

**ANALISIS PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP
LOYALITAS NASABAH PENGGUNA PRODUK GADAI EMAS
SYARIAH
(STUDI PADA BANK BPD DIY SYARIAH CABANG CIK DI TIRO)**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

**SHOFA RIADHATUL MUNAWAROH
NIM: 11390017**

PEMBIMBING :

- 1. JOKO SETYONO, S.E, M.Si**
- 2. Dr. IBNU MUHDIR, M.Ag**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2015**

ABSTRAK

Relationship marketing merupakan strategi pemasaran yang digunakan untuk mempertahankan pelanggan dengan menekankan pada pemeliharaan hubungan yang bernilai dengan pelanggan dan berorientasi jangka panjang. Dengan demikian studi ini akan menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah pengguna produk gadai emas syariah di BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta.

Penelitian ini termasuk kategori penelitian lapangan. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah gadai emas syariah di Bank BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro, dengan metode *purposive sampling*. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah sedangkan variabel independennya adalah kepercayaan (*trust*), komitmen (*commitment*), kedekatan emosional (*customer bonding*), kepuasan (*satisfaction*) dan komunikasi (*communication*). Data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner.

Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan (Uji F) Kepercayaan, Komitmen, Kedekatan Emosional, Kepuasan, Komunikasi memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna produk gadai emas syariah di BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta sebesar 56.3%. Secara parsial atau (Uji t) menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dengan nilai signifikansi 0.049 dengan $\alpha < 0.05$, kepuasan dengan nilai signifikansi 0.015 dan komunikasi dengan nilai signifikansi 0.021 berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan variabel komitmen dan kedekatan emosional tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci: *Relationship Marketing*, Kepercayaan, Komitmen, Kedekatan Emosional, Kepuasan, Komunikasi dan Loyalitas Nasabah.

MOTTO

يَبْنِي أَذْهَبُوا فَتَحْسِسُوا مِنْ يُوسُفَ وَأَخِيهِ وَلَا تَأْيِسُوا مِنْ رُوحِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُ لَا يَأْيُسُ مِنْ رُوحِ اللَّهِ إِلَّا الْقَوْمُ الْكُفَّارُونَ

“Hai anak-anakku pergilah kamu, maka carilah berita tentang Yusuf dan saudaranya Dan janganlah kamu berputus asa daripada rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa daripada rahmat Allah melainkan orang-orang yang kufur.”
(Q.S. Yusuf: 87)

“Butuh persimpangan agar kita bijaksana dalam memilih, butuh petunjuk agar memiliki harapan tentang arah masa depan.”
(Ig @Tausiyahku)

“Disetiap mimpi ada harapan untuk terjadi tapi tidak akan datang sendiri, bisa terwujud karena tekadmu dan usaha darimu. Disetiap diri pasti tersimpan satu ambisi yang tidak mungkin datang sendiri, bukanlah waktu yang akan memberi semua mimpimu tapi tetap darimu.” (Jamrud)

“Kemenangan yang seindah-indahnya dan sesukar-sukarnya yang boleh direbut oleh manusia ialah menundukkan diri sendiri.” (R.A. Kartini)

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Semoga tugas akhir ini diberkahi Allahm SWT. Dan Rasulullah SAW.
Puji syukur senantiasa kuperpanjatkan dari lubuk hati terdalam untukmu Ya
Rabb serta sholawat dan salam kulantunkan kepadamu baginda Muhammad
Rasulullah*

*Karya sederhana ini kupersembahkan untuk
Orang-orang tercintaku
Almh. Mamaku Sujati
Bapak Puryadi dan Ibu Shofatun*

*Adik-adikku tercinta
Luthfia Wafie Maharani dan Purya Mu'izzu Almazzuhri*

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 | Bā' | b | be |
| ت | Tā' | t | te |
| ث | Šā' | š | es (dengan titik di atas) |
| ج | Jīm | j | je |
| ح | Hā' | h | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | Khā' | Ꝝ ^a # | ka dan ha |
| د | Dāl | . | de |
| ذ | Žāl | ž | zet (dengan titik di atas) |
| ر | Rā' | r | er |
| ز | Zāi | z | zet |
| س | Sīn | s | es |
| ش | Syīn | Ꝝ ^E | es dan ye |
| ص | Šād | Ꝝ | es (dengan titik di bawah) |

| | | | |
|---|--------|----|-----------------------------|
| ض | Dād | d | de (dengan titik di bawah) |
| ط | Tā' | t̄ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | Zā' | z̄ | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | ‘Ain | ‘ | koma terbalik di atas |
| غ | Gain | ḡ | ge |
| ف | Fā' | f̄ | ef |
| ق | Qāf | q̄ | qi |
| ك | Kāf | k̄ | ka |
| ل | Lām | l̄ | el |
| م | Mīm | m̄ | em |
| ن | Nūn | n̄ | en |
| و | Wāwu | w̄ | w̄ |
| ه | Hā' | h̄ | ha |
| ء | Hamzah | ‘ | apostrof |
| ي | Yā' | Ȳ | Ye |

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

| متعددة عَدَة | Ditulis | <i>Muta ‘addidah</i> <i>‘iddah</i> |
|-----------------|---------|---------------------------------------|
| | Ditulis | |

C. *Tā' marbūtah*

Semua *tā' marbūtah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah peng gabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang

sudah terserap dalam bahasa indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

| | | |
|-------------------------|---------|---------------------------|
| حَكْمَةٌ | ditulis | <i>Hikmah</i> |
| عَلَّةٌ | ditulis | <i>'illah</i> |
| كِرَامَةُ الْأُولِيَاءِ | ditulis | <i>karāmah al-auliyā'</i> |

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

| | | | |
|---------|--------|---------|----------|
| ---ׁ--- | Fathah | ditulis | <i>A</i> |
| ---ׂ--- | Kasrah | ditulis | <i>i</i> |
| ---ׄ--- | Dammah | ditulis | <i>u</i> |

| | | | |
|----------|--------|---------|----------------|
| فَعْلٌ | Fathah | ditulis | <i>fa 'ala</i> |
| ذَكْرٌ | Kasrah | ditulis | <i>žukira</i> |
| يَذْهَبٌ | Dammah | ditulis | <i>yažhabu</i> |

E. Vokal Panjang

| | | |
|---|---------|--------------|
| 1. fathah + alif جَاهْلَيَّةٌ | ditulis | <i>Ā</i> |
| 2. fathah + yā' mati تَنْسَى | ditulis | <i>ā</i> |
| 3. Kasrah + yā' mati كَرِيمٌ | ditulis | <i>tansā</i> |
| 4. Dammah + wāwu mati فَرُوضٌ | ditulis | <i>ī</i> |
| | ditulis | <i>karīm</i> |
| | ditulis | <i>ū</i> |
| | ditulis | <i>furūq</i> |

F. Vokal Rangkap

| | | |
|-----------------------------------|---------|------------------------------|
| 1. fatḥah + yā' mati بِينَكُمْ | ditulis | <i>Ai</i> <i>bainakum</i> |
| 2. fathah + wāwu mati قول | ditulis | <i>au</i> <i>qaul</i> |

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

| | | |
|-----------------|---------|-------------------------|
| أَنْتُمْ | ditulis | <i>a 'antum</i> |
| أَعْدَتْ | ditulis | <i>u 'iddat</i> |
| لَنْ شَكَرْتُمْ | ditulis | <i>la 'in syakartum</i> |

H. Kata Sandang Alif + Lam

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

| | | |
|--------|---------|------------------|
| القرآن | ditulis | <i>al-Qur'ān</i> |
| القياس | ditulis | <i>al-Qiyās</i> |

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

| | | |
|--------|---------|------------------|
| السماء | ditulis | <i>as-Samā'</i> |
| الشّمس | ditulis | <i>asy-Syams</i> |

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

| | | |
|------------------|---------|----------------------|
| ذُو الْفُرُوشْ | ditulis | <i>żawi al-furūḍ</i> |
| أَهْل السُّنْنَة | ditulis | <i>ahl as-sunnah</i> |



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّداً عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ عَلَى أَشْرَفِ النَّبِيِّينَ وَالْمُرْسَلِينَ، وَعَلَى الْهُدَى وَصَحِّبِهِ أَجْمَعِينَ.

Dengan menyebut *asma Allah Yang Maha Pengasih* lagi Maha Penyayang, puji syukur hanya kepada Allah SWT atas segala hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk Gadai Emas Syariah (Studi Pada Bank BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro)”**

Shalawat serta salam semoga tetap terlimpah kehadiran junjungan Nabi Besar Muhammad SAW. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam pada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta. Dalam penyusunannya, skripsi ini tidak lepas dari bantuan, petunjuk serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penyusun merasa perlu untuk menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Machasin, M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmudah Hanafi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Sunaryati, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. H.M. Yazid Affandi S.Ag., M.Ag. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dari awal perkuliahan hingga akhir.
5. Bapak Joko Setyono, S.E., M.Si. selaku pembimbing I, yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penulisan skripsi.
6. Bapak Dr. Ibnu Muhdir, M.Ag. yang sudah membimbing penulis untuk lebih teliti dalam penulisan dan juga banyak memberikan saran mengenai teori ke-Islaman.
7. Seluruh Dosen Program Studi Kuangan Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan.
8. Segenap Staf Tata Usaha Prodi Keuangan Islam dan Staf Tata Usaha Fakultas Syariah dan Hukum yang memberi kemudahan administratif bagi penyusun selama masa perkuliahan dan proses penyelesaian skripsi.
9. Mbak Janti dan Mbak Rini selaku *officer* Gadai BPD DIY Syariah Cik Di Tiro yang telah membantu menyelesaikan penelitian skripsi ini.
10. Orang tuaku tercinta Bapak Puryadi, Ibu Sujati (Almh.), Ibu Shof'atun yang telah memberikan dukungan semangat serta do'a yang sangat luar biasa sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
11. Kakak Sepupuku Muhammad Nahrowi, Adik-adikku Luthfia Wafie Maharani dan Purya Mu'izzu Almazzuhri yang telah banyak membantu dari segi moril maupun materiil.
12. Ni'matul Khoriyah, Muhammad Lukman, Resti Ariyani, Azka Tafdhila, Verdian Aissa Lintang, Marissa Fitriani, Indah Surya Dewi, Neneng Nelvi,

Peni Nuraini, Retno Wulan Sari, Muchammad Rifai, dan Mail Hilian Batin yang tidak pernah bosan memberikan nasihat, dukungan, perhatian, dan memberikan yang terbaik bagi kelancaran skripsi penulis.

13. Keluarga Ikappmam Jogja Istimewa: Mas Fahlevi, Neyla, Bibah, Rahmat, Hadi Kuswanto, Hadi Wahono dan tentu saja semua teman Ikappmam Jogja yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang selalu memberikan nasihat, semangat dan do'anya serta siap mendengar keluh kesah penulis disaat proses menyelesaikan skripsi ini.
14. Teman-teman Alumni Wahid Hasyim: Bening, Susi, Mbak Niku, Kunny dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat.
15. Teman-teman Seperjuangan: Seluruh mahasiswa Keuangan Islam angkatan 2011, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Aakhirnya, penulis hanya dapat mendoakan semoga Allah memberikan balasan yang terbaik. Penulisan skripsi ini tentunya masih jauh dari kesempurnaan, namun penulis berharap karya ini dapat bermanfaat bagi kemajuan ilmu pengetahuan khususnya bagi perkembangan Ekonomi Islam.

