti loyalitas/kesetiaan nasabah pada perbankan akan bertambah besar. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dan bahan evaluasi serta bahan pertimbangan atas aplikasi yang dilakukan selama ini.

2. Bidang akademik.

Secara ilmiah penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu syari'ah pada umumnya dan keuangan Islam pada khususnya serta menjadi rujukan penelitian berikutnya tentang kualitas pelayanan, citra produk dan loyalitas.

E. Telaah Pustaka

Pembahasan tentang kualitas pelayanan, citra produk maupun loyalitas memang cukup banyak. Namun, mayoritas dari tulisan-tulisan yang ada, membahasnya secara terpisah. Kalaupun ada yang membahasnya secara bersamaan, penyajiannya terlalu singkat dan kurang memadai. Berikut ini adalah

penelitian dan tulisan-tulisan yang membahas tentang kualitas pelayanan, citra dan loyalitas.

✓ Penelitian yang pernah disusun ditemui yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yaitu penelitian dari Yunita Rachmayanti (2004) "*Analisis Kepuasan Nasabah terhadap Jasa Pelayanan BRI cabang Indramayu*".³ Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah BRI cabang Indramayu dan pelayanan yang diterima serta menganalisis faktor-faktor apa saja yang menjadi prioritas utama yang harus dilaksanakan pihak BRI cabang Indramayu agar sesuai dengan harapan nasabah. Hasil dari penelitian menyebutkan bahwa variabel yang paling mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah BRI adalah variabel *Assurance*, diikuti berturut-turut oleh variabel *Reability*, *Tangibles*, *Responsiveness* dan yang terakhir variabel *Emphaty*. Sedangkan berdasarkan perhitungan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yang paling tinggi adalah kecepatan pemrosesan setiap transaksi, baik penyetoran maupun penarikan, sedangkan yang paling rendah adalah tanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan nasabah.

Penelitian yang lain adalah "*Citra Rumah Sakit, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan: Studi pada Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta*" oleh Indah Fatmawati.⁴ Metode yang digunakan adalah dengan cara membagikan kuesioner secara *convenience sampling* dan pengukurannya dengan skala Likert

³ Yunita Rachmayanti, "*Analisis Kepuasan Nasabah terhadap Jasa Pelayanan BRI cabang Indramayu*," Skripsi UMY Yogyakarta tahun 2004 tidak dipublikasikan

⁴ Indah Fatmawati, "*Citra Rumah Sakit, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan: Studi pada Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta*," *Utilitas*, Vol. 12, No. 2 (Juli 2002), hlm. 23-33.

1-5. Penelitian ini menyimpulkan bahwa citra rumah sakit, baik citra pelanggan tentang atribut-atribut yang ada pada rumah sakit maupun citra rumah sakit itu sendiri secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Tony Sitinjak juga meneliti tentang citra dalam penelitiannya yang berjudul "*Kinerja Citra, Sikap dan Ekuitas Merek, Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Jakarta*".⁵ Penelitian ini bersifat deskriptif dengan metode survey dan menggunakan sampel individual yaitu nasabah bank BUMN. Hasil dari penelitian tersebut menyimpulkan bahwa kinerja citra pada bank BUMN kurang baik, sehingga menjadikan nasabah tidak loyal.

Selanjutnya, penelitian Tedy Rusman tentang "*Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Loyalitas Pelanggan Selular GSM PT. Satelindo cabang Bandung*".⁶ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan selular GSM atas kualitas jasa PT. Satelindo cabang Bandung serta pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif dengan metode penelitian survey. Dari pengolahan data kuesioner dengan menggunakan korelasi Spearman, maka diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas jasa dengan loyalitas pelanggan. Apabila kualitas jasa dari bagian operator Selular GSM PT. Satelindo cabang Bandung ditingkatkan kinerjanya, maka pelanggan akan semakin loyal terhadap perusahaan tersebut.

⁵ Tony Sitinjak, "Kinerja Citra, Sikap dan Ekuitas Merek, Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Jakarta," *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol. 13, No. 1 (Maret 2006), hlm. 35-49.

⁶ Tedy Rusman, "Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Loyalitas Pelanggan Selular GSM PT. Satelindo cabang Bandung," *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol. 1, No. 1 (Maret 2003), hlm. 35-40.

Penelitian selanjutnya yang disusun oleh Diah Dharmayanti, tentang “*Analisis Dampak Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Sebagai Variabel Moderator Terhadap Loyalitas Nasabah: (Studi Pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya)*”.⁷ Penelitian ini mempunyai tiga tujuan pokok yaitu : menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah, menguji pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah, dan menguji pengaruh interaksi kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel moderator antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah. Penelitian ini menggunakan alat analisis *Moderator Regression Analysis* yang menggunakan tiga model persamaan regresi, maka hasil analisis mendukung hipotesis penelitian dan membuktikan bahwa interaksi kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sebagai variabel moderator dapat lebih menjelaskan variasi loyalitas nasabah daripada masing- masing variabel.

Studi penelitian lain yang berkenaan dengan kualitas pelayanan dan loyalitas adalah “*Analisis Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Pelayanan Model SERVQUAL dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: Bank Muamalat Cabang Bandung)*” oleh Sari Damayanti.⁸ Pada penelitian ini digunakan metode regresi linier berganda. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner terhadap nasabah Bank Muamalat. Hasil survei

⁷ Diah Dharmayanti, “Analisis Dampak Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Sebagai Variabel Moderator Terhadap Loyalitas Nasabah : (Studi Pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya),” *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 1 (April 2006), hlm. 35-43.

⁸ Sari Damayanti, “Analisis Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Pelayanan Model SERVQUAL dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus : Bank Muamalat Cabang Bandung),” Skripsi Teknik Industri ITB Bandung tahun 2006 tidak dipublikasikan

menunjukkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat sudah baik. Secara keseluruhan kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan dan kepuasan memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

F. Kerangka Teoretik

• Pelayanan merupakan kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan atas sesuatu.⁹ Pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai tindakan dan reaksi perusahaan dalam menanggapi sikap pelanggan, sehingga pengguna jasa akan merasa puas.

Citra adalah gambaran secara umum atau persepsi yang dimiliki oleh masyarakat umum tentang suatu perusahaan, unit, atau produk. Definisi lain citra adalah segala sesuatu yang berasal dari kesan atau tanggapan terhadap visual dari logo perusahaan, kop surat, ruangan, suasana yang diciptakan pengalaman baik dalam merasakan produk yang berkualitas atau layanan yang menyenangkan.¹⁰ Jika citra terbangun dengan baik, sesudah terpenuhinya harapan nasabah atas suatu produk, maka kepuasan nasabah akan terbentuk.

• Jadi dengan adanya kualitas pelayanan dan citra produk yang baik, nasabah akan merasa puas. Menurut Tjiptono,¹¹ terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan

⁹ Dwi Suhartanto, *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran* (Bandung: Mandar Maju, 1991), hlm. 29.

¹⁰ Dwi Suhartanto, "Citra Supermarket: Pengaruhnya terhadap Perilaku Konsumen," *Kajian Bisnis*, No. 23 (Mei-Agustus 2001), hlm. 27.

