

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI CUSTOMER RETENTION
(STUDI KASUS PADA BANK BNI SYARI'AH CABANG
KUSUMANEGARA YOGYAKARTA)**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU
DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

**FRIDA HANJANI ALIEF
09390115**

PEMBIMBING :

- 1. JOKO SETYONO, SE., M.Si.**
- 2. DIAN NURIYAH SOLISSA, SHI., M.Si.**

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

2016

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI CUSTOMER RETENTION
(STUDI KASUS PADA BANK BNI SYARI'AH CABANG
KUSUMANEGARA YOGYAKARTA)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU
DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

**FRIDA HANJANI ALIEF
09390115**

PEMBIMBING :

- 1. JOKO SETYONO, SE., M.Si.**
- 2. DIAN NURIYAH SOLISSA, SHI., M.Si.**

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

2016

ABSTRAK

Salah satu bentuk strategi pemasaran yang bisa dilakukan bank syari'ah dalam menghadapi persaingan yang ketat di lingkungan perbankan nasional adalah dengan mempertahankan nasabah (*customer retention*). Untuk mempertahankan nasabah perlu dilakukan berbagai cara, misalnya dengan *relationship marketing input*, membangun dan menjaga citra perusahaan, menjalin kedekatan emosional dengan nasabah, dan memberikan penanganan komplain yang baik.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel *relationship marketing input*, citra perusahaan, kedekatan emosional, dan penanganan komplain terhadap *customer retention* di Bank BNI Syari'ah Cabang Kusumanegara Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian yang diperoleh melalui kuesioner. Analisis data dilakukan dengan metode regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis dan olah data, dapat diketahui bahwa secara simultan variabel-variabel *relationship marketing input*, citra perusahaan, kedekatan emosional, dan penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap *customer retention* pada Bank BNI Syari'ah Cabang Kusumanegara. Secara parsial, variabel kedekatan emosional berpengaruh signifikan terhadap *customer retention* pada Bank BNI Syari'ah Cabang Kusumanegara Yogyakarta. Sedangkan variabel *relationship marketing input*, citra perusahaan, dan penanganan komplain tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer retention* Bank BNI Syari'ah Cabang Kusumanegara Yogyakarta.

Kata kunci: *relationship marketing input*, citra perusahaan, kedekatan emosional, penanganan komplain, *customer retention*

ABSTRACT

One marketing strategy that can be done of sharia banking in the face of stiff competition in nasional banking is the customer retention. To retain of customer must make various efforts, for example is relationship marketing input, build and maintain company image, create emotional closeness with customers, and provide a good complaint handling.

The purpose of this research is to determine the influence of relationship marketing input, company image, emotional closeness, and complaint handling on the customer retention in Bank BNI Sharia Kusumanegara Yogyakarta branch. This research is that the data obtained trough questionnaries. The data analyzed quantitatively by multiple linear regresi mothode.

Based on the analysis and data processing, it can be seen that the variables relationship marketing input, company image, emotional closeness, and complaint handling simultaneously significant effect on customer retention in Bank BNI Sharia Kusumanegara Yogyakarta branch. Partially, variable emotional closeness significantly effect customer retention in Bank BNI Sharia Kusumanegara Yogyakarta branch. While the relationship marketing input, company image, and complaint handling no significant impact on customer retention in Bank BNI Sharia Kusumanegara Yogyakarta branch.

Keywords: relationship marketing input, company image, emotional closeness, complain handling, customer retention



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi
Saudari Frida Hanjani Alief
Lamp :-

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UTN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wh.

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

Nama : Frida Hanjani Alief
NIM : 09390115
Judul : *Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Customer Retention
(Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara
Yogyakarta)*

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Keuangan Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wh.

Yogyakarta, 12 Agustus 2016

Pembimbing I

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



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi
Saudari Frida Hanjani Alief
Lamp :-

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

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

Nama : Frida Hanjani Alief
NIM : 09390115

Judul : **Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Customer Retention
(Studi Kasus Pada Bank BNI Syari'ah Cabang Kusumanegara
Yogyakarta)**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Keuangan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 12 Agustus 2016

Pembimbing II

Dian Nuriyah Solissa, SH, M.Si
NIP. 19840216 200912 2 004



PENGESAHAN SKRIPSI
Nomor: B-1063/Un.02/PP.05.3/08/2016

Skripsi/tugas akhir dengan Judul:

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Customer Retention* (Studi Kasus Pada Bank BNI Syari'ah Cabang Kusumanegara Yogyakarta)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nama : Frida Hanjani Alief

NIM : 09390115

Telah dimunaqasyahkan pada : Jum'at, 19 Agustus 2016

Nilai : B+

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

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang

Joko Setyono, SE.,M.Si

NIP. 19730702 200212 1 003

Penguji I

Drs. Akh. Yusuf Khoiruddin, SE., M.Si.

NIP. 19600407 198601 2 002

Penguji II

Idris Faradis, S.M.I., MA.

NIP. 19840523 201101 1 008

Yogyakarta, 19 Agustus 2016

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

DEKAN

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

NIP. 19670518 199703 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yang bertandatangan dibawah ini, saya :

Nama : Frida Hanjani Alief

NIM : 09390115

Program Studi/ Fakultas : Keuangan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Customer Retention (Studi Kasus Pada Bank BNI Syari'ah Cabang Kusumanegara Yogyakarta)**" adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* dan daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dimaklumi.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 12 Agustus 2016



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Frida Hanjani Alief
NIM : 09390115
Program Studi : Keuangan Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Customer Retention* (Studi Kasus Pada Bank BNI Syari'ah Cabang Kusumanegara Yogyakarta)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada tanggal : 12 Agustus 2016
Yang menyatakan



Frida Hanjani Alief

MOTTO

“Impian tidak akan terwujud dengan sendirinya. Harus segera bangun dan berusaha mewujudkannya.”

“Apa yang sudah kamu pilih harus kamu selesaikan dengan baik.”
(Merry Riana: Mimpi Sejuta Dollar)

“Semangat, sabar, dan berdo'a.”

PERSEMBAHAN

Karya ini dipersembahkan untuk:

- ♥ *Kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Ngadirin, S.Pd. dan Ibunda Rini Dwi Astuti.
Pahlawan sepanjang masa yang tak kenal lelah memberikan kasih sayang, semangat, dan do'a
untuk penyusun. ♥*

- ♥ *Adikku tersayang, Damar Ikhsan Priredana yang pendiam namun tetap
menyenangkan dan menginspirasi. ♥*

- ♥ *Taufik Fathoni, S.Hi. Seseorang yang selalu berusaha membuat penulis terus tersenyum
dari hari- kehari. ♥*

- ♥ *Almamater UIN Sunan Kalijaga ♥*

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada surat keputusan bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tertanggal 10 September 1987 nomor: 158/1987 dan nomor : 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	Śā	Ś	es (dengan titik atas)
ج	Jīm	J	Je
ح	Hā'	h	Ha (dengan titik bawah)
خ	Khā'	Kh	ka dan ha
د	Dāl	D	De
ذ	Ẓāl	Ẓ	ze (dengan titik di atas)
ر	Rā'	R	Er
ز	Zāi	Z	zet
س	Sīn	S	es
ش	Syīn	Sy	es dan ye
ص	Śād	Ś	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dād	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge

ف	Fā'	F	ef
ق	Qāf	Q	qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	'el
م	Mīm	M	'em
ن	Nūn	N	'en
و	Wāw	W	W
ه	Hā'	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah ditulis Rangkap

متعدة	Ditulis	Muta'aqidah
عدة	Ditulis	'iddah

C. Ta'Marbûtah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan tulis *h*

حکمة	Ditulis	Hikmah
جزية	Ditulis	Jizyah

2. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua ini terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرامة الأولياء	Ditulis	karâmah al-auliyâ'
----------------	---------	--------------------

3. Bila *ta' marbûtah* hidup maupun dengan harakat, fathah, kasrah, dan dammah ditulis *t*

زكاة الفطر	Ditulis	Zakâh al-fitr
------------	---------	---------------

D. Vokal Pendek

ٰ	Fathah	Ditulis	A
ܲ	Kasrah	Ditulis	I

۞	Dammah	Ditulis	U
---	--------	---------	---

E. Vokal Panjang

Fatḥah + alif جاھلیۃ	ditulis ditulis	â <i>Jâhiliyyah</i>
Fatḥah + yā' mati تَنْسِیٰ	ditulis ditulis	â <i>Tansâ</i>
Kasrah + yā' mati کَرِیمٰ	ditulis ditulis	î <i>Karîm</i>
Dammah + wāwu mati فُروْضٰ	ditulis ditulis	û <i>Furûd</i>