Alḥamdu lillāhi Rabbil ‘ālamīn

Yogyakarta, 07 Dzulkaidah 1436 H
22 Agustus 2015 M
Penyusun

Shofa Riadhatul M
NIM. 11390017

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|----------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| ABSTRAK | ii |
| SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | v |
| SURAT PERNYATAAN | vi |
| HALAMAN MOTTO | vii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | viii |
| TRANSLITERASI | ix |
| KATA PENGANTAR | xiii |
| DAFTAR ISI..... | xvi |
| DAFTAR TABEL..... | xxiii |
| DAFTAR GAMBAR | xxiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xxv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 9 |
| C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 10 |
| D. Sistematika Pembahasan..... | 11 |

BAB II LANDASAN TEORI

| | |
|--|----|
| A. Telaah Pustaka | 13 |
| B. Kerangka Teori | 17 |
| 1. Teori Pemasaran..... | 17 |
| 2. Teori Pemasaran Jasa | 18 |
| a. Pengertian Pemasaran Jasa | 18 |
| b. Pemasaran Jasa Perspektif Islam | 20 |
| 3. <i>Relationship Marketing</i> | 23 |
| a. Pengertian <i>Relationship Marketing</i> | 23 |
| b. Faktor-faktor <i>Relationship Marketing</i> | 28 |
| 1) Kepercayaan(<i>trust</i>) | 28 |
| a) Pengertian kepercayaan (<i>trust</i>)..... | 28 |
| b) <i>Trust</i> dalam perspektif Islam..... | 30 |
| 2) Komitmen(<i>commitment</i>)..... | 31 |
| a) Pengertian komitmen | 31 |
| b) Komitmen dalam perspektif Islam..... | 34 |
| 3) Kedekatan Emosional | 35 |
| a) Pengertian kedekatan emosional | 35 |
| b) Kedekatan emosional dalam perspektif Islam | 36 |
| 4) Kepuasan(<i>satisfaction</i>) | 37 |
| a) Pengertian kepuasan..... | 37 |
| b) Kepuasan dalam perspektif Islam | 40 |

| | |
|--|----|
| 5) Komunikasi(<i>communication</i>) | 41 |
| a) Pengertian komunikasi..... | 41 |
| b) Komunikasi dalam perspektif Islam | 43 |
| 4. Teori Perilaku Konsumen..... | 45 |
| a. Pengertian Prilaku Konsumen | 45 |
| b. Prilaku Konsumen Perspektif Islam | 45 |
| 5. Loyalitas Nasabah | 47 |
| a. Pengertian Loyalitas Nasabah | 47 |
| b. Loyalitas Nasabah Perspektif Islam | 49 |
| 6. Teori Gadai Syariah | 50 |
| a. Pengertian Gadai | 50 |
| b. Landasan Hukum Gadai | 53 |
| c. Gadai Emas dalam Perspektif Islam..... | 54 |
| d. Persamaan dan Perbedaan Gadai Syariah dan Konvensional... .. | 55 |
| e. Penerapan Pembiayaan Gadai Emas Syariah di BPD DIY Syariah | 58 |
| f. Prosedur Pembiayaan Gadai Emas Syariah..... | 60 |
| C. Kerangka Konseptual..... | 63 |
| D. Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis..... | 64 |
| 1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Gadai Emas Syariah Bank BPD DIY Syariah..... | 64 |

| | |
|---|----|
| 2. Pengaruh Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah Gadai Emas Syarih Bank BPD DIY Syariah | 65 |
| 3. Pengaruh Kedekatan Emosional terhadap Loyalitas Nasabah Gadai Emas Syarih Bank BPD DIY Syariah | 66 |
| 4. Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Gadai Emas Syarih Bank BPD DIY Syariah | 67 |
| 5. Pengaruh Komunikasi terhadap Loyalitas Nasabah Gadai Emas Syarih Bank BPD DIY Syariah..... | 68 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Jenis dan Pendekatan Penelitian | 70 |
| B. Waktu dan Tempat Penelitian | 70 |
| C. Populasi dan Sampel | 71 |
| D. Sumber Data | 73 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 73 |
| F. Pengkuran Instrumen Penelitian | 74 |
| G. Defenisi Operasional Variabel | |
| 1. Variabel Independen..... | 76 |
| 2. Variabel Dependental | 77 |
| H. Teknik Analisa Data | |
| 1. Analisis Deskriptif | 81 |
| 2. Analisis Kuantitatif | 82 |
| a. Pengujian Instrumen Penelitian..... | 82 |

| | |
|--|----|
| 1) Uji Validitas | 82 |
| 2) Uji Reliabilitas..... | 83 |
| b. Uji Asumsi Klasik..... | 84 |
| 1) Uji Normalitas | 84 |
| 2) Uji Multikoloniearitas | 85 |
| 3) Uji Autokolerasi | 85 |
| 4) Uji Heteroskedastisitas | 86 |
| c. Analisis Regresi Linear Berganda..... | 87 |
| d. Uji Persamaan Regresi | 88 |
| 1) Uji Statistik F..... | 89 |
| 2) Uji Koefisien Detreminasi..... | 90 |
| 3) Uji Statistik t..... | 90 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| A. Hasil Pengumpulan Data..... | 91 |
| B. Gambaran Umum Responden | 91 |
| 1. Karakteristik Berdasarkan Usia | 91 |
| 2. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 92 |
| 3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan..... | 93 |
| 4. Karakteristik Berdasarkan Lama Menggunakan Gadai Emas | 94 |
| C. Analisis Kuantitatif | 95 |
| 1. Pengukuran Instrumen Penelitian | 95 |
| 2. Uji Asumsi Klasik..... | 97 |

| | | |
|----|---|-----|
| a. | Uji Normalitas..... | 97 |
| b. | Uji Multikoloniearitas | 99 |
| c. | Uji Autokolerasi | 100 |
| d. | Uji Heteroskedastisitas..... | 101 |
| 3. | Uji Persamaan Regresi..... | 102 |
| a. | Uji Hipotesis Secara Simultan | 102 |
| b. | Uji Koefisien Determinasi..... | 103 |
| c. | Uji Hipotesis Secara Parsial | 104 |
| 4. | Pembahasan..... | 108 |
| a. | Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Gadai Emas Syariah Bank BPD DIY Syariah | 108 |
| b. | Pengaruh Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Gadai Emas Syariah Bank BPD DIY Syariah | 110 |
| c. | Pengaruh Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah Gadai Emas Syariah Bank BPD DIY Syariah..... | 113 |
| d. | Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Gadai Emas Syariah Bank BPD DIY Syariah | 115 |
| e. | Pengaruh Komunikasi Terhadap Loyalitas Nasabah Gadai Emas Syariah Bank BPD DIY Syariah | 118 |

BAB V PENUTUP

| | | |
|----|------------------|-----|
| A. | Kesimpulan | 120 |
| B. | Saran-saran..... | 122 |

| | |
|-----------------------------|-----|
| DAFTAR PUSTAKA | 124 |
| LAMPIRAN | I |



DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|----------------|
| 1. Tabel 1.1 Bank yang Menggunakan Jasa Gadai Emas | 3 |
| 2. Tabel 2.1 Perbedaan Gadai Syariah dan Konvensional | 57 |
| 3. Tabel 3.1 Kriteria Skala Likert | 70 |
| 4. Tabel 3.2 Pengukuran Variabel dan Indikator Penelitian | 73 |
| 5. Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 87 |
| 6. Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 87 |
| 7. Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 88 |
| 8. Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Lama Menggunakan Gadai Emas Syariah | 89 |
| 9. Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 91 |
| 10. Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas | 93 |
| 11. Tabel 4.7 Hasil Uji Multikoloniearitas | 95 |
| 12. Tabel 4.8 Hasil Uji Autokolerasi | 96 |
| 13. Tabel 4.9 Hasil Uji Simultan..... | 98 |
| 14. Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi..... | 99 |
| 15. Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial | 100 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|----------------|
| 1. Gambar 2.1 Alur <i>Relationship Marketing</i> | 24 |
| 2. Gambar 2.2 Kerangka Konseptual | 58 |
| 3. Gambar 4.1 Uji Normalitas | 93 |
| 4. Gambar Hasil Uji Heteroskedastisitas | 97 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|---|----------------|
| 1. Terjemahan..... | I |
| 2. Kuesioner | IV |
| 3. Profil Bank BPD DIY Syariah..... | IX |
| 4. Hasil Kuesioner Data Variabel | XIII |
| 5. Output SPSS | |
| a. Hasil Uji Analisis Deskriptif..... | XXVIII |
| b. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas | XXX |
| c. Hasil Asumsi Klasik dan Regresi Linear Berganda..... | XXXIV |

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar, sudah selayaknya Indonesia menjadi pelopor dalam pengembangan industri keuangan syariah di dunia. Hal ini bukan merupakan impian yang mustahil karena potensi dan peluang Indonesia untuk menjadi global player keuangan syariah sangat besar khususnya dalam menghadapi MEA.¹ Pengembangan sistem perbankan syariah di Indonesia dilakukan dalam kerangka *dual-banking system* atau sistem perbankan ganda dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), untuk menghadirkan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat Indonesia. Semakin meluasnya penggunaan produk dan instrumen syariah disamping akan mendukung kegiatan keuangan dan bisnis masyarakat juga akan mengurangi transaksi-transaksi yang bersifat spekulatif, sehingga mendukung stabilitas sistem keuangan secara keseluruhan, yang pada gilirannya akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pencapaian ketabilan harga jangka menengah-panjang. Diperbankan syariah juga memiliki banyak produk yang ditawarkan kepada nasabah, Salah satunya yaitu produk gadai emas syariah.

Gadai emas syariah (*Rahn*) merupakan salah satu produk bank syariah yang sudah tumbuh dengan cepat dalam bisnis perbankan syariah saat ini.

¹ Azwar, “Industri Perbankan Menghadapi MEA 2015,” <http://www.bppk.depkeu.go.id>, akses 25 Maret 2015.

Gadai syariah telah menjadi salah satu produk unggulan yang menopang perkembangan bisnis perbankan syariah. Adapun produk gadai yang diterbitkan oleh perbankan syariah hanya produk pembiayaan gadai emas syariah. Besarnya prospek dan potensi yang ada pada produk gadai syariah telah membuat beberapa bank syariah menempatkannya sebagai produk unggulan di masa yang akan datang.² Hal tersebut dikarenakan harga emas yang terus meningkat, peningkatan harga emas tersebut dikarenakan emas memiliki nilai intrinsik yang lebih stabil dan tahan inflasi dibandingkan dengan mata uang seperti dollar atau rupiah dan gadai emas syariah tergolong produk yang baru yang diperkenalkan kembali kepada masyarakat dan produk yang tidak dimiliki di perbankan konvensional.



² "Rahn Bank syariah: Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia," <http://www.lppi.or.id>, akses 25 Maret 2015.

Tabel 1.1
Bank Syariah yang Memiliki Jasa Gadai Emas

| Bank Syariah yang Menggunakan Jasa Gadai Emas | | | |
|---|------------|-------|------------------|
| Jenis Perbankan | Bulan | Tahun | Komposisi |
| BRI Syariah | November | 2011 | Rp. 1,9 triliun |
| | Desember | | Rp. 500 miliar |
| BSM | Januari | 2011 | Rp. 1,2 triliun |
| | Maret | | Rp. 3,5 triliun |
| BNI Syariah | Januari | 2011 | Rp. 124 miliar |
| | Februari | | Rp. 131 miliar |
| | Maret | | Rp. 123 miliar |
| Danamon Syariah | Desember | 2011 | Rp. 45 miliar |
| CIMB Niaga Syariah | Januari | 2011 | Rp. 12,09 miliar |
| | Desember | 2012 | Rp. 57,98 miliar |
| Bank Mega Syariah | Desember | 2011 | Rp. 500 miliar |
| | Desember | 2012 | Rp. 450 miliar |
| | Desember | 2013 | Rp. 750 miliar |
| Bank Bukopin Syariah | Desember | 2013 | Rp. 5 miliar |
| | Desember | 2014 | Rp. 15 miliar |
| Bank Jateng Syariah | Desember | 2012 | Rp. 800 Juta |
| | Desember | 2013 | Rp. 1,3 miliar |
| Bank BJB Syariah | Sepetember | 2012 | Rp. 2,37 triliun |
| | Desember | 2013 | Rp. 3,1 triliun |
| Bank Jatim | Desember | 2011 | Rp. 7 miliar |

Bank Indonesia menerbitkan ketentuan untuk mencegah terjadinya praktik spekulasi dalam produk pembiayaan gadai emas syariah di tahun 2012. Dalam peraturan tersebut produk gadai Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah merupakan produk layanan jasa berdasarkan akad *Qardh*.³ Fatwa Dewan Syariah Nasional No.25/DSN-MUI/III/2002 mengatur Produk Gadai

³ Surat edaran Bank Indonesia Nomor 14/7/DPBS Tentang Produk *Qardh* Beragunan Emas Bagi Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah.