¹¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, edisi 2 (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), hlm. 25.

dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Loyalitas secara harfiah diartikan kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Loyalitas dapat didefinisikan sebagai kondisi di mana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu produk, mempunyai komitmen pada produk tersebut, dan bermaksud meneruskan penggunaannya di masa mendatang. Loyalitas menunjukkan kecenderungan pelanggan untuk menggunakan suatu produk tertentu dengan tingkat konsistensi yang tinggi.¹²

G. Hipotesis

1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
2. Citra produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
3. Kualitas pelayanan dan citra produk secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

H. Metode Penelitian

Metode merupakan upaya agar kegiatan penelitian dapat dilakukan secara optimal.¹³ Untuk dapat mencapai tujuan penelitian yang telah diajukan, akan dipaparkan metode yang digunakan dalam penelitian ini.

¹² B.S. Dharmmesta, "Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual sebagai Panduan bagi Peneliti," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14, No. 3 (Juni 1999), hlm. 73.

¹³ Winarno Surachmad, *Pengantar Metodologi Ilmiah Dasar Metode dan Tehnik* (Bandung: Warsito, 1990), hlm. 30.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori *field research* (penelitian lapangan),¹⁴ karena penelitian dipusatkan secara mendalam dan intensif pada BPRS Margirizki Bahagia, Banguntapan Bantul Yogyakarta sebagai obyek penelitian. Agar diperoleh konsep-konsep teoritis mengenai kualitas pelayanan, citra produk dan loyalitas, maka penelitian ini juga dilengkapi dengan studi pustaka.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat eksplanatif yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel lain.¹⁵ Berdasarkan tingkat eksplanasi dapat dikelompokkan menjadi; deskriptif, komparatif dan asosiatif. Penelitian ini termasuk dalam penelitian asosiatif. Artinya, bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih sehingga dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Metode ini digunakan untuk menjelaskan dan meramalkan kondisi nasabah terhadap kualitas pelayanan dan citra produk, serta pengaruhnya terhadap loyalitas pada nasabah BPRS Margirizki Bahagia, untuk kemudian dianalisis secara cermat sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan.

¹⁴ Nur Indiantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen* (Yogyakarta: BPFE, 2002), hlm. 92.

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2003), hlm. 10.

3. Metode Pengambilan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan obyek yang karakteristiknya hendak diuji, untuk kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁶ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah baik nasabah pendanaan maupun nasabah pembiayaan di BPRS Margirizki Bahagia.

b. Sampel

Apabila subyek dari populasi penelitian kurang dari 100 orang, maka lebih baik diambil semuanya, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, dan apabila subyek dari populasi penelitian besar atau lebih dari 100 orang, maka dapat diambil sampel sebanyak 10%.¹⁷

Dari sekitar 600-an nasabah BPRS Margirizki Bahagia diambil sampel sebanyak 10% dari populasi. Sehingga sampel yang akan diambil berjumlah 60 responden.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *random sampling*, yaitu: pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.¹⁸ Metode ini digunakan karena tidak membedakan nasabah pendanaan maupun pembiayaan, dengan catatan bahwa sampel harus representatif atau mewakili populasi.

¹⁶ Djarwanto PS dan Pangestu Subagyo, *Statistik Induktif*, edisi keempat (Yogyakarta: BPFE, 1993), hlm.107.

¹⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, cet. IX (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm. 107.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian*, hlm.74.

4. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi sering disebut juga sebagai metode pengamatan, ringkasnya metode observasi adalah cara pengumpulan data dengan cara melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis.¹⁹

b. Interview

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung dengan responden.²⁰

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.²¹ Kuesioner ini menggunakan 5 Skala Likert, yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.²²

Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan.²³ Jawaban setiap instrumen mempunyai gradasi dari sangat positif sampai

¹⁹ Soeratno dan Lincolin Arsyad, *Metode Penelitian: Untuk Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: UPP UMP YKPN, 1993), hlm. 89.

²⁰ *Ibid.*, hlm. 92.

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian*, hlm.75.

²² *Ibid.*, hlm. 86.

²³ *Ibid.*, hlm. 86.

sangat negatif, yaitu: Sangat Setuju (skor 5), Setuju (skor 4), Ragu-ragu (skor 3), Tidak Setuju (skor 2), Sangat Tidak Setuju (skor 1).

5. Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel juga berarti faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti. Faktor-faktor tersebut tercermin dalam perumusan masalah dan hipotesa.

Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

- a. Variabel Dependen, yaitu identik dengan variabel terikat, yang dijelaskan atau *dependent variable*. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah pada BPRS Margirizki Bahagia.
- b. Variabel Independen, yaitu identik dengan variabel bebas, penjelas, atau *independent/explanatory variable*. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan citra produk.

Adapun kualitas pelayanan diukur antara lain dari lokasi yang bersih dan nyaman, keramahan dan kerapihan pegawai, serta kompetensi karyawan, citra produk diukur antara lain dengan kemudahan syarat administrasi, beban pembiayaan dan kelengkapan produk, sedangkan loyalitas diukur melalui konsistensi nasabah dalam menggunakan jasa BPRS dan keaktifan nasabah sebagai agen promosi.

6. Metode Analisa Data

Dalam usaha mencapai tujuan penelitian digunakan 2 metode analisis, yaitu analisis deskriptif dan analisis kuantitatif.

a. Analisis Deskriptif

Analisis ini dilakukan dengan menganalisa permasalahan tanpa mempergunakan perhitungan angka-angka, tetapi menggunakan sumber-sumber informasi yang relevan, berupa buku-buku dan literatur yang terkait, untuk melengkapi data yang peneliti inginkan.

Secara khusus analisis ini bertujuan untuk menjawab pengaruh kualitas pelayanan dan citra produk dengan loyalitas nasabah.

b. Analisis Kuantitatif

Sebelum dilakukan uji asumsi klasik dan dilanjutkan dengan regresi, hasil kuesioner akan diuji, di mana data harus memuat pertanyaan yang jelas bagi responden dan juga harus konsisten dan stabil.²⁴ Guna mengetahui semua itu, dilakukan uji sebagai berikut:

1) Uji Validitas

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

²⁴ J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan* (Jakarta, PT Rineka Cipta, 2006), hlm. 43.

Mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara:²⁵ menilai korelasi antara butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel, dan dikatakan valid jika terdapat korelasi positif, diharapkan nilai korelasi r lebih besar dari 0,30, atau nilai *Corrected Indicator Total Correlation* pada output SPSS lebih besar dari 0,30.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas berbeda dengan validitas karena yang pertama memusatkan perhatian pada masalah konsistensi, sedangkan yang kedua lebih memperhatikan masalah ketepatan. Dengan demikian, reliabilitas mencakup dua hal utama, yaitu: stabilitas dan konsistensi internal ukuran.²⁶ Kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila dicobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data cenderung tidak berbeda.

Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja, kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain, atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS menyediakan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *cronbach alpha* (α). Suatu konstruk

²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), hlm. 136.

²⁶ Solimun, *Analisis Data Statistika: Metode Kuantitatif untuk Ekonomi*. (Malang: Fakultas MIPA Universitas Brawijaya, 2002), hlm. 205.

atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* minimum 0,6.²⁷ Cara ini lebih efektif dan efisien dalam menggunakan waktu penelitian.