F. Vokal Rangkap

Fatḥah + yā' mati بِینَکُمْ	ditulis ditulis	ai <i>bainakum</i>
Fatḥah + wāwu mati قُول	ditulis ditulis	au <i>qaul</i>

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>A'antum</i>
أَعْدَتْ	Ditulis	<i>U'idat</i>
لَئِنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *qamariyah*

القرآن	ditulis	<i>Al-Qur'ân</i>
القياس	ditulis	<i>Al-Qiyâs</i>

2. Bila diikuti huruf syamsiyah ditulis menggandakan syamsiyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)nya.

السماء	ditulis	<i>As-Samâ'</i>
الشمس	ditulis	<i>Asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat ditulis menurut penulisannya

ذوی الفروض	ditulis	Žawi al-furûd
أهل السنة	ditulis	Ahl as-sunnah

J. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

1. Kosa kata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: al-Qur'an, hadis, mazhab, syariat, lafaz.
2. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku *al-Hijab*.
3. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh.
4. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Toko Hidayah, Mizan.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat, hidayah, serta ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Customer Retention (Studi Kasus Pada Bank BNI Syari’ah Cabang Kusumanegara Yogyakarta”**.

Penulis menyadari skripsi ini tidak akan pernah terwujud tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Pembimbing Akademik (PA).
2. H. M. Yazid Afandi, M. Ag., selaku Ketua Program Studi Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Orang tuaku tercinta, Bapak Ngadirin, S.Pd dan Ibu Rini Dwi Astuti yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan kesabaran dalam membesarakan anak-anaknya. Semoga bapak dan ibu selalu diberi kesehatan oleh Allah SWT.
4. Adikku Damar Ikhsan Priredana yang memotivasi penulis untuk menjadi lebih baik.
5. Bapak Joko Setyono, SE., M.Si dan Ibu Dian Nuriyah Solissa, SE., M.Si selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang dengan kesabaran dan kebesaran hati telah rela meluangkan waktu, memberikan arahan serta bimbingannya kepada penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Keuangan Syariah, semoga ilmu yang telah diberikan semasa perkuliahan dapat bermanfaat bagi agama, bangsa, dan negara.
7. Segenap karyawan dan Pegawai Tata Usaha Program Studi Keuangan Syariah. Terima kasih atas pelayanannya selama ini.
8. Keluarga besar Bank BNI Syari’ah Cabang Kusumanegara Yogyakarta atas keramah-tamahan dan bantuannya dalam pengumpulan data penelitian ini.

9. Om Papi dan Tante Mami yang telah menjaga dan memberikan perhatian selama penulis berada di Jogja. Untuk Dek Una, terima kasih telah menjadi teman gila-gilaan, berbagi keluh kesah dan motivasi, semoga kita akan terus seperti ini.
10. Untuk teman-temanku Julida, Ulfa, Lela, Arina, Cahya dan semuanya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, kalian luar biasa. Semoga keberuntungan dan kesuksesan selalu bersama kita.

Semoga Allah memberikan barakah atas kebaikan dan jasa-jasa mereka semua dengan kebaikan yang berlimpah. Penulis menyadari skripsi ini jauh dari sempurna. Namun, peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembacanya.

Yogyakarta, 12 Agustus 2016



Frida Hanjani Alieff

09390115

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	vi
HALAMAN SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	vii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	viii
HALAMAN MOTTO	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xi
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
D. Sistematika Pembahasan	7

BAB II LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka	8
B. Relationship Marketing	10
C. Relationship Marketing Input	13
D. Citra Perusahaan	17
E. Kedekatan Emosional	20
F. Penanganan Komplain	22
G. Customer Retention	24
H. Hipotesis	27

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	31
B. Waktu dan Tempat Penelitian	31
C. Teknik Pengambilan Sampel	32
D. Teknik Pengumpulan dan Sumber Data	34
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	35
F. Instrumen Penelitian	37
G. Teknik Analisis Data	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Produk Tabungan Bank BNI Syari'ah	44
B. Analisis Deskriptif	45
C. Uji Validitas dan Reliabilitas	51
D. Uji Asumsi Klasik	53
E. Uji Regresi Linier Berganda	55
F. Pengujian Hipotesis	56
a. Uji F	56
b. Uji t	57
c. Koefisien Determinasi	60
G. Pembahasan	61

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	66
B. Saran	67

DAFTAR PUSTAKA **68****LAMPIRAN** **I**

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian terdahulu	8
Tabel 2.2	Perbedaan pemasaran hubungan dan pemasaran transaksi	11
Tabel 4.1	Responden berdasarkan jenis kelamin	46
Tabel 4.2	Responden berdasarkan usia	47
Tabel 4.3	Responden berdasarkan pendidikan terakhir	47
Tabel 4.4	Responden berdasarkan pekerjaan	48
Tabel 4.5	Responden berdasarkan pendapatan per bulan	49
Tabel 4.6	Responden berdasarkan lama menjadi nasabah	49
Tabel 4.7	Responden berdasarkan jumlah transaksi per bulan	50
Tabel 4.8	Hasil uji validitas kuesioner	51
Tabel 4.9	Hasil uji reliabilitas kuesioner per item	52
Tabel 4.10	Hasil uji multikolinieritas	54
Tabel 4.11	Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji koefisien korelasi spearman's rho	55
Tabel 4.12	Ringkasan hasil uji F, uji t, dan koefisien determinasi	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Terjemahan Al-Qur'an	I
Lampiran 2	Profil Responden	II
Lampiran 3	Data Jawaban Responden	VIII
Lampiran 4	<i>Output</i> SPSS Profil Responden	XIII
Lampiran 5	<i>Output</i> Uji Validitas dan Reliabilitas	XVI
Lampiran 6	<i>Output</i> Uji Multikolinieritas	XVII
Lampiran 7	<i>Output</i> Ujji Heteroskedastisitas	XVIII
Lampiran 8	<i>Output</i> Regresi Linier Berganda	XIX
Lampiran 9	Tabel r	XXI
Lampiran 10	Tabel F	XXII
Lampiran 11	Tabel t	XXIII
Lampiran 12	Kuesioner Penelitian	XXIV
Lampiran 13	Profil Bank BNI Syari'ah	XXVIII
Lampiran 14	Surat Keterangan Penelitian	XXXVI
Lampiran 15	<i>Curriculum Vitae</i>	XXXVII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan salah satu mitra untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang keuangan. Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat maka meningkat pula kebutuhan akan jasa keuangan. Oleh sebab itu dunia perbankan saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, begitu juga dengan perbankan syari'ah.

Dengan adanya perbankan syari'ah diharapkan dapat membantu memenuhi kebutuhan masyarakat serta mendorong perekonomian suatu negara. Harapan ini semakin besar ketika terjadi krisis finansial baik global maupun di Indonesia yang mengganggu stabilitas sistem keuangan sehingga berdampak negatif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Namun, bank syari'ah dapat mempertahankan tingkat pertumbuhannya secara stabil. Pada saat itulah muncul bank-bank dengan konsep dan operasional syari'ah.

Dalam dekade terakhir pun perbankan syari'ah terus menunjukkan pertumbuhan yang positif. Namun, di tengah pertumbuhan positif industri perbankan syari'ah yang cukup menggembirakan, terlihat adanya perlambatan pertumbuhan dalam perkembangan di tiga tahun terakhir yaitu pada tahun 2012 hingga tahun 2014. Perlambatan pertumbuhan perbankan syari'ah ini merupakan dampak dari perlambatan pada sisi

pengumpulan Dana Pihak Ketiga (DPK), masih kecilnya pangsa pasar (*market share trapped*), dan masih lemahnya daya saing bank syari'ah dalam lingkungan perbankan nasional.



Sumber: Statistik OJK (Juni 2014), KCI Analysis

Dana pihak ketiga bank syari'ah meskipun mengalami peningkatan dari segi jumlah, namun pangsa pasar DPK bank syari'ah sampai Juni 2014 justru mengalami penurunan dan baru mencapai 4,36% dari perbankan nasional. Hal tersebut juga terjadi terhadap presentase pertumbuhan DPK bank syari'ah sampai Juni 2014 yang hanya 2,14% (Karim, 2015, p. 12).