Emas Syariah. Dalam fatwa tersebut dijelaskan bahwa gadai emas diperbolehkan berdasarkan prinsip *rahn* dengan ketentuan-ketentuan yang telah diatur dalam Bank Syariah atau unit usaha syariah.⁴ Ketentuan tersebut bertujuan mencegah terjadinya spekulatif dalam praktik gadai emas syariah yaitu dengan menetapkan batas maksimal plafon pembiayaan serta frekuensi perpanjangan jatuh tempo. Dampak yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia yang bekerja sama dengan DSN tersebut mengakibatkan tidak stabilnya pertumbuhan dari pembiayaan dengan menggunakan akad *qardh*, salah satunya adalah produk pembiayaan gadai emas syariah.

Hingga saat ini gadai emas diperbankan mengalami stagnan bahkan cenderung turun. Ada sejumlah faktor yang menghadang kinerja bisnis gadai emas. Pertama, pengetatan aturan oleh Bank Indonesia (BI) mengenai batas maksimal pembiayaan. Kedua, penurunan harga emas. Ketiga, persaingan ketat lantaran pelaku bisnis gadai emas semakin banyak. Hal ini menjadi tantangan bagi perbankan syariah untuk membuat strategi yang efektif dan efisien agar produk gadai emas syariah masih diminati oleh masyarakat.⁵

BPD DIY Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan Unit Usaha Syariah (UUS) yang ada di Yogyakarta. BPD DIY Syariah merupakan cabang syariah unit kerja BPD DIY konvensional yang

⁴ Dewan Syariah Nasional, *Himpunan Fatwa Dewan Syari'ah Nasional*, cet. ke-3 (Jakarta: CV. Gaung Persada, 2006), hlm. 153.

⁵ "Laporan Tahunan PT. Bank BPD DIY 2014", www.bpd-diyy.go.id, akses 3 Oktober 2015

kantornya berpusat di Jl. Tentara Pelajar Yogyakarta. Saat ini PT. Bank BPD DIY Unit Usaha Syariah telah memiliki 34 jaringan kantor pelayanan yang terdiri dari: 1 Kantor Cabang Syariah, 2 Kantor Cabang Pembantu Syariah, 5 Kantor Kas Syariah dan 26 Kantor Layanan Syariah (*Office Channeling*) di Cabang dan Cabang Pembantu PT. Bank BPD DIY yang tersebar di seluruh wilayah DIY.⁶

Berbagai upaya dilakukan perusahaan perbankan untuk tetap bertahan hidup (*survive*) dan menjaga pertumbuhan produk pembiayaan gadai emas syariah di masa setelah krisis yang berkepanjangan ini, disamping harus menghadapi persaingan yang sangat ketat diantara perusahaan-perusahaan perbankan lainnya. Salah satunya dengan menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Strategi pemasaran jasa terdiri dari diferensiasi kompetitif, mengelola kualitas jasa dan mengelola produktivitas guna mendorong dan mempertahankan loyalitas pelanggan.⁷ Strategi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pada perusahaan disebut *relationship marketing*. Strategi *relationship marketing* memiliki keterkaitan yang erat dengan loyalitas konsumen. *Relationship marketing* mengarah kepada pembentukan sikap loyalitas konsumen atau pelanggan. Hal ini didukung dengan hasil penelitian Randy Pratama yang menyimpulkan bahwa *customer relationship marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap

⁶ “Laporan Tahunan PT. Bank BPD DIY 2014”, www.bpd-diayogyakarta.go.id, akses 3 Oktober 2015.

⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997), hlm. 143.

loyalitas nasabah di perusahaan asuransi bumi putera.⁸ Perlakuan perusahaan kepada pelanggan yang loyal seperti pemberian *reward* sampai dengan konsistensi dalam kepercayaan kualitas produk merupakan salah satu dari beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur efektifitas penerapan *relationship marketing*.⁹

Relationship marketing diartikan sebagai menarik, memelihara dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan. Tujuan dari relationship marketing adalah untuk membangun dan mempertahankan pelanggan yang memiliki *relationship commitment* kuat dan *profitable* bagi perusahaan.¹⁰ Hal yang perlu diperhatikan dalam *relationship marketing* adalah mendengar suara konsumen, hal ini berarti perusahaan harus melakukan interaksi dengan konsumen dengan maksud untuk memperoleh umpan balik yang berupa kepuasan dan bagaimana tanggapan konsumen tentang sarana dan prasarana yang berhubungan dengan produk yang diberikan sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan. Adapun cara untuk mendapatkan umpan balik dapat dilakukan dengan penerapan sistem keluhan dan saran atau dengan survey loyalitas pembelian sehingga keluhan atau ketidakpuasan

⁸ Rhandy Pratama & Seno Andri, "Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Diperusahaan Asuransi Bumi Putera Cabang Senapelan Pekanbaru", *Jurnal FISIP* Volume 2 NO. 1 (Februari 2015), hlm. 7.

⁹ Agatha Rahmi, "Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan UMKM", *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, Volume 2 No. 1 (Maret 2014), hlm. 4.

¹⁰ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, (Yogyakarta :Penerbit Andi, 2013), hlm. 416.

konsumen tersebut dapat segera diambil dan ditentukan solusi yang terbaik oleh perusahaan.

Relationship marketing dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya model relationship marketing yang terdiri dari *relationship marketing inputs* yaitu yang mencakup *trust, commitment, communication, customer satisfaction, customer bonding* dan *relationship marketing outcomes* yang mencakup *customer loyalty*. Dalam penelitian ini, faktor-faktor kunci tersebut akan menjadi variabel penelitian untuk mengetahui pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah.

Loyalitas didefinisikan sebagai suatu sikap yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap penyediaan produk atau jasa.¹¹ Loyalitas berasal dari pemenuhan harapan konsumen, sedangkan ekspektasi berasal dari pengalaman pembelian terdahulu oleh konsumen, opini dari teman dan kerabat, serta janji atau informasi dari pemasar atau pesaing.¹² Aspek yang sangat penting dari loyalitas pelanggan yang sering terlewatkan atau jarang diukur adalah hubungan emosional antara pelanggan yang loyal dengan perusahaan. Loyalitas adalah bukti dari emosi yang mentransformasikan perilaku pembelian berulang menjadi sebuah hubungan. Meningkatnya

¹¹ Akhmad Iyus Haris, "Pengaruh Relationship Marketing dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty pada PT Enam Tiga Sejahtera, *Jurnal Pendidikan Ekonomi* Vol. 4 No. 1 (2014), hlm. 9.

¹² Farida Jasfar, *Teori dan Aplikasi 9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hlm. 22.

kekuatan emosi positif terhadap penyedia jasa, semakin meningkatkan loyalitas. Konsumen yang loyal adalah suatu komitmen yang mendalam untuk membeli kembali dan berlangganan suatu produk atau jasa secara konsisten di masa yang akan datang, sehingga dapat menyebabkan pengulangan pembelian merek yang sama walaupun ada pengaruh situasi dan berbagai usaha pemasaran yang berpotensi untuk menyebabkan tindakan perpindahan merek. Oleh karena itu, membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, maka tentunya akan membuat pelanggan merasa puas.

Adapun penyusun memilih objek penelitian di BPD DIY Syariah dikarenakan bank tersebut memiliki visi untuk membangun daerah khususnya di kalangan masyarakat Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Penyusun juga mendapatkan *testimony* pada saat melakukan penelitian, ada beberapa nasabah yang memberikan pernyataan bahwa biaya *ujrah* (sewa) di Bank BPD DIY Syariah relative lebih murah dibandingkan dengan bank syariah yang lainnya yaitu Rp. 4.000,- per gram per bulannya, Selain itu nilai taksiran yang diberikan BPD DIY Syariah juga relatif lebih tinggi dibandingkan dengan bank syariah yang lain yang ada di Yogyakarta.

Dari latar belakang tersebut, peneliti ingin mengkaji lebih lanjut tentang “**Analisis Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk Gadai Emas Syariah (Studi Pada Bank BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro)**”.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kepercayaan dapat mempengaruhi loyalitas nasabah pengguna produk gadai emas syariah di Bank BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro?
2. Apakah pertalian atau kedekatan emosional dapat mempengaruhi loyalitas nasabah pengguna produk gadai emas syariah di Bank BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro?
3. Apakah komunikasi dapat mempengaruhi loyalitas nasabah pengguna produk gadai emas syariah di Bank BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro?
4. Apakah komitmen dapat mempengaruhi loyalitas nasabah pengguna produk gadai emas syariah di Bank BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro?
5. Apakah kepuasan dapat mempengaruhi loyalitas nasabah pengguna produk gadai emas syariah di Bank BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro?

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan dari penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menjelaskan dan mendapatkan bukti empiris mengenai :

- a. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pengguna produk gadai emas syariah di Bank BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro.
- b. Mengetahui pengaruh pertalian atau kedekatan emosional terhadap loyalitas nasabah pengguna produk gadai emas syariah di Bank BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro.
- c. Mengetahui pengaruh komunikasi terhadap loyalitas nasabah pengguna produk gadai emas syariah di Bank BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro.
- d. Mengetahui pengaruh komitmen terhadap loyalitas nasabah pengguna produk gadai emas syariah di Bank BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro.
- e. Mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah pengguna produk gadai emas syariah di Bank BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro.

2. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi lingkungan pendidikan, untuk perluasan khasanah teori dan penelitian terdahulu mengenai analisis pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah pengguna produk gadai emas syariah serta memberikan kontribusi dalam bidang pemasaran.

- b. Bagi peneliti, menambah wawasan tentang pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah pengguna produk gadai emas syariah.
- c. Bagi praktisi, dapat memebrikan bantuan informasi yang dibutuhkan bank dalam pengembangan variabel-variabel *relationship marketing* yang dapat mempengaruhi terciptanya *customer loyalty*. Selain itu dapat menjadi bahan evaluasi atas kinerja pemasaran dalam memelihara hubungan dengan nasabahnya selama ini.

D. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Skripsi ini disusun dengan urutan yang sistematis menggunakan lima bab pembahasan yang didalamnya terdiri dari sub-sub bab sebagai berikut:

Bab I adalah Pendahuluan. Bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang masalah pengambilan judul penelitian. Peneliti tertarik untuk mengambil judul mengenai loyalitas nasabah gadai emas syariah karena saat ini harga emas yang cenderung stagnan bahkan bisa dikatakan harga emas turun, sehingga akan berdampak negatif terhadap profitabilitas perusahaan dan berdampak buruk pada kesetiaan pelanggan, karena nasabah pasti akan meninggalkan perusahaan tersebut. dengan demikian peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana perusahaan mampu mempertahankan nasabahnya dengan menjaga hubungannya dengan nasabah agar nasabah tidak meninggalkan jasa layanan yang ditawarkan dari perusahaan. Selanjutnya bab ini akan menjelaskan mengenai rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika pembahasan.

Bab II adalah Landasan Teori. Bab ini berisi penjelasan mengenai telaah pustaka yang *linier* dengan penelitian yang akan dilakukan, landasan teori dan hipotesis penelitian. Pada sub bab landasan teori peneliti akan menjelaskan mengenai teori pemasaran jasa, teori prilaku konsumen, teori gadai emas syariah, teori *relationship marketing* dan teori loyalitas nasabah.