Untuk mempermudah dalam analisis data, uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan alat bantu program SPSS *For Windows*.

3) Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji apakah semua variabel yang akan diteliti telah memenuhi persyaratan untuk dianalisis sebelumnya dilakukan terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian terhadap normal tidaknya sebaran data yang akan dianalisis. Untuk uji normalitas dari masing-masing variabel digunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov*. Data dapat dikatakan normal bila probabilitas/signifikan berada di atas 0,05%. Rumus *Kolmogorav-Smirnov* adalah:

$$D = \text{maks} | F_a(x) - F_E(X) |^{28}$$

Keterangan:

D = Angka Selisih Maksimum

F_a(x) = Frekuensi Kumulatif Relatif

F_e(x) = Frekuensi Kumulatif Teoritis

²⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis*, hlm. 133.

²⁸ Djarwanto, *Statistik Non Parametrik* (Yogyakarta: BPFE UGM, 2003), hlm. 50.

b) Uji Linearitas

Uji digunakan adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel yang dijadikan variabel bebas mempunyai hubungan linear atau tidak terhadap variabel terikatnya. Untuk mengujinya menggunakan *curve estimation*, dengan ketentuan jika nilai signifikansi F \leq 0,05 % maka hubungan antara variabel dikatakan linear. Sebaliknya jika nilai signifikansi F kurang dari 0,05% maka hubungannya tidak linear.²⁹

c) Uji Autokorelasi

Tujuannya adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik yaitu yang bebas dari autokorelasi.

Autokorelasi terjadi pada sebagian besar kasus pada regresi yang datanya *time series*, atau berdasarkan waktu berkala seperti waktu bulanan dan tahunan. Deteksi adanya autokorelasi dapat dilihat dengan uji Durbin – Watson (D_w).³⁰

²⁹ Singgih Santoso, *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik dengan SPSS versi 11.5*, cet. III (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2005), hlm. 347.

³⁰ *Ibid.*, hlm.88.

d) Uji Heteroskedastisitas.

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas.

Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik dengan ketentuan, pertama: jika pola tertentu atau titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur maka telah terjadi heteroskedastisitas, kedua: jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.³¹

e) Uji Multikolinearitas.

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen, jika terjadi korelasi maka terjadi problem multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen.³²

³¹Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2001), hlm. 208-210.

³²*Ibid.*, hlm. 203.

Uji asumsi ini dimaksudkan untuk menguji ada tidaknya hubungan linear antara variabel bebas atau independen satu dengan yang lain. Ada tidaknya korelasi antar variabel dapat diketahui dengan memanfaatkan nilai koefisien korelasi *pearson*. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan apakah terjadi multikolinearitas adalah menggunakan koefisien signifikansi, dibandingkan dengan tingkat *alpha*, yaitu 5 %. Apabila koefisien lebih besar dari signifikansi maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.³³

4) Uji Regresi

Analisis regresi berganda didasarkan pada hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksi melalui variabel independen.

Dalam penelitian ini, penyusun menggunakan tehnik analisa regresi berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan dan citra produk) terhadap variabel dependen (loyalitas). Perhitungan regresi linear berganda dilakukan dengan menggunakan SPSS For Windows. Persamaan regresi untuk dua prediktor, maka analisis data yang digunakan adalah regresi berganda dengan formulasi sebagai berikut:³⁴

³³ *Ibid.*, hlm. 140.

³⁴ Wahid Sulaiman, *Jalan Pintas Menguasai SPSS 10* (Yogyakarta : ANDI Offset, 2002), hlm. 136.

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Dimana :

Y : Loyalitas
 α : Konstanta
 b_1, b_2 : Koefisien korelasi berganda
 X_1 : Kualitas Pelayanan
 X_2 : Citra produk

Rumus korelasi ganda (R^2) dua prediktor :

$$R_{y(1,2)} = \frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y}{\sum Y^2}$$

I. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan pokok-pokok bahasan secara sistematis yang terdiri dari lima bab dan pada tiap-tiap bab terdiri dari sub-sub sebagai perinciannya. Adapun sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

Bab I. Bab pertama ini merupakan pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah, pokok masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telaah pustaka, metode penelitian, serta sistematika pembahasan. Bab ini akan dijadikan sebagai pedoman untuk pembahasan berikutnya.

Bab II. Untuk mengantarkan pada permasalahan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan citra produk terhadap loyalitas, dalam bab kedua ini akan dibahas mengenai teori-teori yang melandasi penelitian yang akan dilakukan. Menguraikan tentang pokok-pokok landasan penulisan skripsi, yang merupakan

meteri-materi yang dikumpulkan dan dipilih dari berbagai sumber tertulis yang dipakai sebagai bahan acuan dalam pembahasan atas topik penelitian.

Bab III. Karena penelitian ini mengambil kasus dari BPRS Margirizki Bahagia, maka dalam bab ketiga ini akan dipaparkan mengenai gambaran umum BPRS Margirizki Bahagia. Pembahasan dimulai dari sejarah berdirinya perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi, sumber daya insani, produk dan jasa, serta fasilitas yang ada. Dari bab ini akan diketahui kondisi umum BPRS Margirizki Bahagia, yang diharapkan bisa menjadi bahan tambahan untuk analisis data pada bab IV.

Bab IV. Setelah pembahasan mengenai teori serta gambaran umum BPRS Margirizki Bahagia, maka selanjutnya akan dilakukan analisis data dan pembahasannya.

Bab V. Untuk menutup penelitian ini, maka dalam bab ini akan diakhiri dengan kesimpulan, saran-saran dan rekomendasi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

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

1. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah di BPRS Margirizki Bahagia, artinya jika tingkat kualitas pelayanan naik, maka akan menyebabkan naiknya tingkat loyalitas nasabah.
2. Secara parsial citra produk juga mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah. Jika citra produk naik maka akan menyebabkan naiknya juga tingkat loyalitas nasabah di BPRS Margirizki Bahagia.
3. Secara *simultan* (bersama-sama), kualitas pelayanan dan citra produk berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah. Besarnya pengaruh bersama-sama tersebut sebesar 64,6%. Hasil ini menunjukkan bahwa 64,6% perubahan yang terjadi pada loyalitas nasabah BPRS Margirizki Bahagia disebabkan oleh perubahan yang terjadi pada kualitas pelayanan dan citra produk, sedangkan sisanya $(100\% - 64,6\%) = 35,4\%$ disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini, khususnya tidak tercakup dalam model regresi.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh, penulis menyarankan kepada pihak BPRS Margirizki Bahagia Yogyakarta sebagai berikut.

1. Bagi pihak manajemen hendaknya mempertahankan kualitas pelayanan dan citra produk yang telah ada, bahkan berusaha terus mengoptimalkan dan melakukan perbaikan maupun peningkatan, sehingga nasabah merasa puas dan tetap menjadi nasabah yang memiliki loyalitas tinggi.
2. Bagi pihak manajemen hendaknya mengupayakan penelitian terhadap faktor lain yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabahnya agar bisa dijadikan bahan acuan dalam menentukan strategi yang dijalankan.
3. Bagi pihak manajemen hendaknya senantiasa tetap terbuka menerima kritik dan saran dari berbagai pihak, agar BPRS Margirizki Bahagia dalam memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat sesuai dengan apa yang diharapkan para nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran

Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: CV Diponegoro, 2000.