Selain itu semakin hari perilaku nasabah semakin tidak mudah ditebak. Mereka bisa merasa puas dengan bank yang digunakan namun mereka tetap mau berpindah jika ada bank yang mampu memenuhi keinginan nasabah dengan lebih baik, terlebih lagi jika nasabah berada pada kelas papan atas yang semakin potensial untuk menjadi nasabah

“kutu loncat”. Sayangnya kini perpindahan nasabah semakin sulit dilacak. Hal ini disebabkan karena perilaku nasabah yang sering kali berpindah ke bank lain tanpa menutup rekening di bank yang ditinggalkannya.

Beberapa hal tersebut mengharuskan bank syari’ah untuk melakukan berbagai macam strategi pemasaran. Salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan adalah *customer retention* (mempertahankan pelanggan). *Customer retention* adalah kecenderungan pelanggan di waktu yang akan datang untuk tetap bersama atau tetap menggunakan penyedia layanan jasa yang sama. *Customer retention* merupakan tolak ukur untuk mengetahui tingkat kesetiaan konsumen terhadap sebuah produk. Konsumen yang merasa puas akan setia terhadap produk yang digunakan. Dengan mebingkatkan kepuasan konsumen maka akan meningkatkan retensi yang berdampak pada peningkatan *market share*.

Dengan strategi mempertahankan pelanggan ini akan lebih menghemat biaya dibandingkan mencari pelanggan baru. Mendapatkan pelanggan baru bisa menghabiskan biaya lima kali lebih besar daripada biaya yang tercakup dalam memuaskan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada (Kotler dan Keller, 2007, p. 193).

Relationship marketing memiliki keterkaitan yang erat dengan kepuasan dan loyalitas nasabah yang mendukung dalam pembentukan *customer retention*. Pada dasarnya *relationship marketing* merupakan pendekatan jangka panjang dengan cara menarik, memelihara, serta

meningkatkan hubungan dengan pelanggan. Berbeda dengan pemasaran transaksional yang hanya untuk mendapatkan pelanggan semata, dalam *relationship marketing* ini tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan pelanggan namun juga mempertahankan pelanggan yang telah ada.

Selain itu, memiliki citra perusahaan yang baik akan membuat perusahaan dipercaya sehingga nasabah menjadi bertahan menggunakan layanannya. Karena citra perusahaan merupakan persepsi seseorang atas apa yang mereka ketahui tentang perusahaan (bank) yang bersangkutan.

Aspek penting yang sering terlewatkan adalah hubungan emosional antara pelanggan dengan perusahaan. Pelanggan yang mampu bertahan menggunakan jasa suatu perusahaan pasti memiliki ikatan emosional dengan perusahaan. Ikatan emosi ini akan mendorong pelanggan untuk tetap berbisnis dengan perusahaan tersebut serta merekomendasikan kepada orang lain.

Penanganan komplain yang baik juga diyakini mampu memberikan kepuasan nasabah, sehingga nasabah menjadi loyal dan bertahan menggunakan layanan suatu perusahaan atau bank. Penanganan komplain ini menjadi hal penting ketika terdapat kekurangan pada produk atau jasa yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya.

Dengan mempertahankan kepuasan pelanggan dari waktu ke waktu akan membina hubungan yang baik dengan pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang (Jasfar, 2012, p. 20).

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, penulis menyadari bahwa retensi pelanggan (nasabah) yang telah dimiliki merupakan sikap dan perilaku yang harus terus diperhatikan, dijaga, serta dipertahankan. Hal ini sangatlah penting bagi pelaku bisnis yang ingin memenangkan persaingan di lingkungan perbankan konvensional dan perbankan syari'ah.

B. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana pengaruh *relationship marketing inputs* terhadap *customer retention*?
2. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap *customer retention*?
3. Bagaimana pengaruh kedekatan emosional terhadap *customer retention*?
4. Bagaimana pengaruh penanganan komplain terhadap *customer retention*?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh pengaruh *relationship marketing input* terhadap *customer retention*.

- b. Menjelaskan pengaruh citra perusahaan terhadap *customer retention*.
- c. Menjelaskan pengaruh kedekatan emosional terhadap *customer retention*.
- d. Menjelaskan pengaruh penanganan komplain terhadap *customer retention*.

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat untuk berbagai pihak. Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Peneliti
 - 1) Sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh selama perkuliahan.
 - 2) Menambah pengalaman dan sebagai sarana pelatihan intelektual dengan harapan dapat mempertajam daya pikir ilmiah.
 - 3) Mengetahui lebih jauh tentang pengaruh *relationship marketing input*, citra perusahaan, kedekatan emosional, serta penanganan komplain terhadap *customer retention* di Bank BNI Syari'ah Cabang Kusumanegara Yogyakarta.
- b. Bagi Akademisi; penelitian ini diharapkan dapat membantu atau sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan pengaruh *relationship marketing input*, citra

perusahaan, kedekatan emosional, dan penanganan komplain terhadap *customer retention*.

- c. Bagi Praktisi; hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi wacana dan sebagai masukan bagi perbankan syari'ah untuk mengembangkan jasa perbankan serta sebagai bahan evaluasi atas kinerja perbankan syari'ah dalam memberikan kepuasan dan pelayanan maksimal terhadap nasabahnya.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi atas pertimbangan bagi nasabah dalam mengambil keputusan untuk menabung di Bank BNI Syari'ah Cabang Kusumanegara Yogyakarta.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bab, yaitu:

BAB I Pendahuluan. Pada bab ini berisi pendahuluan yang merupakan landasan dalam penelitian. Bab ini meliputi latar belakang masalah, pokok masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori. Pada bab kedua berisi telaah pustaka yang menjelaskan tentang penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Selain itu juga dijelaskan landasan teori yang memuat teori-teori yang menjadi acuan dalam melakukan

penelitian ini, dan selanjutnya akan dibuat kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian yang akan diuji kebenarannya.

BAB III Metode Penelitian. Bab ini berisi tentang metode penelitian yang terdiri dari jenis dan sifat penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, serta menerangkan metode analisis data.

BAB IV Analisis Data dan Pembahasan. Bab keempat merupakan inti dari penelitian yang berisi analisis data dan pembahasan yang menjelaskan hasil dari pengolahan data.

BAB V Penutup. Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dipaparkan dalam pembahasan, hasil analisis data dan saran.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh *relationship marketing input*, citra perusahaan, kedekatan emosional, dan penanganan komplain terhadap *customer retention* pada Bank BNI Syari'ah Cabang Kusumanegara Yogyakarta. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji t pada variabel *relationship marketing input* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *customer retention* pada Bank BNI Syari'ah Cabang Kusumanegara Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat dari t-hitung yang lebih kecil dari t-tabel ($0,802 < 1,661$) dan nilai signifikan lebih dari 0,05 ($0,425 > 0,05$), sehingga hipotesis ditolak.
2. Variabel citra perusahaan dalam penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer retention* pada Bank BNI Syari'ah Cabang Kusumanegara Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat dari t-hitung yang lebih kecil dari t-tabel ($0,082 > 1,661$) dan nilai signifikan lebih dari 0,05 ($0,483 > 0,05$), sehingga dinyatakan bahwa hipotesis ditolak.
3. Hasil uji t pada variabel kedekatan emosional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention* pada Bank BNI Syari'ah Cabang Kusumanegara Yogyakarta. Ini dapat dilihat dari t-hitung yang lebih besar dari t-tabel ($4,585 > 1,661$) dan nilai

signifikan kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dengan begitu hipotesis diterima.

4. Variabel penanganan komplain dalam uji t pada penelitian ini tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention* pada Bank BNI Syari'ah Cabang Kusumanegara Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dari nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($1,076 < 1,661$) dan nilai signifikan lebih dari 0,05 ($0,284 > 0,05$), dengan begitu hipotesis ditolak.

B. Saran

1. Bank BNI Syari'ah Cabang Kusumanegara Yogyakarta diharapkan meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik dan perlu ditingkatkan perhatian yang berkaitan dengan kepentingan nasabah, sehingga mampu mewujudkan retensi nasabah. Retensi nasabah merupakan kunci dari keberlangsungan suatu bisnis jasa, sehingga nantinya nasabah akan merasa puas dan mereka akan lebih setia menjadi nasabah Bank BNI Syari'ah.
2. Pada penelitian ini nilai koefisien determinasi masih rendah yaitu 45%. Ini menunjukkan bahwa masih banyak variabel lain yang mempengaruhi *customer retention* di Bank BNI Syari'ah Cabang Kusumanegara Yogyakarta. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen yang diharapkan mampu menggambarkan tingkat *customer retention*, serta dapat memperkuat penelitian yang sudah ada agar informasi yang dibutuhkan mampu memberikan hasil yang signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

AL-QUR'AN/TAFSIR AL-QUR'AN

Departemen Agama RI. (2005). *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Bandung: Syaamil Cipta Media.