Bab III adalah Metode Penelitian. Bab ini berisi penjelasan mengenai jenis dan sifat penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan teknis analisis data. Penelitian ini menggunakan data primer. Sampel yang diambil adalah nasabah gadai emas syariah di BPD DIY Syariah cabang Cik Ditiro. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi. Teknik analisis data berisi penjelasan tentang analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi dan analisis regresi linear berganda.

Bab IV adalah Analisis Data dan Pembahasan. Bab ini menjelaskan mengenai hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah gadai emas syariah di BPD DIY Syariah cabang Cik Ditiro baik analisis secara deskriptif maupun analisis hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan.

Bab V adalah Penutup. Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan yang diuraikan dalam bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel kepercayaan (*trust*), komitmen (*commitment*), kedekatan emosional (*customer bonding*), kepuasan (*satisfaction*), dan komunikasi (*communication*) terhadap loyalitas nasabah gadai emas syariah di BPD DIY Syariah cabang Cik Di Tiro. Tingkat pengaruh secara simultan sebesar 56.3% yang artinya seluruh variabel independen bersama-sama mampu menjelaskan loyalitas nasabah gadai emas syariah sebesar 56.3% dan sisanya ($100\%-56.3\% = 43.7\%$) dipengaruhi oleh faktor diluar model tersebut.
2. Hipotesis pertama diterima, artinya bahwa kepercayaan (*trust*) mempengaruhi loyalitas nasabah gadai emas syariah BPD DIY Syariah. Dengan demikian besarnya kepercayaan nasabah terhadap suatu produk gadai emas syariah akan berdampak pada tingkat loyalitasnya. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel yaitu 2.010 > 1.673 dengan signifikansi $0.049 < 0.05$. Dapat disimpulkan bahwa

semakin tinggi kepercayaan nasabah akan suatu produk gadai emas syariah maka akan semakin loyal nasabah tersebut.

3. Tidak berpengaruh positif dan signifikan antara komitmen dengan loyalitas nasabah gadai emas syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung variabel komitmen (-0.290) kurang dari nilai t tabel (1.673) atau bisa dituliskan ($-0.290 < 1.673$). Dan nilai signifikansi t (0.773) lebih besar dari 0.05. Hal ini disebabkan karena nasabah tidak terlalu memperhatikan masalah bangga tidaknya menjadi nasabah gadai emas syariah. Akan tetapi nasabah lebih mementingkan manfaat yang didapat dari layanan yang diterimanya yaitu proses gadai yang dapat diterima dan diperoses cepat sehingga nasabah dapat memperoleh pinjaman serta dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Maka Hipotesis kedua (Ha2) ditolak yang menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan antara komitmen dengan loyalitas nasabah gadai emas syariah.

4. Tidak terdapat pengaruh antara kedekatan emosional dengan loyalitas nasabah gadai emas syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung variabel kedekatan emosional (-2.091) kurang dari nilai t tabel (1.673) atau bisa dituliskan ($-2.091 < 1.673$). dan nilai signifikansi t (0.041) lebih kecil dari 0.05. Artinya kedekatan emosional nasabah dengan *officer* gadai emas syariah di BPD DIY Syariah tidak ada pengaruhnya dengan loyalitas nasabah yang menggunakan layanan gadai emas syariah.maka Hipotesis keempat (H4) ditolak yang

menyatakan ada pengaruh positif signifikan antara kedekatan emsional dengan loyalitas nasabah gadai emas syariah.

5. Hipotesis keempat diterima. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung variabel kepuasan (2.516) lebih besar dari nilai t tabel (1.673) atau bisa dituliskan ($2.516 > 1.673$). Dan nilai signifikansi t (0.015) lebih kecil dari 0.05. Artinya bahwa kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah gadai emas syariah, semakin besar tingkat kepuasan maka akan berdampak pada kesetiaan nasabah yang semakin tinggi.
6. Hipotesis kelima diterima. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung variabel komunikasi (2.379) lebih dari nilai t tabel (1.673) atau bisa dituliskan ($2.379 > 1.673$), dan nilai signifikansi t (0.021) lebih besar dari 0.05. Artinya bahwa komunikasi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah gadai emas syariah, semakin baik hubungan komunikasi dengan nasabah maka akan berdampak pada kesetiaan nasabah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan atas penelitian ini, maka penulis mengajukan saran terhadap pihak-pihak terkait antara lain:

1. Dalam penelitian ini kepercayaan, kepuasan dan komunikasi sangat berpengaruh terhadap tingkat loyalitas, oleh karena itu dapat dikatakan sebagai faktor penting untuk menjaga nasabah gadai emas syariah untuk tidak berpindah ke bank lain. Sehingga baik dari pihak bank, mulai dari karyawan sampai tingkat tertinggi yaitu pimpinan haruslah

memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan guna mencapai kepuasan dan kepercayaan yang maksimal serta menjaga hubungan yang baik agar komunikasi antara nasabah gadai emas syariah dengan karyawan tetap terjaga dengan baik.

2. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya meneliti pada satu objek saja (gadai emas syariah), sehingga untuk kesimpulan yang diperoleh tidak bersifat umum atau tidak bisa diterapkan pada objek lain. Oleh karena itu diharapkan untuk penelitian selanjutnya, objek penelitian dapat menggunakan cakupan yang lebih luas. Selain itu, akan lebih baik jika menambah variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini untuk menguatkan penelitian tersebut. Misalnya menambah variabel (*conflict handling*) penanganan keluhan.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* cet. ke-10, Jakarta:
CV. Diponegoro, 2010.

Buku

Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*, Jakarta: Yayasan Swana Bhumi, 1996.

Alfansi, Lizar, *Financial Services Marketing Membidik Konsumen Perbankan Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2010.

Alghifari, *Analisis Statistik untuk Bisnis dengan Regresi Kolerasi dan Nonparametrik*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2009.

Ali, Zainuddin, *Hukum Gadai Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

Anshori, Abdul Ghofur, *Gadai Syariah Di Indonesia Konsep, Implementasi dan Instusionalisasi*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2011.

Anto, Hendri, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, Yogyakarta: Ekonisia, 2003.

Assuri, Sofjan, *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value* Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

Donni, Buchari, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2009.

Dewan Syariah Nasional, *Himpunan Fatwa Dewan Syari'ah Nasional*, Jakarta: CV. Gaung Persada, cet. ke-3, 2006.

Ghozali, Imam, *Applikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005.

Handoko, Hani T, *Manajemen*, cet. ke-9, Yogyakarta: BPFE, 1995.

Hasan, Ali, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.

Hermawan, Agus, *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012.

- Jasfar, Farida, *Teori dan Aplikasi 9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Kertajaya, Hermawan, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan Pustaka, 2006.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*, Jakarta: Prenhallindo, 2002.
- Keller, Kevin Lane, Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, alih bahasa Bob Sabran, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kristaung, Robert, Yonne Augustine, *Metode Penelitian Bisnis dan Akuntansi*, Jakarta: PT Dian Rakyat, 2013.
- Lubis, Suhrawardi K, Chairuman Pasaribu, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, cet. ke-3 Jakarta: Sinar Grafika, 2004.
- Laksana, Fajar, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz and Jacky Mussry, *Pemasaran Jasa Perspektif Indonesia*, alih bahasa Dian Wulandari, cet. ke-7 Jakarta: Penerbit Erlangga, 2011.
- Marty Oesman, Yevis, *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency (Kasus Pada Pemasaran Shopping Center)*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Mahfud, Muhammad, Waryani Fajar Riyanto, *Komunikasi Islam Perspektif Integrasi Interkoneksi*, Yogyakarta: Galuh Patria, 2012.
- Mastuti, Ririn Tri Ratnasari, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Parasuraman, *A Conceptual Model of Service Quality and Implication for Future Research*, disadur oleh Setot Imam Wahjono Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Sanusi, Anwar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Sarwono, Jonathan, *Statistik Multivariat Aplikasi Untuk Riset Skripsi*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2013.

- Sekaran, Uma, *Research Method for Business: Metodologi Penelitian Bisnis*, diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia oleh Kwan Men Yon, cet. ke-1, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Setyono, Joko, *Manajemen Pemasaran Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Biruni Press, 2008.
- S. Uyanto, Stanislaus, *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, Yogyakarta: Andi Offset, 2009.
- Sutedi Adrian, *Hukum Gadai Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sudarsono, Heri, *Konsep Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Ekonisia, 2002.
- Suryani, Tatik, *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, cet. ke-2, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Syafi'i Antonio, Muhammad, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Tjiptono, Fandy, *Service Marketing: Esensi dan Aplikasi*, Yogyakarta: Marknesis, 2009.
- , *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997.
- , *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2014.
- Mustafidah, Hidayati, Tukiran Taniredja, *Penelitian Kuantitatif: Sebuah Pengantar*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Warson Munawwir, Ahmad, *Al munawwir Kamus Arab Indonesia*, Surabaya: Pustaka Progresif, 1997.
- Widyarini, *Manajemen Bisnis dengan Pendekatan Islam*, Yogyakarta: Ekonisia, 2012.
- Yudi Sutarso, Suharno, *Marketing in Practice*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Jurnal dan Skripsi

Dinda Monika Mediana, Bahri, "Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan,Kualitas Layanan dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BRI Cabang Pattimura Semarang)", *Skripsi*. Universitas Diponegoro. 2010.

Ellena, Frieda, "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah BRI Cabang Pemalang)" *Skripsi* Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang (2011).

Fahmi, A Muh, "Pengaruh Faktor-faktor Relationship Marketing Input Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bank Mandiri Mitra Usaha KCP Antang", *Skripsi* Universitas Hasanuddin Makasar, (2013).

Fitri Anjani, Rizki, "Analisis Dampak Service Performance, Kualiatas Produk, Kedekatan Emosional Dan Citra Lembaga Dengan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah MBT UMY", *Skripsi* UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2014)

Mujaddid Adinugroho, Faris, "Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Komitmen dan Komunikasi *Word of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket," *Skripsi* Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta (2015).

Setiawan, Widadik, "Analisis Pengaruh Citra, Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Jateng", *Skripsi* Universitas Muhammadiyah Surakarta (2015)

Wibowo, Muhammad Aris, "Pengaruh *Relationship Marketing* dan *Customer Satisfaction* Terhadap Loyalitas Nasabah BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro", *Skripsi* UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, (2015)

Andri, Seno, Rhandy Pratama, "Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Diperusahaan Asuransi Bumi Putera Cabang Senapelan Pekanbaru", *Jurnal FISIP* Volume 2 NO. 1 Februari 2015.

Artantie, Nadira, "Pengaruh Komunikasi, Kepercayaan, Komitmen dan Penyelesaian Masalah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Debitur PD.BPR Tugu Artha Malang)", *Jurnal Manajemen* Fakultas Ekonomi dan Bisnis (2014),

- Ekachristie Risdianto, Gisela,"Pengaruh Customer Satisfaction and Switching Barriers Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Trust Sebagai Variabel Moderating Pada Toko Buku Petra Togamas Surabaya", *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol 2, No.2 (2014).
- Hemayanti, Nadia Ayu, "Pengaruh Implementasi Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Auto 2000 Cabang Sutoyo Malang", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* Vol. 3 No. 2 (2014)
- Iyus Haris, Akhmad, "Pengaruh Relationship Marketing dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty pada PT Enam Tiga Sejahtera", *Jurusan Pendidikan Ekonomi* Vol: 4 No: 1 (2014).
- Mayang Sari, Febrina, "Pengaruh Trust dan Communication Terhadap Customer Loyalty di Perbankan (Studi Kasus pada nasabah Bank Mandiri Cabang Soekarno Hatta di Malang)", *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, Universitas Brawijaya, (2014)
- Mirandha Hapsari, Annisa, "Pengaruh Excellent Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 1 No. 2 Januari 2015.
- Prima Lita, Ratni, "Pengaruh Kepercayaan, Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Trikonomika* Volume 8, No. 2, Desember 2009.
- Reonaldi Naibaho, Frengky, "Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Giro Pada PT. Bank Mestika Di Kota Pekanbaru", *Jurnal Economica* Vol.1. No.1 Januari 2015.
- Saromono, Budi, "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi dan Penanganan Konflik Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Nasabah Bank Kalbar Pontianak)", *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Volume 1 No.3 2015.
- Dzikiryati Yuli, "Analisis CRM, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Produk UKM Berbasis Bahan Baku di Jawa Timur", *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8 No. 1 April 2014.