Fiqh

Bashir, Ahmad Azhar, *Azaz-azaz Hukum Mu'amalah*, Yogyakarta: UII Press, 2000.

Ekonomi dan Manajemen

Aritonang, Lerbin R., *Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005.

Byod dkk, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, alih bahasa Imam Hermawan, Jakarta: Erlangga, 2000.

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

Knapp, Duane E., *The Brand Mindset*, alih bahasa Sisnuhadi, Yogyakarta: Andi, 2002.

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

----, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol* alih bahasa Hendra Teguh dan Ronny A Rusli, Jakarta: Prendhallindo, 1997.

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

Lupioadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*, Jakarta: Selemba Empat, 2001.

Muslich, *Etika Bisnis Islami, Landasan Filosofis, Normatif dan Substansi Implementatif*, Yogyakarta: Ekonisia FE UII, 2004.

Saladin, Djaslim, *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*, Bandung: Mandar Maju, 1991.

Siregar, Ardy Luthfi, *Segi Tiga Fungsional Pengembangan Bank Syariah, didalam Perbankan Syariah Masa Depan*, Jakarta: Senayan Abadi Publishing, 2003.

Stanton, William J, *Prinsip Pemasaran*, Jilid ke-1, alih bahasa Yohanes Lamarto, Jakarta: Erlangga, 1996.

Suhartanto, Dwi, *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*, Bandung: Mandar Maju, 1991.

Supranto, J., *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.

Tjiptono, Fandy, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset, 2000.

----, *Strategi Pemasaran*, edisi 2, Yogyakarta: Andi Offset, 1997.

Usmara, A, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Amara Books, 2003.

Yamit, Zulian, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, cetakan pertama, edisi 2, Yogyakarta: Ekonisia, 2002.

Statistik dan Penelitian

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*, edisi revisi V, cet. XII, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002.

Djarwanto dan Pangestu Subagyo, *Statistik Induktif*, edisi keempat, Yogyakarta: BPFE, 1993.

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

Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang:: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001.

Indiantoro, Nur dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Yogyakarta: BPFE, 2002.

Nawawi, Hadari, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1995.

Santoso, Singgih, *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik dengan SPSS versi 11.5*, cet. III, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2005.

-----, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2001.

Soeratno dan Lincoln Arsyad, *Metode Penelitian: Untuk Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: UPP UMP YKPN, 1993.

Solimun, *Analisis Data Statistika: Metode Kuantitatif Untuk Ekonomi*, Malang: Fakultas MIPA Universitas Brawijaya, 2002.

Sudarmanto, R. Gunawan, *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta, 2003.

Sulaiman, Wahid, *Jalan Pintas Menguasai SPSS 10*, Yogyakarta: ANDI Offset, 2002.

Surachmad, Winarno, *Pengantar Metodologi Ilmiah Dasar Metode dan Tehnik*, Bandung: Warsito, 1990.

Lain-lain

Damayanti, Sari, "Analisis Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Pelayanan Model SERVQUAL dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus : Bank Muamalat Cabang Bandung)," Skripsi Teknik Industri ITB Bandung tahun 2006 tidak dipublikasikan.

Dharmayanti, Diah, "Analisis Dampak Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Sebagai Variabel Moderator Terhadap Loyalitas Nasabah : (Studi Pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya)", *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 1, April 2006.

Dharmmesta, B.S., "Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual sebagai Panduan bagi Peneliti", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14, No. 3, Juni 1999.

Fatmawati, Indah, "Citra Rumah Sakit, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan: Studi pada Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta", *Utilitas*, Vol. 12, No. 2, Juli 2002.

Media Bank Dagang Negara, 1996, no I, th XV: 11.

Rachmayanti, Yunita, "Analisis Kepuasan Nasabah terhadap Jasa Pelayanan BRI cabang Indramayu", Skripsi UMY Yogyakarta tahun 2004 tidak dipublikasikan

Riana, Iswari dan Retno T.S., "Analisis Pengaruh Citra Supermarket terhadap Loyalitas Konsumen", *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3, No. 2, Maret 2003.

Rusman, Tedy, "Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Loyalitas Pelanggan Selular GSM PT. Satelindo cabang Bandung", *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol. 1, No. 1, Maret 2003.

Shellyana, Junaidi dan Basu Swatha, "Pengaruh Ketidakpuasan Pengguna, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Keputusan Perpindahan Merek", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 17, No. 1, September 2002.

Sitinjak, Tony, "Kinerja Citra, Sikap dan Ekuitas Merek, Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Jakarta," *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol. 13, No. 1, Maret 2006.

Suhartanto, Dwi dan Anne Nuraila, "Citra Supermarket: Pengaruhnya terhadap Perilaku Konsumen", *Kajian Bisnis*, No. 23, Mei-Agustus 2001.

Lampiran: Daftar Terjemah

DAFTAR TERJEMAH

No	Hlm.	Foot Note	Bab	Terjemah
1	47	27	II	Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.
2	48	28		Dan ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia.
3	48	29		Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat.
4	49	30		Ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya.

Kepada Yang Terhormat:
Bpk/Ibu/Sdr Nasabah BPRS Margirizki
Bahagia
Banguntapan Bantul Yogyakarta

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Puji Syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya. Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi seluruh umat Islam

Ditengah kesibukan Bapak/Ibu/Sdr sekalian, dimohon kesediaan dari nasabah BPRS Margirizki Bahagia Yogyakarta untuk mengisi angket yang tersedia untuk kepentingan penelitian atau penulisan skripsi a.n. **Andy Hidayatullah** Mahasiswa Prodi Keuangan Islam **Universitas Islam Negeri** Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan judul **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PRODUK TERHADAP LOYALITAS NASABAH BPRS MARGIRIZKI BAHAGIA YOGYAKARTA.**

Demikian permohonan ini saya sampaikan, kurang lebihnya mohon maaf yang sebesar-besarnya, serta diucapkan terima kasih atas kesediaannya meluangkan waktu untuk mengisi angket terlampir.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat Saya,

(Andy Hidayatullah)

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :

2. Umur : Tahun

3. Jenis Kelamin : Laki-laki
 Perempuan

4. Alamat :

5. Pendidikan : SD
 SLTP
 SLTA
 Sarjana

6. Pekerjaan : Pegawai Negeri
 Pegawai Swasta
 Mahasiswa/Pelajar
 Wiraswasta

7. Pendapatan/bulan : dibawah Rp 500.000
 Rp 500.000 – Rp 1.000.000
 Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000
 diatas Rp 3.000.000

8. Apakah anda juga menabung atau mengajukan pembiayaan (kredit) pada bank (lembaga keuangan) lain

Tidak

Bila iya, dimana: BMT
 Bank Syari'ah
 Koperasi
 Bank Umum

PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda silang (X) pada salah satu jawaban, sesuai dengan apa yang Bapak/Ibu/Sdr rasakan di BPRS Margirizki Bahagia Yogyakarta.