BUKU

Asnawi, Nur dan Mashuri. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN Maliki Press.

Assael, H. (1995). *Consumer Behavior and Marketing Action*, Edisi ke-5, Cincinatti: South Western College Publishing.

Chan, Syafruddin. (2003). *Relationship Marketing: Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*, Jakarta: Gramedia.

Eriyanto. (2007). *Teknik Sampling Analisis Opini Publik*. Yogyakarta: LkiS.

Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Harrison, Shirley. (1995). *Public Relation: An Introduction*. London: Routledge.

Hurriyati, Ratih. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.

- Indrianto, Nur dan Bambang Supomo. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, cet. Ke-4. Yogyakarta: BPFE.
- Istijanto. (2005). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Jasfar, Farida. (2012). *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: Sumber Daya Manusia, Inovasi, dan Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Alih bahasa B. Molan, cet. ke-12. Bandung: PT. Indeks.
- Lovelock. Christoper H. Dan Lauren K. Wright. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Alih bahasa Agus Widayantoro. Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Jilid 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Muhammad. (2004). *Manajemen Dana Bank Syari'ah*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiarto, Endar. (2002). *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, Danang. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center of Academi Publishing Service.

Tahzeh, Ahmad. (2009). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Teras.

Tjiptono, Fandy. (2009). *Service Marketing Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.

Tjiptono, Fandy. (2005). *Service Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andy.

Tunggal, Amin W. (2000). *Konsep Dasar Customer Relationship Management*. Jakarta: Harvindo.

JURNAL

Ennew, C.T. dan M.R. Binks. *The Impact of Service Quality and Service Relationship Characteristics on Customer Retention: Small Business and Their Banks in the UK*. *Jurnal British Journal of Management* Vol. 7 No. 3.

Ghoniyah, Nunung. *Perilaku Komplain dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Jasa*. *Jurnal Dharma Ekonomi STIE Dharmaputra Semarang* No. 35/ Th XIX/ April 2012.

Hasan, Irmayanti. (2007). *Pengaruh Relationship Marketing terhadap Customer Retention Orientation Nasabah Bank Syari'ah di kota Malang*. *Jurnal Iqtishoduna*.

Kuswanti, Rini dan Agus Wakuyo. (2012). *Relationship Marketing Dan Customer Retention Orientation Pada Perbankan Syari'ah*. *Jurnal Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta*.

Panjaitan, Bill Ovid Audibeti, Naili Farida, dan Sari Listyorini, *Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Retensi Pelanggan dengan Kepuasaan sebagai Variabel Intervening pada Maskapai Penerbangan Sriwijaya Air Semarang*, *Jurnal*.

Thurau, Henning dan Klee. (1997). *The Impact of Customer Satisfaction and Relationship Quality on Customer Retention: A Critical Reassessment and Model Development*. *Jurnal Psychology and Marketing* Vol. 14: 8.

S, Wibowo. (2006). *Implementasi Relationship Marketing pada Industry Hospitality*. *Jurnal Utilitas*, Vol. 14 No. 2.

Wulandari, Dwi. (1997). *Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Eksekutif*, Vol. 4, No. 2, Agustus.

Zulkifli. (2012). *Relationship Marketing terhadap Customer Retention dan Customer Loyalty pada Nasabah Bank Mega, Tbk. Malang*. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi* Vol. 1 No. 1.

Zulaicha, Ratni dan Ary Yunanto. (2012). *Pengaruh Customization, Basic Market Orientation, Dan Competitive Benchmarking terhadap Customer Retention Usaha Kecil Getuk Goreng Sukaraja Di Kabupaten Banyumas*. *Jurnal Performance*: Vol. 15 No. 1 Maret 2012.

SKRIPSI

Abidin, Khoirul Zaenal. (2015). *Budaya Organisasi Sebagai Sarana Pembentukan Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Pada Strategi Dan Target Mutu Pelayanan Perseroan Terbatas Taspen Kantor Cabang Yogyakarta)*. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Aladdin, Marangga. (2013). *Pengaruh Implementasi Relationship Marketing terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada BPD DIY Syari'ah*. Skripsi Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Borneo, Kumbokarno. (2011). *Pengaruh Implementasi Relationship Marketing terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Oli Pelumas PT. Pertamina (PERSERO) Enduro 4T*. Skripsi Universitas Diponegoro Semarang.

Diab, Balqis. (2009). *Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Retensi Pelanggan (Studi Kasus Pada Gies Batik Pekalongan)*. Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang.

Monika, Dinda M.B. (2010). *Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BRI Cabang Patimura Semarang)*. Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Pratiwi, Agesti Betty Eka. (2014). *Pengaruh Image, Bagi Hasil, Iklan, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Akad, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Customer Retention Nasabah Perbankan Syari'ah (Studi Kasus pada Bank DIY Syari'ah)*, Skripsi Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Rosyadi, Muhammad Faiz, *Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Customer Retention (Studi Kasus pada Bank BPD DIY Cabang Syari'ah)*, skripsi Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2012).

INTERNET

www. Profil dan Produk Bank BNI Syariah. [SyariahBank.com.html](http://www.SyariahBank.com.html). akses 3 february 2016

<http://www.ruangpegawai.com/berita/umk-kota-jogja-tahun-2016-tertinggi-woles-tenan-600>, diakses tanggal 9 Agustus 2016.

<http://www.syariahmandiri.co.id/en/category/penghargaan/>, diakses pada 16 Desember 2015.

Karim Consulting Indonesia, *Islamic Finance Outlook 2015*.

Lampiran 1

TERJEMAHAN AL-QUR'AN

No.	Hlm.	Surat	Terjemahan
1	19	As-Shaff (61): 4	Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang berperang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur, mereka seakan-akan seperti bangunan yang tersusun kokoh.
2	21	Al-Imran (3): 159	Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu.

Lampiran 2 Data Mentah Profil Responden

PROFIL RESPONDEN

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan Per Bulan	Lama Menjadi Nasabah	Jumlah Transaksi Per Bulan
1	L	< 18	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	< 1	2 - 3	1
2	P	18 - 27	Sarjana	Karyawan swasta	2 - < 3	> 3	> 3
3	L	18 - 27	Sarjana	Karyawan swasta	3 - 4	2 - 3	> 3
4	P	28 - 37	Sarjana	Wiraswasta	2 - < 3	2 - 3	3
5	L	38 - 47	Sarjana	Wiraswasta	> 4	2 - 3	> 3
6	L	48 - 57	SMA/SMK	Wiraswasta	> 4	> 3	3
7	P	18 - 27	SMA/SMK	Karyawan swasta	1 - < 2	2 - 3	3
8	P	28 - 37	Sarjana	Karyawan swasta	2 - < 3	1 - < 2	3
9	L	38 - 47	SMA/SMK	Pegawai Negeri	> 4	2 - 3	1
10	P	28 - 37	SMA/SMK	Wiraswasta	2 - < 3	> 3	2
11	L	38 - 47	Sarjana	Wiraswasta	3 - 4	> 3	2
12	L	48 - 57	SMA/SMK	Wiraswasta	> 4	> 3	3
13	P	> 57	Sarjana	Pensiun PNS	> 4	> 3	3

14	P	< 18	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	< 1	< 1	1
15	L	28 - 37	Diploma	Wiraswasta	> 4	1 - < 2	3
16	P	< 18	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	1 - < 2	2 - 3	2
17	L	18 - 27	Sarjana	Karyawan swasta	2 - < 3	1 - < 2	1
18	P	18 - 27	SMA/SMK	Karyawan swasta	1 - < 2	2 - 3	1
19	L	18 - 27	SMA/SMK	Karyawan swasta	1 - < 2	< 1	2
20	P	18 - 27	Sarjana	Karyawan swasta	2 - < 3	2 - 3	2
21	L	18 - 27	Sarjana	Karyawan swasta	2 - < 3	> 3	1
22	L	28 - 37	SMA/SMK	Wiraswasta	2 - < 3	> 3	3
23	P	28 - 37	Sarjana	Wiraswasta	2 - < 3	2 - 3	> 3
24	P	18 - 27	SMA/SMK	Wiraswasta	2 - < 3	2 - 3	> 3
25	L	< 18	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	1 - < 2	1 - < 2	1
26	L	18 - 27	SMA/SMK	Karyawan swasta	1 - < 2	1 - < 2	1
27	P	38 - 47	Diploma	Wiraswasta	3 - 4	2 - 3	2
28	L	18 - 27	Diploma	Karyawan swasta	1 - < 2	2 - 3	2
29	P	18 - 27	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	1 - < 2	1 - < 2	2
30	L	28 - 37	Magister	Karyawan swasta	2 - < 3	> 3	2
31	L	18 - 27	SMA/SMK	Karyawan swasta	< 1	1 - < 2	1