Website

Pelaksana Balai Diklat Keuangan Makassar, “*Industri Perbankan Menghadapi MEA 2015*”, <http://www.bppk.depkeu.go.id>, akses 25 Maret 2015.

Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, “*Rahn Syariah*”, <http://www.lppi.or.id>, akses 25 Maret 2015.

“Statistik Perbankan Syariah Juni 2015,” <http://www.bi.go.id/id/statistik/perbankan/syariah> , akses 3 Oktober 2015.

“Laporan Tahunan PT. Bank BPD DIY 2014”, www.bpdidiy.go.id, akses 3 Oktober 2015.

“Tanpa gadai emas omzet bri syariah tembus 9,1 triliun”, <http://finansial.bisnis.com/>, akses 6 Oktober 2015.

“Harga emas meroket omset gadai emas bank melonjak”, <http://www.bnisyariah.co.id/>, akses 6 Oktober 2015.

“Cimb dan danamon panen bisnis gadai emas”, <http://keuangan.kontan.co.id/news/>, akses 6 Oktober 2015.

“CIMB Niaga Syariah Terus Kembangkan Bisnis Gadai Emas 2012”, <https://www.cimbniaga.com/>, akses 6 Oktober 2015.

”Maraknya pembiayaan emas oleh perbankan”, <http://www.sepitarforex.com/>, akses 6 Oktober 2015.

“Bukopin syariah targetkan gadai emas Rp 15-miliar”, <http://keuangan.kontan.co.id/news/>, akses 6 Oktober 2015.

”Bjb syariah menyiasati aturan gadai emas bi”, <http://keuangan.kontan.co.id/news/>, akses 6 oktober 2015.

”Bank jatim siapkan dana syariah Rp7 miliar”, <http://kabar24.bisnis.com/>, akses 6 Oktober 2015.

LAMPIRAN



Lampiran I

Terjemahan Al-Qur'an

| No | Halaman | Footnote | Terjemahan |
|----|---------|----------|--|
| 1 | 19 | 15 | "Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui." |
| 2 | 20 | 17 | "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menanyakan (kepada Nabimu) hal-hal yang jika diterangkan kepadamu akan menyusahkan kamu dan jika kamu menanyakan di waktu Al Quran itu diturunkan, niscaya akan diterangkan kepadamu, Allah memaafkan (kamu) tentang hal-hal itu. Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyantun." |
| 3 | 28 | 26 | "Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar." |
| 4 | 28 | 27 | "Dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat (yang dipikulnya) dan janjinya." |
| 5 | 32 | 32 | "Dan berpeganglah kamu semuanya kepada tali (agama) Allah, dan janganlah kamu bercerai berai, dan ingatlah akan nikmat Allah kepadamu ketika kamu dahulu (masa Jahiliyah) bermusuhan-musuhan, Maka Allah mempersatukan hatimu, lalu menjadilah kamu karena nikmat Allah, orang-orang yang bersaudara; dan kamu telah berada di tepi jurang neraka, lalu Allah menyelamatkan kamu dari padanya. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu, agar kamu mendapat petunjuk." |

| | | | |
|----|----|----|--|
| 6 | 33 | 33 | <p>“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”</p> |
| 7 | 38 | 40 | <p>“Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam Keadaan beriman, Maka Sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan Sesungguhnya akan Kami beri Balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan.”</p> |
| 8 | 41 | 45 | <p>“Dan janganlah kamu mengatakan terhadap apa yang disebut-sebut oleh lidahmu secara Dusta "Ini halal dan ini haram", untuk mengada-adakan kebohongan terhadap Allah. Sesungguhnya orang-orang yang mengada-adakan kebohongan terhadap Allah Tiadalah beruntung.”</p> |
| 9 | 46 | 51 | <p>“Allah pelindung orang-orang yang beriman; Dia mengeluarkan mereka dari kegelapan (kekafir) kepada cahaya (iman). dan orang-orang yang kafir, pelindung-pelindungnya ialah syaitan, yang mengeluarkan mereka daripada cahaya kepada kegelapan (kekafir). mereka itu adalah penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”</p> |
| 10 | 51 | 59 | <p>“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka</p> |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | <p>hendaklah yang dipercaya itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhanmu; dan janganlah kamu (para saksi) Menyembunyikan persaksian. dan Barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”</p> |
|--|--|--|--|

Lampiran II

KUESIONER

Penelitian Skripsi dengan Judul

**“ANALISIS PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP
LOYALITAS NASABAH GADAI EMAS SYARIAH PADA BPD DIY
SYARIAH “**

Assalamu’alaikum Wr. Wb.

Saya Shofa Riadhatul Munawaroh mahasiswi Program Studi Keuangan Islam di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta memohon waktu Bapak/Ibu untuk mengisi angket yang berisi butir-butir pertanyaan serta pernyataan. Angket ini digunakan untuk mengumpulkan data guna menyusun tugas akhir skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Nasabah Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Pada Bank BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta)”** sebagai syarat untuk menyelesaikan tugas akhir saya.

Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak bernilai benar atau salah. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dimohon Bapak/Ibu memberikan jawaban sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya. Semua jawaban dan identitas Bapak/Ibu **dijamin kerahasiannya.**

Atas kesediaan dan waktu yang telah diberikan Bapak/Ibu untuk mengisi angket ini, saya ucapkan terima kasih.

Wasaalamu’alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Mei 2015

Hormat saya,

Shofa Riadhatul Munawaroh

Petunjuk : Mohon anda mengisi daftar pertanyaan di bawah ini dengan cara memberi tanda silang (x) pada jawaban yang paling sesuai menurut anda.

A. Identitas Responden

1. Nama/inisial :
2. Jenis kelamin :
 Laki-laki
 Perempuan
3. Usia anda saat ini :

| | |
|---------------------|--------------------|
| a. Dibawah 25 tahun | c. 41 – 50 tahun |
| b. 25 – 40 tahun | d. Diatas 50 tahun |
4. Pekerjaan anda saat ini :

| | |
|-------------------|---------------------------|
| a. PNS | d. Pelajar atau Mahasiswa |
| b. Pegawai Swasta | e. Lain-lain |
| c. Wiraswasta | |
5. Sudah berapa kali anda menggunakan jasa layanan gadai emas syariah di BPD DIY Syariah :

| | |
|-----------|---------------|
| a. 1 kali | c. 3 – 4 kali |
| b. 2 kali | d. > 4 kali |

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berilah tanda ceklis (✓) pada alternative jawaban yang paling sesuai menurut penilaian anda.

Keterangan : SS = Sangat Setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

A. Faktor Kepercayaan (*trust*) (X1)

| No | Pernyataan | SS | S | TS | STS |
|----|--|----|---|----|-----|
| 1 | Bank BPD DIY Syariah adalah bank yang dapat dipercaya karena memiliki rasa empati terhadap nasabah. | | | | |
| 2 | BPD DIY Syariah menjamin keamanan barang jaminan gadai emas syariah. | | | | |
| 3 | BPD DIY Syariah selalu memberikan yang terbaik untuk nasabahnya. | | | | |
| 4 | BPD DIY Syariah selalu bertindak jujur dalam melakukan transaksi layanan gadai emas syariah. | | | | |
| 5 | Hubungan timbal balik antara nasabah dengan manajemen Bank BPD DIY Syariah terjalin dengan saling mempercayai. | | | | |

B. Faktor Komitmen (*commitment*) (X2)

| No | Pernyataan | SS | S | TS | STS |
|----|--|----|---|----|-----|
| 1 | BPD DIY Syariah memberikan pelayanan tepat waktu sesuai janji. | | | | |
| 2 | Saya akan menjaga hubungan baik dengan pihak BPD DIY Syariah. | | | | |
| 3 | Saya akan memberikan saran dan kritik yang membangun untuk kelangsungan BPD DIY Syariah. | | | | |
| 4 | Saya akan menjaga nama baik BPD DIY Syariah. | | | | |

C. Faktor Kedekatan Emosional (*customer bonding*) (X3)

| No | Pernyataan | SS | S | TS | STS |
|----|---|----|---|----|-----|
| 1 | Kedekatan nasabah dengan pihak manajemen bank BPD DIY Syariah terjalin dengan baik karena pelayanan yang ramah. | | | | |
| 2 | Secara emosional saya merasa dekat dengan karyawan BPD DIY Syariah. | | | | |
| 3 | Saya mudah akrab dengan karyawan BPD DIY Syariah. | | | | |
| 4 | Saya tetap melakukan transaksi gadai emas syariah karena merasa senang mempunyai hubungan dengan BPD DIY Syariah. | | | | |

D. Faktor Kepuasan (*satisfaction*) (X4)

| No | Pernyataan | SS | S | TS | STS |
|----|--|----|---|----|-----|
| 1 | BPD DIY Syariah mampu memenuhi kebutuhan saya. | | | | |
| 2 | BPD DIY Syariah memberikan kemudahan dalam setiap melakukan transaksi gadai emas syariah. | | | | |
| 3 | Saya puas dengan kinerja BPD DIY Syariah. | | | | |
| 4 | Bagi saya BPD DIY Syariah adalah bank yang tepat untuk melakukan transaksi layanan gadai emas syariah. | | | | |

E. Faktor Komunikasi (*communication*) (X5)

| No | Pernyataan | SS | S | TS | STS |
|----|---|----|---|----|-----|
| 1 | BPD DIY Syariah memberikan informasi mengenai gadai emas syariah dengan menggunakan brosur, majalah atau Koran, media elektronik (internet, <i>mobile banking</i>) | | | | |

| | | | | |
|---|--|--|--|--|
| | dan media lainnya. | | | |
| 2 | BPD DIY Syariah menyediakan informasi layanan perbankan yang baru. | | | |
| 3 | Setiap ada hal yang baru, BPD DIY Syariah selalu menginformasikan kepada nasabah. | | | |
| 4 | Pegawai BPD DIY Syariah menjelaskan informasi yang ingin diketahui nasabah gadai emas syariah. | | | |

F. Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

| No | Pernyataan | SS | S | TS | STS |
|----|---|----|---|----|-----|
| 1 | Saya bangga menjadi nasabah gadai emas syariah di BPD DIY Syariah. | | | | |
| 2 | Saya akan terus menggunakan layanan gadai emas syariah di BPD DIY Syariah. | | | | |
| 3 | Saya akan merekomendasikan kepada pihak lain untuk menggunakan jasa layanan gadai emas syariah di BPD DIY Syariah. | | | | |
| 4 | Saya akan mengatakan hal-hal positif tentang layanan gadai emas syariah di BPD DIY Syariah kepada teman, kerabat, dan rekan bisnis. | | | | |
| 5 | Komentar <i>negative</i> orang lain mengenai layanan gadai emas syariah tidak akan membuat saya beralih dari BPD DIY Syariah. | | | | |

LAMPIRAN III

PROFIL BPD DIY SYARIAH

A. Sejarah Singkat BPD DIY Syariah

Beroperasinya bank syariah di Indonesia sejak tahun 1992 merupakan fase awal dalam memperkenalkan kepada masyarakat suatu sistem perbankan yang berbeda dari sistem perbankan yang berbasis konvensional yang telah lama dikenal. Sistem perbankan syariah yang mengaplikasikan mekanisme dan produk yang dilandaskan prinsip syariah secara menggunakan sistem bagi hasil ternyata lebih dari 14 tahun kehadirannya memberikan tanggapan yang semakin baik di masyarakat.