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

R : Ragu Ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

A. KUALITAS PELAYANAN

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1.	Ruangan dan lingkungan bank tertata baik dan rapi sehingga saya merasa nyaman.					
2.	Penampilan karyawan bank menarik, rapi dan bersih sehingga saya merasa senang.					
3.	Karyawan bank ramah dan cepat tanggap dalam melayani saya.					
4.	Karyawan bank cepat dan sigap dalam menanggapi keluhan saya.					
5.	Karyawan bank memberikan penjelasan dan keterangan secara mudah dan jelas, sehingga saya tidak kesulitan dalam melakukan transaksi.					
6.	Karyawan bank telah menguasai tugas-tugasnya secara baik dan benar.					
7.	Ketepatan waktu pelayanan sudah sesuai dengan janji yang telah diberikan.					

B. CITRA PRODUK

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
8.	Saya merasa bagi hasil pembiayaan (bunga kredit) BPRS Margirizki Bahagia lebih ringan dibanding bank lain.					
9.	Saya merasa menabung di BPRS Margirizki Bahagia akan mendapatkan keuntungan lebih besar dibanding bank lain.					
10.	Saya merasa syarat-syarat dalam mengajukan pembiayaan ataupun menabung tidak berbelit-belit.					
11.	Produk-produk BPRS Margirizki Bahagia sudah sesuai dengan yang dipromosikan.					
12.	Produk-produk BPRS Margirizki Bahagia sudah sesuai dengan kebutuhan saya.					
13.	Produk-produk BPRS Margirizki Bahagia lengkap, sehingga saya mempunyai banyak pilihan.					
14.	Produk-produk BPRS Margirizki Bahagia sudah sesuai dengan Syari'ah Islam.					

C. LOYALITAS

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
15.	Saya sangat senang menggunakan jasa/produk dari BPRS Margirizki Bahagia.					
16.	Saya berkeinginan untuk terus menerus menggunakan jasa BPRS Margirizki Bahagia di masa mendatang.					
17.	Saya merasa puas dalam melakukan transaksi di BPRS Margirizki Bahagia.					
18.	Saya pernah bercerita pada orang lain tentang keunggulan BPRS Margirizki Bahagia.					

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
19.	Saya menyarankan kepada orang lain untuk menggunakan produk-produk BPRS Margirizki Bahagia.					
20.	Saya tidak akan berpindah ke bank lain walaupun bank tersebut memberikan keuntungan lebih tinggi.					
21.	Saya tidak akan berpindah ke bank lain walaupun bank tersebut membebani biaya administrasi yang lebih rendah.					

Terima kasih atas kesediaan nasabah BPRS Margirizki Bahagia mengisi angket ini, semoga bisa menjadi amal kebajikan kita semua. Amiiien.....

No	Kualitas Pelayanan							Citra Produk							Loyalitas						
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7
1	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	3	3
2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	3
5	4	5	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
6	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4
8	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
9	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4
10	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4
11	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4
12	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4
13	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
14	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
18	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
19	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
22	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4
23	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
25	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3
26	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
27	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	3	3
30	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5
31	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
32	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4
33	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5
34	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5
37	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
39	5	5	3	5	3	5	4	3	4	5	3	4	5	3	4	4	3	4	4	3	3
40	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4
41	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5
42	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5
43	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
44	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2
45	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	2	4	3	3
46	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3
47	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
48	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	5	3	4	4	3	2	3
49	3	4	5	4	2	2	2	4	2	4	4	2	2	4	4	4	4	1	2	2	2
50	4	3	5	4	4	3	4	2	3	4	4	4	3	5	4	3	5	4	4	2	2
51	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	2	2
52	5	4	4	4	4	3	3	2	2	4	4	3	2	4	5	2	4	4	3	2	2
53	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4
Rata-rata	4.30458221							4.18328841							4.115902965						

No	Kualitas Pelayanan								Citra Produk							Loyalitas								
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Ttl	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	Ttl	L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7	Ttl
1	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	5	5	3	3	3	28
2	4	4	4	4	5	4	4	29	4	4	4	4	4	4	5	29	5	4	4	4	4	4	4	29
3	5	4	5	4	4	5	5	32	4	4	4	4	4	4	4	28	5	5	5	5	4	4	4	32
4	5	5	5	5	5	5	5	35	2	5	4	5	5	5	5	31	4	4	4	5	5	3	3	28
5	4	5	5	5	4	4	4	31	3	5	4	4	4	4	4	28	4	4	5	5	5	5	5	33
6	4	4	4	4	3	3	3	25	4	4	4	3	3	4	4	26	4	4	4	4	4	4	4	28
7	4	4	4	4	4	5	5	30	5	5	4	4	4	5	5	32	5	4	4	5	4	5	4	31
8	4	4	4	5	5	4	5	31	4	5	4	5	5	5	5	33	5	5	5	4	4	4	5	32
9	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	5	4	4	5	30	5	5	5	5	4	5	4	33
10	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	5	4	4	4	29	5	5	5	5	4	5	4	33
11	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	4	4	4	5	29	5	5	5	5	4	5	4	33
12	4	4	5	5	5	4	4	31	5	5	4	4	4	4	5	31	4	2	4	4	4	4	4	26
13	5	5	5	5	5	5	4	34	5	5	4	4	4	5	5	32	5	5	5	4	4	4	4	31
14	4	4	5	5	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	5	29	4	4	4	4	4	3	3	26
15	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	28
16	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	28
17	4	5	4	4	4	4	4	29	3	5	4	5	4	4	4	29	4	4	4	4	5	4	4	29
18	4	5	5	4	5	5	5	33	5	4	5	4	5	4	4	31	5	5	5	5	5	5	5	35
19	4	4	5	5	4	4	4	30	5	5	5	5	4	4	4	32	5	5	4	4	5	4	5	32
20	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	35
21	4	5	4	5	5	5	4	32	5	4	4	4	5	5	5	32	4	5	5	5	4	5	5	33
22	5	4	5	4	5	4	4	31	4	5	5	4	4	4	4	30	4	5	4	4	5	5	4	31
23	5	4	5	4	5	5	5	33	5	5	5	5	5	5	5	35	4	5	5	4	4	5	5	32
24	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	5	5	5	5	32	4	4	4	4	4	4	4	28
25	5	4	4	4	5	5	5	32	4	4	4	4	5	5	4	30	4	4	4	4	4	3	3	26
26	4	4	5	5	4	4	4	30	5	4	4	5	5	5	5	33	4	4	4	4	4	4	4	28
27	5	4	4	4	4	5	5	31	4	5	5	4	4	5	5	32	4	5	5	5	4	4	4	31
28	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	28
29	5	5	5	5	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	5	5	5	3	3	30
30	4	5	4	4	4	5	5	31	4	4	5	5	4	5	5	32	4	4	4	4	5	5	5	31
31	5	4	5	4	5	4	4	31	5	5	5	5	4	4	4	32	5	4	4	5	4	5	4	31
32	4	5	4	5	5	5	5	33	5	5	4	5	4	5	4	32	5	4	5	4	4	5	4	31
33	5	4	5	4	5	5	5	33	5	4	4	5	5	4	4	31	4	4	4	4	5	5	5	31
34	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	4	4	4	4	5	30	4	4	4	4	4	4	4	28
35	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	4	4	4	4	5	30	4	4	4	4	4	4	4	28
36	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	4	4	4	4	5	30	4	4	4	4	5	5	5	31
37	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	4	4	4	4	5	30	4	4	4	4	4	4	4	28
38	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	4	4	4	4	5	30	4	4	4	4	4	4	4	28
39	5	5	3	5	3	5	4	30	3	4	5	3	4	5	3	27	4	4	3	4	4	3	3	25
40	4	5	5	4	4	5	5	32	4	5	5	4	4	4	4	30	5	5	5	5	4	5	4	33
41	4	5	5	5	5	4	4	32	4	5	5	5	4	4	4	31	4	4	5	5	4	5	5	32
42	5	4	4	5	4	4	4	30	4	5	5	4	4	4	5	31	4	5	4	4	4	5	5	31
43	4	3	4	4	4	4	4	27	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	3	3	26
44	4	5	4	4	4	4	3	28	3	3	4	4	4	4	4	26	4	3	4	4	4	3	2	24
45	4	4	4	4	4	4	3	27	4	4	4	4	4	5	4	29	4	5	3	2	4	3	3	24
46	5	5	5	5	4	4	4	32	5	5	4	4	4	4	5	31	4	4	4	4	4	4	3	27
47	4	4	3	3	4	4	3	25	3	3	4	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	3	3	26
48	5	4	4	3	4	4	4	28	3	4	4	4	4	2	4	25	5	3	4	4	3	2	3	24
49	3	4	5	4	2	2	2	22	4	2	4	4	2	2	4	22	4	4	4	1	2	2	2	19
50	4	3	5	4	4	3	4	27	2	3	4	4	4	3	5	25	4	3	5	4	4	2	2	24
51	4	4	4	3	4	4	3	26	3	4	4	3	4	3	3	24	4	4	4	4	4	2	2	24
52	5	4	4	4	4	3	3	27	2	2	4	4	3	2	4	21	5	2	4	4	3	2	2	22
53	4	4	4	4	4	5	3	28	3	3	3	3	3	3	3	21	4	3	3	3	3	2	4	22
Rata-rata	4.30458221							30	4.18328841							29	4.115902965							29