32	P	18 - 27	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	2 - < 3	< 1	1
33	L	18 - 27	SMA/SMK	Wiraswasta	2 - < 3	2 - 3	3
34	P	18 - 27	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	1 - < 2	1 - < 2	1
35	P	28 - 37	Sarjana	Guru	1 - < 2	> 3	3
36	L	18 - 27	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	1 - < 2	1 - < 2	1
37	P	38 - 47	Sarjana	Wiraswasta	> 4	2 - 3	> 3
38	P	28 - 37	Sarjana	Pegawai Negeri	3 - 4	< 1	1
39	P	18 - 27	SMA/SMK	Karyawan swasta	1 - < 2	1 - < 2	2
40	L	18 - 27	Diploma	Wiraswasta	3 - 4	1 - < 2	3
41	P	18 - 27	Sarjana	Karyawan swasta	2 - < 3	> 3	1
42	L	18 - 27	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	1 - < 2	< 1	1
43	P	38 - 47	Diploma	Pegawai Negeri	3 - 4	2 - 3	1
44	L	28 - 37	Sarjana	Wiraswasta	2 - < 3	> 3	2
45	P	48 - 57	Sarjana	Wiraswasta	2 - < 3	2 - 3	3
46	L	28 - 37	Sarjana	Wiraswasta	> 4	> 3	> 3
47	P	28 - 37	SMA/SMK	Pegawai Negeri	2 - < 3	< 1	1
48	L	28 - 37	Sarjana	Karyawan swasta	3 - 4	2 - 3	1
49	P	< 18	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	< 1	< 1	1

50	L	18 - 27	SMA/SMK	Wiraswasta	2 - < 3	1 - < 2	3
51	P	28 - 37	SMA/SMK	Karyawan swasta	1 - < 2	< 1	2
52	P	18 - 27	Sarjana	Wiraswasta	2 - < 3	1 - < 2	3
53	P	18 - 27	SMA/SMK	Karyawan swasta	1 - < 2	2 - 3	1
54	L	28 - 37	Sarjana	Wiraswasta	2 - < 3	2 - 3	> 3
55	P	38 - 47	Sarjana	Pegawai Negeri	3 - 4	1 - < 2	1
56	P	28 - 37	Sarjana	Wiraswasta	2 - < 3	< 1	1
57	L	38 - 47	Sarjana	Karyawan swasta	2 - < 3	> 3	1
58	P	28 - 37	SMA/SMK	Wiraswasta	3 - 4	> 3	> 3
59	P	18 - 27	SMA/SMK	Karyawan swasta	1 - < 2	1 - < 2	1
60	L	48 - 57	Sarjana	Karyawan swasta	2 - < 3	2 - 3	1
61	P	18 - 27	Diploma	Karyawan swasta	2 - < 3	2 - 3	1
62	P	38 - 47	Diploma	Pegawai Negeri	1 - < 2	> 3	1
63	L	18 - 27	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	1 - < 2	< 1	1
64	L	38 - 47	Sarjana	Wiraswasta	> 4	2 - 3	> 3
65	L	18 - 27	SMA/SMK	Wiraswasta	2 - < 3	< 1	2
66	P	28 - 37	Diploma	Wiraswasta	3 - 4	< 1	2
67	P	38 - 47	Sarjana	Wiraswasta	2 - < 3	> 3	3

68	L	18 - 27	SMA/SMK	Wiraswasta	2 - < 3	1 - < 2	> 3
69	L	28 - 37	Sarjana	Wiraswasta	3 - 4	> 3	> 3
70	P	< 18	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	1 - < 2	< 1	1
71	P	28 - 37	Sarjana	Karyawan swasta	2 - < 3	2 - 3	1
72	P	18 - 27	SMA/SMK	Wiraswasta	2 - < 3	1 - < 2	1
73	L	18 - 27	Sarjana	Karyawan swasta	2 - < 3	2 - 3	1
74	P	28 - 37	SMA/SMK	Wiraswasta	3 - 4	1 - < 2	1
75	P	28 - 37	Sarjana	Wiraswasta	2 - < 3	2 - 3	3
76	L	18 - 27	Sarjana	Karyawan swasta	2 - < 3	1 - < 2	1
77	P	18 - 27	Sarjana	Wiraswasta	1 - < 2	< 1	3
78	L	28 - 37	Sarjana	Pegawai Negeri	2 - < 3	2 - 3	2
79	P	38 - 47	SMA/SMK	Pegawai Negeri	1 - < 2	1 - < 2	1
80	L	48 - 57	SMA/SMK	Pegawai Negeri	2 - < 3	> 3	1
81	L	38 - 47	Sarjana	Wiraswasta	> 4	> 3	> 3
82	P	18 - 27	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	1 - < 2	1 - < 2	1
83	P	18 - 27	Sarjana	Pelajar/Mahasiswa	2 - < 3	> 3	3
84	L	28 - 37	Sarjana	Karyawan swasta	2 - < 3	2 - 3	1
85	P	48 - 57	Sarjana	Wiraswasta	> 4	> 3	3

86	P	38 - 47	Sarjana	Karyawan swasta	1 - < 2	2 - 3	1
87	L	38 - 47	Sarjana	Karyawan swasta	2 - < 3	1 - < 2	1
88	L	18 - 27	SMA/SMK	Karyawan swasta	< 1	2 - 3	1
89	P	38 - 47	Sarjana	Pegawai Negeri	3 - 4	< 1	1
90	P	18 - 27	Sarjana	Wiraswasta	1 - < 2	> 3	> 3
91	L	28 - 37	SMA/SMK	Wiraswasta	1 - < 2	> 3	2
92	P	> 57	SMA/SMK	Ibu Rumah Tangga	> 4	2 - 3	3
93	L	38 - 47	Sarjana	Pegawai Negeri	2 - < 3	1 - < 2	1
94	P	28 - 37	Sarjana	Wiraswasta	> 4	< 1	1
95	L	48 - 57	Sarjana	Pegawai Negeri	> 4	2 - 3	1
96	L	38 - 47	Sarjana	Wiraswasta	> 4	2 - 3	3
97	P	28 - 37	SMA/SMK	Karyawan swasta	1 - < 2	1 - < 2	1
98	L	18 - 27	SMA/SMK	Karyawan swasta	2 - < 3	< 1	1
99	L	28 - 37	SMA/SMK	Karyawan swasta	2 - < 3	1 - < 2	1
100	P	38 - 47	Diploma	Ibu Rumah Tangga	2 - < 3	2 - 3	1

Lampiran 3 Data Jawaban Responden

REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN

No	RMI				Tot-X1	Citra Perusahaan				Tot-X3	K. Emosional			Tot-X4	P. Komplain				Tot-X5	Customer Retention				Tot-Y
	P1	P2	P3	P4		P1	P2	P3	P4		P1	P2	P3		P1	P2	P3	P4		P1	P2	P3	P4	
1	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
2	3	3	3	3	12	4	4	3	4	15	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	2	3	8	3	3	3	3	12	3	2	3	3	11
4	2	3	3	3	11	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
5	4	2	4	4	14	4	4	4	4	16	4	2	3	9	4	3	3	3	13	4	3	4	4	15
6	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
7	3	3	3	4	13	3	3	4	4	14	3	3	4	10	4	3	3	3	13	3	3	4	3	13
8	3	3	3	3	12	3	4	3	4	14	3	3	3	9	4	3	3	4	14	3	3	3	3	12
9	4	4	4	3	15	3	3	3	4	13	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	2	3	3	11
10	4	4	4	3	15	3	3	3	4	13	4	3	3	10	3	3	3	3	12	3	3	4	4	13
11	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	2	3	8	3	3	3	3	12	2	2	3	3	10
12	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13	3	3	3	9	3	3	4	3	13	3	3	4	4	14
13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	3	10	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12
14	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
15	4	4	3	4	15	4	3	4	4	15	3	3	4	10	3	3	4	3	13	4	4	4	4	16
16	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	2	3	3	11
17	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
19	3	4	3	4	14	3	4	4	4	15	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15