Perkembangan bank syariah mulai terasa sejak dilakukan perubahan terhadap Undang-undang yang memberikan landasan operasi yang lebih jelas bagi bank syariah. sebagai tindak lanjut UU tersebut, Bank Indonesia mulai memberikan perhatian lebih serius terhadap pengembangan perbankan syariah. Pada bulan April 1999 Bank Indonesia membentuk satuan kerja khusus yang menangani penelitian dan pengembangan bank syariah yang menjadi cikal bakal bagi Biro Perbankan Syariah yang dibentuk pada 31 Mei 2001.

Akibat potensi pasar yang masih terbuka luas dan semakin pesat perkembangan jumlah bank syariah, maka sudah selayaknya Bank BPD DIY turut memanfaatkan potensi perbankan syariah di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya. Dari sudut oandang bisnis, sebagai

institusi yang beroperasi pada keuntungan dan pengembangan usaha, pendirian unit Bank BPD DIY merupakan salah satu cara untuk meningkatkan pangsa pasar, keuntungan dan kinerja perusahaan. Selanjutnya BPD DIY Syariah akan memungkinkan konsumen untuk dapat memperoleh fasilitas pelayanan produk syariah yang semakin baik. Sedangkan dilihat dari sudut pandang konsumen kehadiran unit usaha syariah BPD bervariasi.

B. Visi dan Misi Bank BPD DIY Syariah

a. Visi Bank BPD DIY Syariah

Berdasarkan hasil *In Depth Interview* dan *Workshop* dengan jajaran manajemen Bank BPD DIY Syariah, maka visi yang ditetapkan untuk Bank BPD DIY Syariah adalah: “ Menjadi unit usaha syariah yang menyediakan jasa keuangan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.”

b. Misi Bank BPD DIY Syariah

Misi Bank BPD DIY Syariah disusun dengan lebih mempertegas kontribusi pada Bank BPD DIY melalui pencapaian laba yang wajar. Misi yang ditetapkan untuk Bank BPD DIY Syariah adalah: “ Memberikan kontribusi pada Bank BPD DIY Syariah melalui pencapaian laba yang wajar dari hasil penyediaan jasa keuangan syariah”. Visi dan misi yang telah ditetapkan untuk Bank BPD DIY

Syariah ini menjadi pedoman dalam penyusunan *Business Plan* Bank BPD DIY Syariah.

C. Jenis Produk

a. Produk Penghimpunan Dana

- 1) Giro Wadiah.
- 2) Tabungan Sutera Mudharabah.
- 3) Tabungan Haji dan Umrah.
- 4) Tabungan Pendidikan salam iB Mudharabah.
- 5) Deposito Mudharabah.

b. Produk Pembiayaan

- 1) Pembiayaan Pemilikan Kendaraan (PPK) Murabahah.
- 2) Pembiayaan Kepemilikan Rumah (PPR) dan Pembiayaan Renovasi Rumah (PRR).
- 3) Pembiayaan Serba Guna (PSR) Murabahah.
- 4) Pembiayaan Porsi Haji(PPH) Muti Jasa.
- 5) Pembiayaan Multi Jasa iB.
- 6) Gadai Emas.
- 7) Pembiayaan Modal Kerja.

8) Pembiayaan Investasi (PI) Murabahah.

9) Pembiayaan Serba Guna (PSG) Ijarah.



LAMPIRAN IV

HASIL KUESIONER

DATA VARIABEL

A. Variabel Kepercayaan

| No | Jenis Kelamin | Usia | Pekerjaan | Lama Menggunakan | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | Rata- rata |
|----|---------------|-------------|------------------|---------------------|------|------|------|------|------|---------------|
| | | | | GES | | | | | | |
| 1 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 2 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | Laki-laki | Diatas 50th | PNS | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | Laki-laki | Diatas 50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.8 |
| 5 | Perempuan | Diatas 50th | wiraswasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.8 |
| 6 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 7 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 8 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3.2 |
| 9 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 10 | Laki-laki | 41-50th | PNS | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 11 | Perempuan | Diatas 50th | PNS | > 4th | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3.4 |
| 12 | Laki-laki | 25-40th | Pelajar atau Mhs | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 13 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 14 | Laki-laki | 41-50th | PNS | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 15 | Laki-laki | 41-50th | wiraswasta | < 1th | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3.2 |
| 16 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 17 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3.2 |
| 18 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 19 | Laki-laki | 41-50th | Pegawai Swasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 20 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 21 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | < 1th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | |
|----|-----------|--------------|------------------|-------|---|---|---|---|---|-----|
| 22 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3.4 |
| 23 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.8 |
| 24 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.8 |
| 25 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3.4 |
| 26 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3.4 |
| 27 | Laki-laki | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 28 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 29 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | 1-2th | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3.4 |
| 30 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 31 | Laki-laki | 41-50th | Pegawai Swasta | > 4th | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3.6 |
| 32 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 33 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 34 | Laki-laki | 41-50th | Pegawai Swasta | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3.6 |
| 35 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3.2 |
| 36 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3.4 |
| 37 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 38 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 39 | Perempuan | 41-50th | PNS | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 40 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 41 | Laki-laki | 25-40th | Lain-lain | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3.2 |
| 42 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 43 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2.8 |
| 44 | Laki-laki | 41-50th | PNS | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 45 | Perempuan | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.8 |
| 46 | Laki-laki | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 47 | Laki-laki | Dibawah 25th | Pelajar atau Mhs | < 1th | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3.2 |
| 48 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3.4 |
| 49 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3.2 |
| 50 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |

| | | | | | | | | | | |
|----|-----------|---------|----------------|--------|---|---|---|---|---|-----|
| 51 | Perempuan | 25-40th | Lain-lain | < 1th | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3.8 |
| 52 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | < 1 th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 53 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 54 | Perempuan | 41-50th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3.2 |
| 55 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 56 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 57 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 58 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | 1-2th | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.8 |
| 59 | Laki-laki | 41-50th | PNS | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 60 | Perempuan | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |

B. VARIABEL KOMITMEN

| No | Jenis Kelamin | Usia | Pekerjaan | Lama Menggunakan | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | Rata-rata |
|----|---------------|-------------|------------------|------------------|------|------|------|------|-----------|
| | | | | GES | | | | | |
| 1 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 4 | 3 | 4 | 3.75 |
| 2 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 4 | 3 | 3.25 |
| 3 | Laki-laki | Diatas 50th | PNS | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | Laki-laki | Diatas 50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 4 | 3 | 3 | 3.5 |
| 5 | Perempuan | Diatas 50th | wiraswasta | 1-2th | 4 | 4 | 3 | 4 | 3.75 |
| 6 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 7 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 8 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 4 | 3 | 4 | 3.75 |
| 9 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 10 | Laki-laki | 41-50th | PNS | 3-4th | 4 | 4 | 3 | 3 | 3.5 |
| 11 | Perempuan | Diatas 50th | PNS | > 4th | 4 | 3 | 3 | 3 | 3.25 |
| 12 | Laki-laki | 25-40th | Pelajar atau Mhs | 1-2th | 4 | 4 | 3 | 3 | 3.5 |

| | | | | | | | | | |
|----|-----------|---------|----------------|-------|---|---|---|---|------|
| 13 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 14 | Laki-laki | 41-50th | PNS | > 4th | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.75 |
| 15 | Laki-laki | 41-50th | wiraswasta | < 1th | 3 | 4 | 3 | 3 | 3.25 |
| 16 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 17 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 18 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 19 | Laki-laki | 41-50th | Pegawai Swasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 20 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 21 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | < 1th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 22 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 23 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 24 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 25 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 26 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 27 | Laki-laki | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 28 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 29 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 30 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 4 | 3 | 4 | 3.75 |
| 31 | Laki-laki | 41-50th | Pegawai Swasta | > 4th | 4 | 4 | 3 | 3 | 3.5 |
| 32 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 33 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.75 |
| 34 | Laki-laki | 41-50th | Pegawai Swasta | 3-4th | 3 | 4 | 3 | 3 | 3.25 |
| 35 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 36 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 3 | 3 | 3 | 4 | 3.25 |
| 37 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 38 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.75 |
| 39 | Perempuan | 41-50th | PNS | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 40 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 41 | Laki-laki | 25-40th | Lain-lain | 1-2th | 3 | 4 | 4 | 3 | 3.5 |

| | | | | | | | | | | |
|----|-----------|--------------|------------------|--------|---|---|---|---|------|--|
| 42 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 43 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 2 | 2.75 | |
| 44 | Laki-laki | 41-50th | PNS | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 45 | Perempuan | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 46 | Laki-laki | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 47 | Laki-laki | Dibawah 25th | Pelajar atau Mhs | < 1th | 3 | 4 | 3 | 3 | 3.25 | |
| 48 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 4 | 3 | 3 | 3.25 | |
| 49 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 4 | 3 | 3 | 3.25 | |
| 50 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 51 | Perempuan | 25-40th | Lain-lain | < 1th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 52 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | < 1 th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 53 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 54 | Perempuan | 41-50th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 55 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 56 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 57 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 58 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 59 | Laki-laki | 41-50th | PNS | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 60 | Perempuan | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 3 | 3 | 4 | 3 | 3.25 | |

C. VARIABEL KEDEKATAN EMOSIONAL

| No | Jenis Kelamin | Usia | Pekerjaan | Lama Menggunakan | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | Rata-rata |
|----|---------------|-------------|------------------|------------------|------|------|------|------|-----------|
| | | | | GES | | | | | |
| 1 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 2 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | Laki-laki | Diatas 50th | PNS | > 4th | 3 | 3 | 2 | 2 | 2.5 |
| 4 | Laki-laki | Diatas 50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | Perempuan | Diatas 50th | wiraswasta | 1-2th | 4 | 3 | 3 | 3 | 3.25 |
| 6 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 7 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 8 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 9 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | > 4th | 3 | 4 | 3 | 4 | 3.5 |
| 10 | Laki-laki | 41-50th | PNS | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 11 | Perempuan | Diatas 50th | PNS | > 4th | 3 | 3 | 3 | 4 | 3.25 |
| 12 | Laki-laki | 25-40th | Pelajar atau Mhs | 1-2th | 4 | 3 | 4 | 4 | 3.75 |
| 13 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 3 | 4 | 3 | 3.25 |
| 14 | Laki-laki | 41-50th | PNS | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 15 | Laki-laki | 41-50th | wiraswasta | < 1th | 3 | 3 | 3 | 4 | 3.25 |
| 16 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 17 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 18 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 19 | Laki-laki | 41-50th | Pegawai Swasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 20 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 21 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | < 1th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 22 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 23 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 24 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 4 | 3 | 3.25 |
| 25 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 4 | 3.25 |

| | | | | | | | | | |
|----|-----------|--------------|------------------|--------|---|---|---|---|------|
| 26 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 27 | Laki-laki | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 28 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 29 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 30 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 31 | Laki-laki | 41-50th | Pegawai Swasta | > 4th | 4 | 3 | 3 | 4 | 3.5 |
| 32 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 33 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 34 | Laki-laki | 41-50th | Pegawai Swasta | 3-4th | 4 | 3 | 3 | 4 | 3.5 |
| 35 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 36 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 37 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | 1-2th | 4 | 3 | 3 | 4 | 3.5 |
| 38 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 39 | Perempuan | 41-50th | PNS | > 4th | 4 | 3 | 3 | 4 | 3.5 |
| 40 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 41 | Laki-laki | 25-40th | Lain-lain | 1-2th | 4 | 3 | 3 | 4 | 3.5 |
| 42 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.5 |
| 43 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 44 | Laki-laki | 41-50th | PNS | 1-2th | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.5 |
| 45 | Perempuan | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 46 | Laki-laki | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 3 | 4 | 3 | 4 | 3.5 |
| 47 | Laki-laki | Dibawah 25th | Pelajar atau Mhs | < 1th | 3 | 4 | 3 | 3 | 3.25 |
| 48 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 4 | 3.25 |
| 49 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 50 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 3 | 4 | 3 | 3 | 3.25 |
| 51 | Perempuan | 25-40th | Lain-lain | < 1th | 4 | 3 | 3 | 4 | 3.5 |
| 52 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | < 1 th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 53 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 4 | 3 | 3 | 4 | 3.5 |
| 54 | Perempuan | 41-50th | wiraswasta | 3-4th | 4 | 3 | 3 | 3 | 3.25 |

| | | | | | | | | | |
|----|-----------|---------|----------------|-------|---|---|---|---|---|
| 55 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 56 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | > 4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 57 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 58 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 59 | Laki-laki | 41-50th | PNS | > 4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 60 | Perempuan | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