Deskriptif Data

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 21 Tahun	2	3.8	3.8	3.8
	21 - 30 Tahun	18	34.0	34.0	37.7
	31 - 40 Tahun	15	28.3	28.3	66.0
	41 - 50 Tahun	16	30.1	30.2	96.2
	> 50 Tahun	2	3.8	3.8	100.0
	Total	53	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	35	66.0	66.0	66.0
	Perempuan	18	34.0	34.0	100.0
	Total	53	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pegawai Negeri	5	9.4	9.4	9.4
	Pegawai Swasta	8	15.1	15.1	24.5
	Mahasiswa/Pelajar	7	13.2	13.2	37.7
	Wiraswasta	33	62.3	62.3	100.0
	Total	53	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	1	1.9	1.9	1.9
	SLTP	1	1.9	1.9	3.8
	SLTA	21	39.6	39.6	43.4
	Sarjana	30	56.6	56.6	100.0
	Total	53	100.0	100.0	

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	5.7	5.7	5.7
	2	9	17.0	17.0	22.6
	3	25	47.2	47.2	69.8
	4	16	30.1	30.2	100.0
	Total	53	100.0	100.0	

Status Nasabah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	33	62.2	62.3	62.3
	2	10	18.9	18.9	81.1
	3	8	15.1	15.1	96.2
	4	2	3.8	3.8	100.0
	Total	53	100.0	100.0	

Uji Validitas

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Kualitas Pelayanan
P1	Pearson Correlation	1	.263	.266	.248	.444**	.480**	.468**	.643**
	Sig. (2-tailed)	.	.057	.054	.074	.001	.000	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53
P2	Pearson Correlation	.263	1	.244	.517**	.289*	.489**	.315*	.629**
	Sig. (2-tailed)	.057	.	.079	.000	.036	.000	.021	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53
P3	Pearson Correlation	.266	.244	1	.462**	.362**	.091	.314*	.551**
	Sig. (2-tailed)	.054	.079	.	.001	.008	.519	.022	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53
P4	Pearson Correlation	.248	.517**	.462**	1	.324*	.260	.343*	.637**
	Sig. (2-tailed)	.074	.000	.001	.	.018	.060	.012	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53
P5	Pearson Correlation	.444**	.289*	.362**	.324*	1	.587**	.625**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.001	.036	.008	.018	.	.000	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53
P6	Pearson Correlation	.480**	.489**	.091	.260	.587**	1	.759**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.519	.060	.000	.	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53
P7	Pearson Correlation	.468**	.315*	.314*	.343*	.625**	.759**	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.021	.022	.012	.000	.000	.	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.643**	.629**	.551**	.637**	.764**	.779**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.
	N	53	53	53	53	53	53	53	53

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	Citra Produk
C1	Pearson Correlation	1	.407**	.207	.246	.265	.407**	.392**	.675**
	Sig. (2-tailed)	.	.003	.136	.076	.055	.002	.004	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53
C2	Pearson Correlation	.407**	1	.457**	.366**	.467**	.588**	.263	.768**
	Sig. (2-tailed)	.003	.	.001	.007	.000	.000	.057	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53
C3	Pearson Correlation	.207	.457**	1	.278*	.223	.268	.045	.481**
	Sig. (2-tailed)	.136	.001	.	.044	.109	.052	.747	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53
C4	Pearson Correlation	.246	.366**	.278*	1	.479**	.350*	.376**	.628**
	Sig. (2-tailed)	.076	.007	.044	.	.000	.010	.006	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53
C5	Pearson Correlation	.265	.467**	.223	.479**	1	.656**	.343*	.717**
	Sig. (2-tailed)	.055	.000	.109	.000	.	.000	.012	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53
C6	Pearson Correlation	.407**	.588**	.268	.350*	.656**	1	.368**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.052	.010	.000	.	.007	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53
C7	Pearson Correlation	.392**	.263	.045	.376**	.343*	.368**	1	.596**
	Sig. (2-tailed)	.004	.057	.747	.006	.012	.007	.	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53
Citra Produk	Pearson Correlation	.675**	.768**	.481**	.628**	.717**	.794**	.596**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.
	N	53	53	53	53	53	53	53	53

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7	Loyalitas
L1	Pearson Correlation	1	.240	.489**	.416**	-.05	.176	.093	.413**
	Sig. (2-tailed)	.	.083	.000	.002	.738	.208	.509	.002
	N	53	53	53	53	53	53	53	53
L2	Pearson Correlation	.240	1	.412**	.236	.325*	.554**	.491**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.083	.	.002	.088	.018	.000	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53
L3	Pearson Correlation	.489**	.412**	1	.607**	.147	.412**	.286*	.649**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.	.000	.295	.002	.038	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53
L4	Pearson Correlation	.416**	.236	.607**	1	.441**	.492**	.343*	.708**
	Sig. (2-tailed)	.002	.088	.000	.	.001	.000	.012	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53
L5	Pearson Correlation	-.047	.325*	.147	.441**	1	.529**	.500**	.618**
	Sig. (2-tailed)	.738	.018	.295	.001	.	.000	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53
L6	Pearson Correlation	.176	.554**	.412**	.492**	.529**	1	.828**	.884**
	Sig. (2-tailed)	.208	.000	.002	.000	.000	.	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53
L7	Pearson Correlation	.093	.491**	.286*	.343*	.500**	.828**	1	.798**
	Sig. (2-tailed)	.509	.000	.038	.012	.000	.000	.	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53
Loyalitas	Pearson Correlation	.413**	.685**	.649**	.708**	.618**	.884**	.798**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.
	N	53	53	53	53	53	53	53	53