20	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	2	4	10	4	4	3	3	14	4	3	3	4	14
21	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
22	4	4	3	4	15	4	3	3	3	13	3	3	3	9	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12
23	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
24	4	3	3	3	13	3	3	3	4	13	4	3	3	10	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
25	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
26	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
27	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	2	3	8	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
28	4	4	4	4	16	3	3	3	4	13	3	3	3	9	3	3	3	3	12	4	3	4	3	14
29	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	3	4	3	14
30	4	3	3	3	13	3	4	3	3	13	3	3	3	9	3	3	4	4	14	3	3	3	4	13
31	3	3	4	4	14	4	3	4	4	15	3	3	3	10	3	4	3	4	14	3	3	4	4	14
32	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13
33	4	3	3	4	14	4	4	4	3	15	3	3	3	9	3	4	4	3	14	3	3	3	3	12
34	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
35	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
36	3	3	3	3	12	4	3	4	3	14	3	2	3	8	3	3	3	3	12	3	2	3	2	10
37	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
38	3	3	3	4	13	3	4	4	4	15	4	3	3	10	3	4	3	3	13	3	4	3	3	13
39	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
40	4	3	3	3	13	4	3	3	4	14	4	4	3	11	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13
41	3	2	3	3	11	3	3	3	3	12	3	2	3	8	3	3	3	3	12	2	3	3	3	11
42	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
43	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12

44	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	12	
45	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	3	3	10	3	3	3	3	12	3	2	4	3	12
46	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16	3	3	3	9	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12
47	4	3	3	4	14	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
48	4	2	3	3	12	3	3	3	3	12	3	2	3	8	2	2	3	3	10	2	2	2	3	11
49	4	3	3	3	13	3	4	3	3	13	3	3	4	10	3	4	3	4	14	3	2	3	3	11
50	3	3	4	2	12	4	4	3	4	15	4	4	3	11	3	4	3	4	14	4	4	4	4	16
51	3	2	3	3	11	3	3	3	3	12	4	3	3	10	3	3	3	3	12	3	2	3	3	11
52	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
53	3	2	2	3	10	3	3	3	4	13	3	2	3	8	3	3	4	3	13	3	3	3	2	11
54	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12	4	3	3	10	3	3	3	3	12	4	4	4	3	15
55	3	3	3	4	13	3	3	4	3	13	4	3	3	10	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13
56	3	3	3	3	12	3	4	4	3	14	3	3	3	9	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13
57	3	3	4	4	14	3	3	4	3	13	3	2	3	8	3	3	4	3	13	3	2	3	3	11
58	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	3	3	10	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16
59	4	2	3	3	12	4	4	4	4	16	3	3	3	9	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
60	4	3	3	3	13	4	4	4	3	15	3	3	4	10	3	3	4	4	14	3	3	3	3	12
61	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
62	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
63	3	3	3	4	13	3	3	3	4	13	3	3	3	9	4	3	3	3	13	3	4	4	3	14
64	3	3	3	4	13	4	3	4	3	14	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
65	4	4	3	4	15	4	4	4	3	15	4	3	3	10	3	3	3	3	12	3	2	3	3	11
66	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16	3	4	4	11	4	4	3	3	14	3	3	3	3	12
67	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12

68	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	2	3	8	3	3	3	3	12	3	2	3	3	11
69	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	3	2	3	8	3	3	3	3	12	3	2	3	3	11
70	4	3	4	4	15	4	4	3	3	14	4	4	4	12	3	3	4	4	14	4	4	4	3	15
71	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	2	3	8	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
72	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
73	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
74	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	3	4	4	14	3	4	3	4	14
75	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	2	3	8	3	3	3	3	12	2	3	3	3	11
76	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	4	4	14
77	3	3	3	3	12	3	3	3	2	11	2	3	3	8	3	2	3	3	11	3	3	2	2	11
78	3	3	3	3	12	3	4	3	3	13	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
79	3	3	3	4	13	3	4	3	4	14	4	3	3	10	3	3	3	3	12	4	4	3	3	14
80	3	3	4	3	13	4	3	2	3	12	3	2	3	8	2	3	3	3	11	2	3	2	3	10
81	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	3	2	3	8	4	3	3	3	13	4	3	3	3	13
82	3	3	3	3	12	4	3	4	3	14	3	3	3	9	3	3	4	4	14	3	3	4	3	13
83	3	4	4	3	14	3	3	4	4	14	3	3	3	9	3	3	3	3	12	4	3	4	4	15
84	3	3	3	3	12	4	4	3	3	14	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
85	3	3	3	4	13	4	3	3	4	14	4	3	3	10	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13
86	4	3	3	3	13	3	4	4	4	15	3	3	3	9	3	3	4	3	13	3	3	3	3	12
87	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
88	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	2	3	8	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
89	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
90	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
91	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	2	3	3	11

92	3	3	3	3	12	3	4	4	4	15	3	3	3	9	4	3	3	3	4	14	3	3	3	3	12
93	3	3	3	3	12	4	4	3	3	14	3	3	4	10	3	3	4	4	14	3	3	4	3	13	
94	3	3	3	3	12	4	4	3	3	14	3	3	4	10	3	3	4	3	13	4	3	4	3	14	
95	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	4	3	3	13	
96	3	3	3	4	13	3	4	3	3	13	4	3	3	10	3	3	4	3	13	3	3	4	3	13	
97	4	3	3	4	14	3	4	3	4	14	3	3	4	10	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	
98	3	4	4	3	14	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13	
99	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13	
100	3	4	3	3	13	3	4	3	3	13	4	3	3	10	3	3	4	3	13	3	3	4	4	14	

Lampiran 4**Data Output Profil Responden****Hasil Olah Data Profil Responden Menggunakan SPSS Versi 16.0****Frequency Table****Gender**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid L	47	47.0	47.0	47.0
P	53	53.0	53.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 18	6	6.0	6.0	6.0
> 57	2	2.0	2.0	8.0
18 - 27	38	38.0	38.0	46.0
28 - 37	28	28.0	28.0	74.0
38 - 47	19	19.0	19.0	93.0
48 - 57	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pend_terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Diploma	9	9.0	9.0	9.0
	Magister	1	1.0	1.0	10.0
	Sarjana	48	48.0	48.0	58.0
	SMA/SMK	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Guru	1	1.0	1.0	1.0
	Ibu Rumah Tangga	2	2.0	2.0	3.0
	Karyawan swasta	32	32.0	32.0	35.0
	Pegawai Negeri	12	12.0	12.0	47.0
	Pelajar/Mahasiswa	14	14.0	14.0	61.0
	Pensiun PNS	1	1.0	1.0	62.0
	Wiraswasta	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Penghasilan_Per_Bulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1	5	5.0	5.0	5.0
	> 4	15	15.0	15.0	20.0
	1 - < 2	26	26.0	26.0	46.0
	2 - < 3	41	41.0	41.0	87.0
	3 - 4	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lama_Menjadi_Nasabah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1	17	17.0	17.0	17.0
	> 3	24	24.0	24.0	41.0
	1 - < 2	25	25.0	25.0	66.0
	2 - 3	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Jml_Transaksi_Per_Bulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 3	14	14.0	14.0	14.0
	1	49	49.0	49.0	63.0
	2	16	16.0	16.0	79.0
	3	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 5**Output Uji Validitas dan Reliabilitas****Reliability****Case Processing Summary**

	N	%
Cases Valid	100	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	100	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	19

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Soal 1	57.67	25.698	.527	.900
Soal 2	57.83	26.264	.403	.904
Soal 3	57.77	26.502	.423	.903
Soal 4	57.63	25.811	.480	.902
Soal 5	57.62	25.531	.564	.899
Soal 6	57.58	25.276	.600	.898
Soal 7	57.62	25.369	.570	.899
Soal 8	57.60	25.111	.615	.898
Soal 9	57.69	25.671	.548	.900
Soal 10	58.00	25.111	.572	.899
Soal 11	57.76	25.800	.630	.898
Soal 12	57.79	25.723	.606	.899
Soal 13	57.80	25.535	.669	.897
Soal 14	57.70	25.808	.557	.900
Soal 15	57.73	25.674	.622	.898
Soal 16	57.77	25.108	.621	.898
Soal 17	57.92	25.266	.516	.901
Soal 18	57.65	25.725	.509	.901
Soal 19	57.79	26.228	.449	.902

Lampiran 6 Output Uji Multikolinieritas

Hasil Uji Asumsi Klasik Variabel Penelitian Menggunakan SPSS Versi 16.0 Hasil Uji Multikolinieritas

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Penanganan komplain, Customer Relationship Marketing, Kedekatan emosional, Citra perusahaan ^a		.Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Customer retention