D. VARIABEL KEPUASAN

| No | Jenis Kelamin | Usia | Pekerjaan | Lama Menggunakan GES | X4.1 | X4.2 | X4.3 | X4.4 | Rata-rata |
|----|---------------|-------------|------------------|----------------------|------|------|------|------|-----------|
| | | | | | | | | | |
| 1 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 2 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 2 | 3 | 3 | 2 | 2.5 |
| 3 | Laki-laki | Diatas 50th | PNS | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | Laki-laki | Diatas 50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | Perempuan | Diatas 50th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.75 |
| 6 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 7 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 8 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 4 | 4 | 3 | 3.5 |
| 9 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 10 | Laki-laki | 41-50th | PNS | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 11 | Perempuan | Diatas 50th | PNS | > 4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 12 | Laki-laki | 25-40th | Pelajar atau Mhs | 1-2th | 4 | 3 | 4 | 4 | 3.75 |
| 13 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 14 | Laki-laki | 41-50th | PNS | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 15 | Laki-laki | 41-50th | wiraswasta | < 1th | 4 | 3 | 3 | 4 | 3.5 |
| 16 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 4 | 4 | 3 | 3.5 |
| 17 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 4 | 4 | 3 | 3 | 3.5 |

| | | | | | | | | | |
|----|-----------|---------|----------------|-------|---|---|---|---|------|
| 18 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 19 | Laki-laki | 41-50th | Pegawai Swasta | 3-4th | 3 | 4 | 3 | 3 | 3.25 |
| 20 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 21 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | < 1th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 22 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 23 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 4 | 3 | 4 | 3.5 |
| 24 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 25 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 26 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 27 | Laki-laki | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 28 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 4 | 4 | 3 | 3.5 |
| 29 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 30 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 31 | Laki-laki | 41-50th | Pegawai Swasta | > 4th | 3 | 4 | 3 | 3 | 3.25 |
| 32 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 33 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.5 |
| 34 | Laki-laki | 41-50th | Pegawai Swasta | 3-4th | 4 | 4 | 3 | 3 | 3.5 |
| 35 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.75 |
| 36 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 37 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 38 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 4 | 3 | 3 | 3 | 3.25 |
| 39 | Perempuan | 41-50th | PNS | > 4th | 3 | 3 | 3 | 4 | 3.25 |
| 40 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 41 | Laki-laki | 25-40th | Lain-lain | 1-2th | 4 | 4 | 3 | 4 | 3.75 |
| 42 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 43 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 44 | Laki-laki | 41-50th | PNS | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 45 | Perempuan | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 4 | 4 | 3 | 3 | 3.5 |
| 46 | Laki-laki | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.75 |

| | | | | | | | | | |
|----|-----------|--------------|------------------|--------|---|---|---|---|------|
| 47 | Laki-laki | Dibawah 25th | Pelajar atau Mhs | < 1th | 3 | 3 | 3 | 4 | 3.25 |
| 48 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 4 | 4 | 3 | 3.5 |
| 49 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 50 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 51 | Perempuan | 25-40th | Lain-lain | < 1th | 3 | 4 | 3 | 3 | 3.25 |
| 52 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | < 1 th | 4 | 3 | 3 | 4 | 3.5 |
| 53 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 54 | Perempuan | 41-50th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 55 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 56 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 57 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 58 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 59 | Laki-laki | 41-50th | PNS | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 60 | Perempuan | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |

E. VARIABEL KOMUNIKASI

| No | Jenis Kelamin | Usia | Pekerjaan | Lama Menggunakan | X5.1 | X5.2 | X5.3 | X5.4 | Rata-rata |
|----|---------------|-------------|----------------|------------------|------|------|------|------|-----------|
| | | | | GES | | | | | |
| 1 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 3 | 4 | 4 | 3.75 |
| 2 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 2 | 2.75 |
| 3 | Laki-laki | Diatas 50th | PNS | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | Laki-laki | Diatas 50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | Perempuan | Diatas 50th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 4 | 3.25 |
| 6 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 7 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 8 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 3 | 4 | 3 | 3.25 |
| 9 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | |
|----|-----------|-------------|------------------|-------|---|---|---|---|------|--|
| 10 | Laki-laki | 41-50th | PNS | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 11 | Perempuan | Diatas 50th | PNS | >4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 12 | Laki-laki | 25-40th | Pelajar atau Mhs | 1-2th | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.75 | |
| 13 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 14 | Laki-laki | 41-50th | PNS | >4th | 3 | 2 | 4 | 4 | 3.25 | |
| 15 | Laki-laki | 41-50th | wiraswasta | < 1th | 3 | 3 | 3 | 4 | 3.25 | |
| 16 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 17 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 18 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 19 | Laki-laki | 41-50th | Pegawai Swasta | 3-4th | 4 | 4 | 3 | 4 | 3.75 | |
| 20 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 21 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | < 1th | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.5 | |
| 22 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 23 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 2 | 3 | 3 | 2.75 | |
| 24 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 2 | 4 | 4 | 3.25 | |
| 25 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 2 | 3 | 3 | 2.75 | |
| 26 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 2 | 3 | 4 | 4 | 3.25 | |
| 27 | Laki-laki | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.75 | |
| 28 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 4 | 3 | 3 | 4 | 3.5 | |
| 29 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | 1-2th | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.5 | |
| 30 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.5 | |
| 31 | Laki-laki | 41-50th | Pegawai Swasta | >4th | 4 | 3 | 4 | 4 | 3.75 | |
| 32 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 33 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.5 | |
| 34 | Laki-laki | 41-50th | Pegawai Swasta | 3-4th | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.5 | |
| 35 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 36 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.5 | |
| 37 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 4 | 3.25 | |
| 38 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.5 | |

| | | | | | | | | | | |
|----|-----------|--------------|------------------|--------|---|---|---|---|------|------|
| 39 | Perempuan | 41-50th | PNS | > 4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 40 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2.75 |
| 41 | Laki-laki | 25-40th | Lain-lain | 1-2th | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3.5 |
| 42 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 43 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 44 | Laki-laki | 41-50th | PNS | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 45 | Perempuan | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 46 | Laki-laki | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 47 | Laki-laki | Dibawah 25th | Pelajar atau Mhs | < 1th | 2 | 2 | 3 | 3 | 2.5 | |
| 48 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 2 | 3 | 3 | 3 | 2.75 | |
| 49 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 50 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 3 | 2 | 3 | 3 | 2.75 | |
| 51 | Perempuan | 25-40th | Lain-lain | < 1th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 52 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | < 1 th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 53 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 54 | Perempuan | 41-50th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 55 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 4 | 3.25 | |
| 56 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 57 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 58 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | 1-2th | 3 | 3 | 4 | 4 | 3.5 | |
| 59 | Laki-laki | 41-50th | PNS | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 60 | Perempuan | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |

F. VARIABEL LOYALITAS NASABAH

| No | Jenis Kelamin | Usia | Pekerjaan | Lama Menggunakan | Y1.1 | Y1.2 | Y1.3 | Y1.4 | Y1.5 | Rata-rata |
|----|---------------|-------------|------------------|------------------|------|------|------|------|------|-----------|
| | | | | GES | | | | | | |
| 1 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3.2 |
| 2 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2.6 |
| 3 | Laki-laki | Diatas 50th | PNS | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | Laki-laki | Diatas 50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | Perempuan | Diatas 50th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.6 |
| 6 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 7 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.8 |
| 8 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3.4 |
| 9 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 10 | Laki-laki | 41-50th | PNS | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 11 | Perempuan | Diatas 50th | PNS | > 4th | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2.4 |
| 12 | Laki-laki | 25-40th | Pelajar atau Mhs | 1-2th | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3.4 |
| 13 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 14 | Laki-laki | 41-50th | PNS | > 4th | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3.6 |
| 15 | Laki-laki | 41-50th | wiraswasta | < 1th | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.8 |
| 16 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2.8 |
| 17 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 18 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 19 | Laki-laki | 41-50th | Pegawai Swasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 20 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 21 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | < 1th | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3.8 |
| 22 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 23 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3.4 |
| 24 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3.2 |

| | | | | | | | | | | |
|----|-----------|--------------|------------------|--------|---|---|---|---|---|-----|
| 25 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2.6 |
| 26 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 27 | Laki-laki | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 28 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 29 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | 1-2th | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.6 |
| 30 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 31 | Laki-laki | 41-50th | Pegawai Swasta | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 32 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 33 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3.4 |
| 34 | Laki-laki | 41-50th | Pegawai Swasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 35 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 36 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 37 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | 1-2th | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.6 |
| 38 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 39 | Perempuan | 41-50th | PNS | > 4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 40 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 41 | Laki-laki | 25-40th | Lain-lain | 1-2th | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3.4 |
| 42 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 43 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2.6 |
| 44 | Laki-laki | 41-50th | PNS | 1-2th | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2.8 |
| 45 | Perempuan | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 46 | Laki-laki | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 47 | Laki-laki | Dibawah 25th | Pelajar atau Mhs | < 1th | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2.8 |
| 48 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 |
| 49 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3.2 |
| 50 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2.4 |
| 51 | Perempuan | 25-40th | Lain-lain | < 1th | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3.6 |
| 52 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | < 1 th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 53 | Perempuan | 25-40th | wiraswasta | < 1th | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2.8 |

| | | | | | | | | | | |
|----|-----------|---------|----------------|-------|---|---|---|---|---|-----|
| 54 | Perempuan | 41-50th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3.2 |
| 55 | Perempuan | 25-40th | Pegawai Swasta | 1-2th | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3.2 |
| 56 | Perempuan | 41-50th | Pegawai Swasta | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 57 | Laki-laki | 25-40th | wiraswasta | 3-4th | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2.8 |
| 58 | Perempuan | 41-50th | Lain-lain | 1-2th | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3.8 |
| 59 | Laki-laki | 41-50th | PNS | > 4th | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 60 | Perempuan | 25-40th | Lain-lain | 3-4th | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1.4 |

LAMPIRAN V

HASIL SPSS PROFIL RESPONDEN

Jenis Kelamin

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | laki-laki | 25 | 41.7 | 41.7 | 41.7 |
| | perempuan | 35 | 58.3 | 58.3 | 100.0 |
| | Total | 60 | 100.0 | 100.0 | |

Usia

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | dibawah 25tahun | 1 | 1.7 | 1.7 | 1.7 |
| | 25-40tahun | 35 | 58.3 | 58.3 | 60.0 |
| | 41-50 tahun | 20 | 33.3 | 33.3 | 93.3 |
| | diatas 50 tahun | 4 | 6.7 | 6.7 | 100.0 |
| | Total | 60 | 100.0 | 100.0 | |

Pekerjaan

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | PNS | 7 | 11.7 | 11.7 | 11.7 |
| | Pegawai Swasta | 16 | 26.7 | 26.7 | 38.3 |
| | Wiraswasta | 27 | 45.0 | 45.0 | 83.3 |
| | lain-lain | 10 | 16.7 | 16.7 | 100.0 |
| | Total | 60 | 100.0 | 100.0 | |