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	25.77	6.986	.520	.803
P2	25.81	6.964	.496	.806
P3	25.72	7.168	.394	.821
P4	25.81	6.848	.496	.806
P5	25.85	6.246	.649	.780
P6	25.85	6.092	.663	.777
P7	25.98	5.750	.706	.768

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.792	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
C1	25.21	6.629	.475	.782
C2	25.09	6.510	.636	.740
C3	25.08	8.302	.355	.791
C4	25.08	7.571	.495	.770
C5	25.19	7.271	.608	.752
C6	25.17	6.336	.671	.732
C7	24.89	7.602	.447	.778

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.817	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
L1	24.47	11.369	.292	.828
L2	24.66	9.575	.552	.794
L3	24.53	10.254	.540	.798
L4	24.62	9.393	.578	.789
L5	24.72	10.284	.496	.803
L6	24.89	7.295	.789	.746
L7	24.98	8.288	.672	.772

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas Pelayanan	Citra Produk	Loyalitas
N		53	53	53
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	30.13	29.28	28.81
	Std. Deviation	2.949	3.072	3.541
Most Extreme Differences	Absolute	.143	.149	.166
	Positive	.143	.113	.100
	Negative	-.087	-.149	-.166
Kolmogorov-Smirnov Z		1.038	1.088	1.206
Asymp. Sig. (2-tailed)		.232	.187	.109

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined) Linearity	399.137	11	36.285	5.881	.000
		Deviation from Linearity	330.130	1	330.130	53.504	.000
			69.007	10	6.901	1.118	.372
Within Groups			252.976	41	6.170		
Total			652.113	52			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas * Citra Produk	Between Groups	(Combined) Linearity	402.516	12	33.543	5.376	.000
		Deviation from Linearity	357.447	1	357.447	57.284	.000
			45.069	11	4.097	.657	.769
Within Groups			249.597	40	6.240		
Total			652.113	52			

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.812 ^a	.659	.646	2.108	1.681

a. Predictors: (Constant), Citra Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas

Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			Kualitas Pelayanan	Citra Produk	aP	aC
Spearman's rho	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	1.000	.554**	.036	.173
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.798	.214
		N	53	53	53	53
	Citra Produk	Correlation Coefficient	.554**	1.000	-.158	.055
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.257	.696
		N	53	53	53	53
	aP	Correlation Coefficient	.036	-.158	1.000	.076
		Sig. (2-tailed)	.798	.257	.	.590
		N	53	53	53	53
	aC	Correlation Coefficient	.173	.055	.076	1.000
		Sig. (2-tailed)	.214	.696	.590	.
		N	53	53	53	53

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

Uji Multikolinearitas

Correlations

		Kualitas Pelayanan	Citra Produk
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.157
	Sig. (2-tailed)	.	.262
	N	53	53
Citra Produk	Pearson Correlation	.157	1
	Sig. (2-tailed)	.262	.
	N	53	53

Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed^d

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Citra Produk, Kualitas Pelayanan ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Loyalitas

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 ^a	.659	.646	2.108

a. Predictors: (Constant), Citra Produk, Kualitas Pelayanan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	430.014	2	215.007	48.403	.000 ^a
	Residual	222.100	50	4.442		
	Total	652.113	52			

a. Predictors: (Constant), Citra Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.818	3.247		-.868	.390
	Kualitas Pelayanan	.501	.124	.417	4.042	.000
	Citra Produk	.564	.119	.490	4.742	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Lampiran: Biografi Tokoh dan Pengarang

BIOGRAFI TOKOH DAN PENGARANG

1. **Philip Kotler**, adalah seorang S.C Johnson & Son Distinguished Professor di Kellogg School of Management, Northwestern University. Ia meraih gelar Master di University of Chicago dan gelar Ph.D. di MIT, keduanya dalam bidang ilmu ekonomi. Ia melakukan karya pasca-doctoral dalam bidang matematika di Harvard University dan dalam ilmu pengetahuan perilaku di University of Chicago. Philip telah menulis lebih dari 25 buku marketing dan telah menerbitkan lebih dari 100 artikel di berbagai jurnal terkemuka, beberapa diantaranya telah menerima penghargaan sebagai artikel-artikel terbaik. Ia juga penerima banyak penghargaan terkemuka termasuk 'Distinguished Marketing Educator Award' dari AMA, hadiah European Association of Marketing Consultants and Sales Trainers untuk 'Marketing Excellence', Leader in Marketing Thought' oleh Academic Members of AMA, 'Paul Converse Award' dari AMA, Annual Charles Collidge Parlin Marketing Research Award dan penghargaan 'Marketer of The Year' dari Sales and Marketing Executives International. Selain aktif dalam memberikan konsultasi bagi banyak perusahaan terkemuka, Philip memainkan suatu peran kunci dalam berbagai organisasi akademis dan profesional.
2. **Darmadi Durianto, MBA**, lahir di Pontianak, 1967. Ia meraih gelar Sarjana Ekonomi dari Fakultas Ekonomi Unika Atma Jaya, Jakarta pada 1989 dan gelar MBA dari University of Manila Phillipines pada 1993. Selain aktif sebagai pengajar program Magister Manajemen (MM) IBII serta Unika Atma Jaya untuk mata kuliah Pemasaran, Strategic Marketing, International marketing, Advertising dan Perilaku Konsumen, ia juga menjadi konsultan pemasaran di beberapa perusahaan nasional maupun multinasional. Belakangan ini namanya diperhitungkan sebagai konsultan pemasaran yang handal. Ia sering menjadi nara sumber dan penulis di majalah *SWA*, *talk show* di radio Trijaya FM, dan stasiun Indovision, serta memberikan seminar dan pelatihan tentang marketing di berbagai daerah. Pengalaman bisnis dimulai dari level *supervisor* sampai ke top level di berbagai perusahaan. Saat ini, ia menjabat sebagai Marketing Director PT. Hasbumindo International Indonesia serta menjalankan Infinity Consulting.
3. **William J. Stanton**, adalah Profesor Marketing di University of Colorado, di Boulder. Memperoleh gelar Ph.D dan M.B.A dari Northwestern University dan B.S dari Illinois Institute of Technology. Sebelum mengajar di Colorado, Prof. Stanton menjadi dosen di University of Washington Utah, dan Alabama. Dia juga menjadi pengajar selama musim panas di UCLA dan University of California (Berkeley). Selama hampir 30 tahun, Prof. Stanton telah mendidik secara ekstensif para mahasiswa tingkat sarjana muda dan doktoral di Colorado. Dia terlibat dalam pengembangan materi belajar-mengajar dan pengembangan program kurikulum para mahasiswanya. Sebagai tambahan, dia juga

berpartisipasi dalam administrasi universitas sebagai Acting Dean dan Associate Dean di College of Business and Administration. Selain mengajar, Profesor Stanton juga terlibat dalam dunia bisnis dan pemerintahan. Dia pernah bekerja langsung di pelbagai usaha bisnis dan mengajar beberapa program pengembangan manajemen untuk para eksekutif pemasaran – beberapa diantaranya dilakukan di Eropa, Mexico dan Kanada. Dia juga aktif sebagai konsultan berbagai organisasi bisnis dan terlibat dalam proyek-proyek riset untuk pemerintah federal Amerika Serikat.