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Customer Relationship Marketing	.633	1.580
	Citra perusahaan	.399	2.506
	Kedekatan emosional	.502	1.991
	Penanganan komplain	.370	2.702

a. Dependent Variable: Customer retention

Lampiran 7 Output Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Asumsi Klasik Variabel Penelitian Menggunakan SPSS Versi 16.0

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Nonparametric Correlations

			Correlations					
			Unstandardized Residual	Relationship Marketing Input	Citra perusahaan	Kedekatan emosional	Penanganan komplain	
Spearman's rho	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1.000	-.036	-.056	.051	.016	
		Sig. (2-tailed)	.	.720	.581	.613	.877	
		N	100	100	100	100	100	
	Relationship Marketing Input	Correlation Coefficient	-.036	1.000	.538**	.528**	.436**	
		Sig. (2-tailed)	.720	.	.000	.000	.000	
		N	100	100	100	100	100	
	Citra perusahaan	Correlation Coefficient	-.056	.538**	1.000	.541**	.759**	
		Sig. (2-tailed)	.581	.000	.	.000	.000	
		N	100	100	100	100	100	
	Kedekatan emosional	Correlation Coefficient	.051	.528**	.541**	1.000	.516**	
		Sig. (2-tailed)	.613	.000	.000	.	.000	
		N	100	100	100	100	100	
	Penanganan komplain	Correlation Coefficient	.016	.436**	.759**	.516**	1.000	
		Sig. (2-tailed)	.877	.000	.000	.000	.	
		N	100	100	100	100	100	

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

Lampiran 8 Output Analisis Regresi Linier Berganda

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Penanganan komplain, Relationship Marketing Input, Kedekatan emosional, Citra perusahaan ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Customer retention

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.683 ^a	.467	.445	1.094

a. Predictors: (Constant), Penanganan komplain, Relationship

Marketing Input, Kedekatan emosional, Citra perusahaan

b. Dependent Variable: Customer retention

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	99.621	4	24.905	20.811	.000 ^a
	Residual	113.689	95	1.197		
	Total	213.310	99			

- a. Predictors: (Constant), Penanganan komplain, Relationship Marketing Input, Kedekatan emosional, Citra perusahaan
- b. Dependent Variable: Customer retention

Hasil Uji t (Parsial)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2.182	1.277		1.708	.091
Relationship Marketing Input	.085	.106	.075	.802	.425
Citra perusahaan	.082	.117	.083	.704	.483
Kedekatan emosional	.677	.148	.485	4.585	.000
Penanganan komplain	.151	.140	.133	1.076	.284

- a. Dependent Variable: Customer retention

Lampiran 9**Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana)****TABEL r**

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
80	0,1829	0,2172	0,2565	0,2830	0,3568
81	0,1818	0,2159	0,2550	0,2813	0,3547
82	0,1807	0,2146	0,2535	0,2796	0,3527
83	0,1796	0,2133	0,2520	0,2780	0,3507
84	0,1786	0,2120	0,2505	0,2764	0,3487
85	0,1775	0,2108	0,2491	0,2748	0,3468
86	0,1765	0,2096	0,2477	0,2731	0,3449
87	0,1755	0,2084	0,2464	0,2717	0,430
88	0,1745	0,2072	0,2449	0,2702	0,3412
89	0,1735	0,2061	0,2435	0,2687	0,3393
90	0,1726	0,2050	0,2422	0,2673	0,3375
91	0,1716	0,2039	0,2409	0,2659	0,3358
92	0,1707	0,2028	0,2396	0,2645	0,3341
93	0,1698	0,2017	0,2384	0,2631	0,3323
94	0,1689	0,2006	0,2371	0,2617	0,3307
95	0,1680	0,1996	0,2359	0,2604	0,3290
96	0,1671	0,1986	0,2347	0,2591	0,3274
97	0,1663	0,1975	0,2335	0,2578	0,3258
98	0,1654	0,1966	0,2324	0,2565	0,3242
99	0,1646	0,1956	0,2312	0,2552	0,3226
100	0,1638	0,1946	0,2301	0,2540	0,3211

Lampiran 10 Tabel F**TABEL F****Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)					
	1	2	3	4	5	6
80	3,96	3,11	2,72	2,49	2,33	2,21
81	3,96	3,11	2,72	2,48	2,33	2,21
82	3,96	3,11	2,72	2,48	2,33	2,21
83	3,96	3,11	2,71	2,48	2,32	2,21
84	3,95	3,11	2,71	2,48	2,32	2,21
85	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	2,21
86	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	2,21
87	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	2,21
88	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	2,21
89	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	2,21
91	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	2,21
91	3,95	3,10	2,70	2,47	2,31	2,20
92	3,94	3,10	2,70	2,47	2,31	2,20
93	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,20
94	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,20
95	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,20
96	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,19
97	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,19
98	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31	2,19
99	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31	2,19
100	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31	2,19

Lampiran 11**Tabel t****TABEL T**

Pr df	0,25 0,50	0,10 0,20	0,05 0,10	0,025 0,05	0,01 0,02	0,005 0,01	0,001 0,002
1	1.000	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66	318.31
2	0.816	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	22.327
3	0.765	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	10.215
4	0.741	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	7.173
5	0.727	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	5.893
6	0.718	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	5.208
7	0.711	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	4.785
8	0.706	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355	4.501
9	0.703	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	4.297
10	0.700	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	4.144
11	0.697	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	4.025
12	0.695	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	3.930
13	0.694	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	3.852
14	0.692	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	3.787
15	0.691	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	3.733
16	0.690	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	3.686
17	0.689	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	3.646
18	0.688	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	3.610
19	0.688	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	3.579
20	0.687	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	3.552
30	0.683	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750	3.385
40	0.681	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	3.307
60	0.679	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	3.232
80	0.687	1.292	1.664	1.990	2.374	2.639	3.195
95	0.677	1.290	1.661	1.985	2.366	2.628	3.188
96	0.677	1.290	1.660	1.984	2.365	2.628	3.187
97	0.677	1.290	1.660	1.984	2.365	2.627	3.186
100	0.677	1.290	1.660	1.984	2.364	2.626	3.174
1000	0.675	1.282	1.646	1.962	2.330	2.581	3.098

DAFTAR KUESIONER

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CUSTOMER RETENTION*
(STUDI KASUS PADA BANK BNI SYARI'AH CABANG
KUSUMANEGARA YOGYAKARTA)**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sebelumnya peneliti sampaikan maaf karena telah mengganggu waktu Bapak/Ibu/Saudara/i. Saya mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi data kuesioner. Informasi yang Anda berikan sangat berarti bagi penelitian ini, oleh karena itu peneliti sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner dengan sebenar-benarnya.

Atas kesediaan meluangkan waktu dan partisipasi Anda sangat berarti bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini, dan semoga akan bermanfaat serta mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah SWT.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Peneliti

Frida Hanjani Alief

NIM. 09390115

I. Karakteristik Responden

Berilah tanda (X) untuk salah satu jawaban Anda pada karakteristik responden ini:

1. Usia
 - a. < 18 tahun
 - b. 18 – 27 tahun
 - c. 28 – 37 tahun
 - d. 38 – 47 tahun
 - e. 48 - 57 tahun
 - f. > 57 tahun
2. Jenis Kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. perempuan
3. Pendidikan Terakhir
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA/SMK
 - d. Diploma
 - e. Sarjana
 - f. Lain-lain, sebutkan
4. Pekerjaan
 - a. Pegawai Negeri
 - b. Wiraswasta
 - c. Pelajar/mahasiswa
 - d. Lain-lain, sebutkan
5. Pendapatan Per Bulan
 - a. < 1 juta
 - b. 1 – < 2 juta
 - c. 2 – < 3 juta
 - d. 3 – 4 juta
 - e. > 4 juta
6. Sudah berapa lama menjadi nasabah Bank BNI Syari'ah Cabang Kusumanegara Yogyakarta?
 - a. < 1 tahun
 - b. 1 – < 2 tahun
 - c. 2 – 3 tahun
 - d. > 3 tahun
7. Berapa kali Anda melakukan transaksi dalam 1 bulan?
 - a. 1 kali
 - b. 2 kali
 - c. 3 kali
 - d. > 3 kali

8. Mengapa Anda memilih Bank BNI Syari'ah Cabang Kusumanegara Yogyakarta sebagai tempat untuk melakukan transaksi perbankan?
-

II. Pertanyaan kepada Responden

Berilah tanda (✓) untuk salah satu jawaban Anda pada kolom pertanyaan.