Lama menggunakan GES

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | kurang dari 1 thn | 10 | 16.7 | 16.7 | 16.7 |
| | 1-2 tahun | 22 | 36.7 | 36.7 | 53.3 |
| | 3-4 tahun | 19 | 31.7 | 31.7 | 85.0 |
| | lebih dari 4tahun | 9 | 15.0 | 15.0 | 100.0 |
| | Total | 60 | 100.0 | 100.0 | |

LAMPIRAN VI

HASIL UJI VALIDITAS

Correlations

| | | K1 | K2 | K3 | K4 | K5 | KEPERCAYAAN |
|-------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|-------------|
| K1 | Pearson Correlation | | .554** | .691** | .567** | .533** | .804** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| K2 | Pearson Correlation | .554** | 1 | .613** | .550** | .566** | .776** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| K3 | Pearson Correlation | .691** | .613** | 1 | .750** | .767** | .912** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| K4 | Pearson Correlation | .567** | .550** | .750** | 1 | .710** | .851** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| K5 | Pearson Correlation | .533** | .566** | .767** | .710** | 1 | .851** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| KEPERCAYAAN | Pearson Correlation | .804** | .776** | .912** | .851** | .851** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |

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

Correlations

| | | KO1 | KO2 | KO3 | KO4 | KOMITMEN |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|----------|
| KO1 | Pearson Correlation | | .776** | .614** | .714** | .906** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| KO2 | Pearson Correlation | .776** | 1 | .552** | .603** | .853** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| KO3 | Pearson Correlation | .614** | .552** | 1 | .613** | .810** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| KO4 | Pearson Correlation | .714** | .603** | .613** | 1 | .859** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 |

| | | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
|----------|---------------------|----|--------|--------|--------|--------|----|
| KOMITMEN | Pearson Correlation | | .906** | .853** | .810** | .859** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |

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

Correlations

| | | KE1 | KE2 | KE3 | KE4 | KEDEKATAN EMOSIONAL |
|---------------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|---------------------|
| KE1 | Pearson Correlation | 1 | .547** | .576** | .663** | .831** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| KE2 | Pearson Correlation | .547** | 1 | .681** | .517** | .817** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| KE3 | Pearson Correlation | .576** | .681** | 1 | .606** | .859** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| KE4 | Pearson Correlation | .663** | .517** | .606** | 1 | .837** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| KEDEKATAN EMOSIONAL | Pearson Correlation | .831** | .817** | .859** | .837** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |

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

Correlations

| | | KP1 | KP2 | KP3 | KP4 | KEPUASAN |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|----------|
| KP1 | Pearson Correlation | 1 | .557** | .534** | .587** | .829** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| KP2 | Pearson Correlation | .557** | 1 | .680** | .409** | .798** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .001 | .000 |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| KP3 | Pearson Correlation | .534** | .680** | 1 | .595** | .850** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |

| | | | | | | |
|----------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| KP4 | Pearson Correlation | .587** | .409** | .595** | 1 | .797** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .001 | .000 | | .000 |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| KEPUASAN | Pearson Correlation | .829** | .798** | .850** | .797** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |

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

| Correlations | | | | | | |
|--------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|------------|
| | | KM1 | KM2 | KM3 | KM4 | KOMUNIKASI |
| KM1 | Pearson Correlation | 1 | .610** | .444** | .441** | .793** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| KM2 | Pearson Correlation | .610** | 1 | .417** | .427** | .768** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .001 | .001 | .000 |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| KM3 | Pearson Correlation | .444** | .417** | 1 | .724** | .802** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .001 | | .000 | .000 |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| KM4 | Pearson Correlation | .441** | .427** | .724** | 1 | .810** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .001 | .000 | | .000 |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| KOMUNIKASI | Pearson Correlation | .793** | .768** | .802** | .810** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |

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

HASIL UJI RELIABILITAS

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|---|------------|
| .894 | .895 | 5 |

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|----|--------|----------------|----|
| K1 | 3.5167 | .53652 | 60 |
| K2 | 3.6667 | .47538 | 60 |
| K3 | 3.4833 | .50394 | 60 |
| K4 | 3.5833 | .49717 | 60 |
| K5 | 3.5000 | .50422 | 60 |

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|---|------------|
| .856 | .856 | 4 |

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|-----|--------|----------------|----|
| KE1 | 3.5167 | .50394 | 60 |
| KE2 | 3.4167 | .49717 | 60 |
| KE3 | 3.4167 | .53016 | 60 |
| KE4 | 3.6000 | .52722 | 60 |

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|---|------------|
| .879 | .879 | 4 |

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|-----|--------|----------------|----|
| KO1 | 3.5167 | .50394 | 60 |
| KO2 | 3.6000 | .49403 | 60 |
| KO3 | 3.4167 | .49717 | 60 |
| KO4 | 3.3833 | .52373 | 60 |

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|---|------------|
| .834 | .836 | 4 |

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|-----|--------|----------------|----|
| KP1 | 3.4667 | .56648 | 60 |
| KP2 | 3.6000 | .49403 | 60 |
| KP3 | 3.5000 | .50422 | 60 |
| KP4 | 3.5167 | .53652 | 60 |

| Reliability Statistics | | | Item Statistics | | | |
|------------------------|---|------------|-----------------|--------|----------------|----|
| | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items | | Mean | Std. Deviation | N |
| Cronbach's Alpha | | | KM1 | 3.1833 | .53652 | 60 |
| | | | KM2 | 3.1167 | .55515 | 60 |
| | | | KM3 | 3.4500 | .50169 | 60 |
| | | | KM4 | 3.5000 | .53678 | 60 |
| .805 | .807 | 4 | | | | |

| Reliability Statistics | | | Item Statistics | | | |
|------------------------|---|------------|-----------------|--------|----------------|----|
| | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items | | Mean | Std. Deviation | N |
| Cronbach's Alpha | | | LO1 | 3.2500 | .60014 | 60 |
| | | | LO2 | 3.3000 | .69624 | 60 |
| | | | LO3 | 3.3833 | .64022 | 60 |
| | | | LO4 | 3.4000 | .58802 | 60 |
| .911 | .912 | 5 | LO5 | 3.1000 | .62977 | 60 |

LAMPIRAN VII

HASIL UJI ASUMSI KLASIK DAN REGRESI

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 60 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.71681350 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .082 |
| | Positive | .071 |
| | Negative | -.082 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .639 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .809 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .775 ^a | .600 | .563 | 1.79454 | 1.499 |

a. Predictors: (Constant), KOMUNIKASI, KEDEKATAN EMOSIONAL, KEPERCAYAAN, KEPUASAN, KOMITMEN

b. Dependent Variable: LOYALITAS

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 260.834 | 5 | 52.167 | 16.199 | .000 ^a |
| | Residual | 173.899 | 54 | 3.220 | | |
| | Total | 434.733 | 59 | | | |

a. Predictors: (Constant), KOMUNIKASI, KEDEKATAN EMOSIONAL, KEPERCAYAAN, KEPUASAN, KOMITMEN

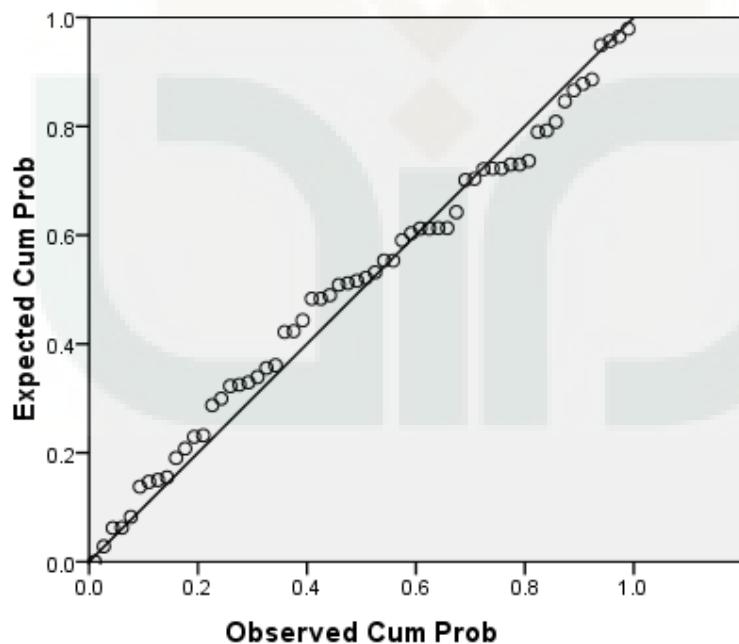
b. Dependent Variable: LOYALITAS

| | | Coefficients ^a | | | | | | |
|-------|------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | .679 | 2.644 | | .257 | .798 | | |
| | KEPERCAYAAN | .384 | .191 | .299 | 2.010 | .049 | .335 | 2.989 |
| | KOMITMEN | -.070 | .240 | -.044 | -.290 | .773 | .316 | 3.168 |
| | KEDEKATAN EMOSIONAL | -.293 | .140 | -.186 | -2.091 | .041 | .935 | 1.069 |
| | KEPUASAN | .541 | .215 | .343 | 2.516 | .015 | .399 | 2.507 |
| | KOMUNIKASI | .481 | .202 | .297 | 2.379 | .021 | .476 | 2.100 |

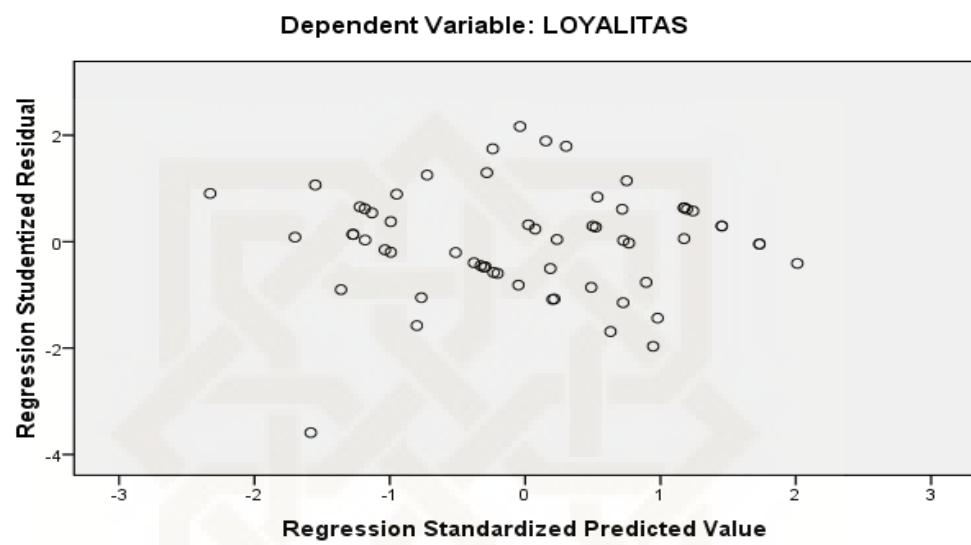
a. Dependent Variable: LOYALITAS

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: LOYALITAS



Scatterplot



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

(CURRICULUM VITAE)

Data Diri :

Nama : Shofa Riadhatul Munawaroh
Tempat & tanggal lahir : Ngawi, 22 Desember 1993
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat Asal : Katikan, RT/RW 05/04, Kedunggalar, Ngawi
Alamat Jogja : Jalan Mojo GK IV No. 498 Gendeng, Baciro,
Gondokusuman, Sleman, Yogyakarta.

Nama Orang Tua

Nama Ayah : Puryadi
Nama Ibu : Sujati (Almh)
No.Tlp/HP : 085648856351

RIWAYAT PENDIDIKAN

| | TAHUN LULUS |
|--|--------------------|
| TK Mukti Tama Sungai Bahar Muara Jambi | 1999 |
| MI Nurul Huda Manggis | 2005 |
| MTs Negeri Denanyar | 2008 |
| MA Negeri Denaanyar | 2011 |
| UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta | 2015 |