4. **Lerbin R. Aritonang R**, adalah alumnus Fakultas Ekonomi Universitas Katholik Atma Jaya Yogyakarta, Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, dan Program Magister Manajemen Universitas Trisakti Jakarta. Saat ini, ia menjadi dosen Program Pascasarjana Magister Manajemen STIE Perbanas Jakarta, Program Pascasarjana Magister Psikologi Universitas Gunadarma Jakarta dan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta. Buku yang sudah diterbitkannya adalah Penelitian Pemasaran dan Peramalan Bisnis.
5. **Fandy Tjiptono**, staf akademik di Fakultas Ekonomi dan program Pascasarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY). Sebelum bergabung dengan UAJY, pria kelahiran Tarakan (Kalimantan Timur), 9 April 1972 ini bekerja sebagai dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Penggemar setia kesebelasan sepak bola Jerman dan Manchester United ini pernah menjadi dosen tamu di sejumlah universitas Yogyakarta diantaranya: Universitas Islam Indonesia, Universitas Kristen Duta Wacana, Universitas Kristen Immanuel. Alumnus Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada dan program Master of Commerce (Marketing) University of New South Wales (UNSW) ini sekarang sedang menempuh program Ph.D. in Marketing di UNSW. Co-founder PT Jogja Mitra Konsultama yang bergerak dibidang konsultasi hukum, akuntansi dan manajemen ini telah mempublikasikan beberapa buku antara lain: Total Quality Service, Manajemen Jasa, Total Quality Management, Pemasaran Global, Strategi Pemasaran, dan lain lain.



PEMERINTAH PROPINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
BADAN PERENCANAAN DAERAH
(B A P E D A)

Kepatihan, Danurejan, Yogyakarta - 55213
Telepon : (0274) 589583, 562811 (Psw. : 209-219, 243-247) Fax. : (0274) 586712
Website <http://www.bapeda@pemda-diy.go.id>
E-mail : bapeda@bapeda.pemda-diy.go.id

SURAT KETERANGAN / IJIN

Nomor : 070 / 4658

Membaca Surat : Dekan Fak. Syariah-UIN"SUKA" Yk No. : UIN.02/KUI/PP.00.9/2033/2007
Tanggal : 23 Juli 2007 Perihal : Ijin Penelitian
Mengingat : 1. Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 61 Tahun 1983 tentang Pedoman
Penyelenggaraan Pelaksanaan Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan
Departemen Dalam Negeri.
2. Keputusan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta No. 38 / I 2 / 2004 tentang
Pemberian Ijin Penelitian di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dijinkan kepada :
Nama : ANDY HIDAYATULLAH,MR No. Mhs./NIM : 00390100
Alamat Instansi : Jl. Marsda Adisucipto, Yogyakarta
Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYAN DAN CITRA PRODUK TERHADAP
LOYALITAS NASABAH BPRS MARGIRIZKI BAHAGIA YOGYAKARTA

Lokasi : Kabupaten Bantul
Waktunya : Mulai tanggal 28 Juli 2007 s/d 28 Oktober 2007

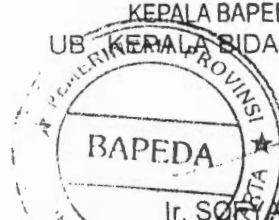
1. Terlebih dahulu menemui / melaporkan diri Kepada Pejabat Pemerintah setempat (Bupati / Walikota) untuk mendapat petunjuk seperlunya;
2. Wajib menjaga tata tertib dan mentaati ketentuan-ketentuan yang berlaku setempat;
3. Wajib memberi laporan hasil penelitiannya kepada Gubernur Kepala Daerah Istimewa Yogyakarta (Cq. Kepala Badan Perencanaan Daerah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta);
4. Ijin ini tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan Pemerintah dan hanya diperlukan untuk keperluan ilmiah;
5. Surat ijin ini dapat diajukan lagi untuk mendapat perpanjangan bila diperlukan;
6. Surat ijin ini dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila tidak dipenuhi ketentuan - ketentuan tersebut di atas.

Tembusan Kepada Yth. :

1. Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta
(Sebagai Laporan)
2. Bupati Bantul c.q Ka. Bappeda;
3. Dekan Fak. Syariah-UIN"SUKA" Yk;
4. Yang Bersangkutan.

Dikeluarkan di : Yogyakarta
Pada tanggal : 28 Juli 2007

A.n. GUBERNUR
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
KEPALA BAPEDA PROPINSI DIY
UB - KERALA BIDANG PENGENDALIAN



Ir. SORJAN AZIZ, CES.



PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT SYARI'AH
MARGIRIZKI BAHAGIA
SUKSES BERSAMA UMAT

Jl. Gedongkuning No. 164, Telp./Fax. (0274) 370794 Banguntapan, Bantul, Yogyakarta

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

No. : 35/MRB/UM/VIII/2007
Hal : Surat Keterangan Penelitian

Banguntapan, 20 Agustus 2007

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

PT. BPR Syari'ah Margirizki Bahagia dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Andy Hidayatullah. MR
NIM : 00390100
Semester : XIV
Program Studi : KUI
Fakultas : Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Telah melaksanakan penelitian sejak bulan Mei s/d Agustus 2007. Dengan Judul :
"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Nasabah".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan seperlunya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

PT. Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah
Margirizki Bahagia



M. Natsir Bani, SE
Direktur Utama

CURICULUM VITAE

Nama : Andy Hidayatullah
NIM : 00390100
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/Tanggal Lahir: Teluk Betung, 30 November 1982
Alamat Asal : Jl. Soekarno-Hatta No. 333, Desa Babatan,
Kecamatan Katibung, Lampung Selatan.

Nama Orang Tua

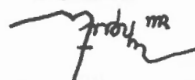
Ayah : Hi. Makmun Rasyid
Agama : Islam
Pekerjaan : Wiraswasta
Ibu : Hj. Nurhayati
Agama : Islam
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jl. Soekarno-Hatta No. 333, Desa Babatan,
Kecamatan Katibung, Lampung Selatan.

Pendidikan : - SD Negeri 3 Babatan Lulus Tahun 1994
- Mts Negeri PP Darussalam Lulus Tahun 1997
- MA Negeri PP Darussalam Lulus Tahun 2000
- Masuk UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Angkatan 2000

Demikian keterangan ini kami buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 10 Sya'ban 1428 H.
23 Agustus 2007 M.

Penulis



Andy Hidayatullah
NIM 00390100