Keterangan:

SS	: Sangat Setuju	TS	: Tidak Setuju
S	: Setuju	STS	: Sangat Tidak Setuju

Relationship Marketing Input

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Bank BNI Syari'ah sesuai dengan harapan saya dalam menjamin keamanan pada setiap nasabah.				
2.	Manajemen Bank BNI Syari'ah telah melibatkan nasabah dalam meningkatkan mutu pelayanan.				
3.	Bank BNI Syari'ah telah meningkatkan mutu pelayanan secara berkesinambungan.				
4.	Karyawan Bank BNI Syari'ah mempunyai tanggung jawab untuk menyelesaikan permasalahan ketika melakukan transaksi dengan nasabah.				

Citra Perusahaan

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Bank BNI Syari'ah dikenal mempunyai citra yang baik.				
2.	Bank BNI Syariah menjaga nama baiknya dengan cara menghargai nasabah.				

3.	Dalam memberikan pelayanan, karyawan Bank BNI Syari'ah menunjukkan sikap kepeduliannya terhadap nasabah.				
4.	Dengan moto " <i>Memberikan Yang Terbaik Sesuai Kaidah</i> " saya yakin Bank BNI Syari'ah bisa dipercaya dalam kerja sama usaha.				

Kedekatan Emosional

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Bank BNI Syari'ah mampu membuat saya yakin untuk menggunakan jasanya karena mempunyai ketulusan yang tinggi terhadap nasabah.				
2.	Secara emosional, saya merasa dekat dengan Bank BNI Syari'ah.				
3.	Hubungan timbal balik antara nasabah dengan dengan manajemen Bank BNI Syari'ah terjalin dengan saling mempercayai.				

Penanganan Komplain

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Karyawan Bank BNI Syari'ah mudah berempati ketika saya mengutarakan keluhan.				
2.	Karyawan Bank BNI Syari'ah cepat tanggap dan sigap untuk memecahkan permasalahan dari keluhan saya.				
3.	Karyawan Bank BNI Syari'ah adil dan tidak memandang status sosial dalam melayani komplain nasabah.				

4.	Bank BNI Syari'ah memberikan nasabah kemudahan untuk menyampaikan saran, kritik, pertanyaan maupun keluhan.				
----	---	--	--	--	--

Customer Retention (Mempertahankan Nasabah)

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Bank BNI Syari'ah merupakan pilihan utama saya untuk melakukan transaksi perbankan.				
2.	Mayoritas transaksi keuangan saya lakukan di Bank BNI Syari'ah.				
3.	Saya akan tetap menjadi nasabah Bank BNI Syari'ah.				
4.	Saya tidak memiliki keinginan untuk pindah ke bank lain.				

PROFIL UMUM BANK BNI SYARI'AH**1. Sejarah BNI Syari'ah**

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip Syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu. Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (office channelling) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah. Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2000 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah

sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat. Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Point.

2. Visi dan Misi BNI Syari'ah.

a. **Visi BNI Syariah**

Menjadi Bank Syari'ah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja

b. **Misi BNI Syariah**

1. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
2. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
3. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.

4. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
5. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

3. Produk BNI Syari'ah

a. Produk Pembiayaan

1. Multiguna iB Hasanah

Multiguna iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli barang kebutuhan konsumtif dengan agunan berupa barang yang dibiayai.

2. Pembiayaan THI iB Hasanah

Pembiayaan THI iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang ditujukan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan biaya setoran awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) yang ditentukan oleh Departemen Agama, untuk mendapatkan nomor seat porsi haji dengan menggunakan akad *Ijarah*.

3. CCF iB Hasanah

CCF iB Hasanah adalah pembiayaan yang dijamin dengan cash, yaitu dijamin dengan simpanan dalam bentuk Deposito, Giro, dan Tabungan yang diterbitkan BNI Syari'ah.

4. OTO iB Hasanah

OTO iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif murabahah yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian kendaraan bermotor dengan agunan kendaraan bermotor yang dibiayai dengan pembiayaan ini.

5. Multijasa iB Hasanah

Multijasa iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada masyarakat untuk kebutuhan jasa dengan agunan berupa *fixed asset* atau kendaraan bermotor.

6. Griya iB Hasanah

Griya iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli, membangun, merenovasi rumah (termasuk toko, rusun, rukan, apartemen, dan sejenisnya).

7. Pembiayaan Emas iB Hasanah

Merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan untuk membeli emas logam mulia dalam bentuk batangan yang diangsur secara pokok setiap bulannya melalui akad murabahah (jual beli).

8. Pembiayaan Kerjasama Linkage Program iB Hasanah

Adalah fasilitas pembiayaan dimana BNI Syari'ah sebagai pemilik dana dan menyalurkan pembiayaan dengan pola *executing* kepada Lembaga Keuangan Syari'ah (LKS) (BMT, BPRS, KJKS, dll) untuk diteruskan ke *end user* (pengusaha mikro, kecil dan menengah syari'ah).

9. Usaha Kecil iB Hasanah

Adalah pembiayaan syari'ah yang digunakan untuk tujuan produktif (modal kerja maupun investasi) kepada pengusaha kecil berdasarkan prinsip-prinsip pembiayaan syari'ah.

10. Tunas Usaha iB Hasanah

Adalah pembiayaan modal kerja dan atau investasi yang diberikan untuk usaha produktif yang *feasible* namun belum *bankable* dengan prinsip syari'ah dalam rangka mendukung pelaksanaan Instruksi Presiden Nomor 6 tahun 2007.

11. Pembiayaan Kerjasama Dealer iB Hasanah

Pola kerjasama pemasaran dealer dilatarbelakangi oleh adanya potensi pembiayaan kendaraan bermotor secara kolektif yang melibatkan *end user* dalam jumlah yang cukup banyak.

12. Pembiayaan Kerjasama Kopkar / Kopeg iB Hasanah

Adalah fasilitas pembiayaan *mudharabah* produktif dimana BNI Syari'ah sebagai pemilik dana menyalurkan pembiayaan dengan pola executing kepada Koperasi Karyawan (Kopkar) / Koperasi Pegawai (Kopeg) untuk disalurkan secara prinsip syari'ah ke *end user* / pegawai.

13. Pembiayaan Valas iB Hasanah

Adalah pembiayaan yang diberikan oleh unit operasional dalam negeri kepada nasabah pembiayaan dalam negeri, dalam bentuk mata uang valuta asing.

14. Wirausaha iB Hasanah

Adalah fasilitas pembiayaan produktif yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan usaha-usaha produktif (modal kerja dan investasi).

b. Produk Penghimpunan Dana

1. Tabungan iB Hasanah

Investasi dana dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip syari'ah dengan akad *mudharabah muthlaqah* atau simpanan dengan akad *wadi'ah*, dengan setoran awal minimal Rp 100.000.

2. TabunganKu iB Hasanah

Adalah produk tabungan generik dari Bank Indonesia untuk meningkatkan kesadaran menabung. Setoran awalnya sangat ringan dan tidak ada biaya administrasi bulanan.

3. Tabungan iB Tapenas Hasanah

Adalah produk tabungan berjangka dalam mata uang rupiah dengan prinsip syari'ah *mudharabah muthlaqah* yang dirancang untuk mewujudkan rencana masa depan, dengan setoran awal Rp 100.000 dan setoran tetap setiap bulan.

4. Tabungan iB TNI Hasanah

Investasi dana untuk perencanaan ibadah haji yang dikelola dengan prinsip syari'ah dengan akad *mudharabah muthlaqah*, dengan setoran awal minimal Rp 500.000.

5. Tabungan iB Prima Hasanah

Investasi dana dalam mata uang rupiah yang dikelola dengan prinsip syari'ah dengan akad *mudharabah muthlaqah* dan bagi hasil yang lebih kompetitif, dengan setoran awal minimal Rp 10.000.000.

6. Tabungan iB Tunas Hasanah

Adalah produk simpanan dalam mata uang Rupiah berdasarkan akad *wadi'ah* yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun.

7. Tabungan iB Bisnis Hasanah

Adalah produk turunan dari Tabungan iB Hasanah yang ditujukan untuk anda yang aktif bertransaksi untuk bisnis atau wirausaha dan menginginkan mutasi rekening yang lebih detail dalam buku tabungan anda. Dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*, dengan setoran awal minimal Rp 5.000.000.

8. Giro iB Hasanah

Simpanan dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip syari'ah dengan akad *wadi'ah yad dhamanah*.

9. Deposito iB Hasanah

Simpanan berjangka yang ditujukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan, dengan menggunakan prinsip *mudharabah muthlaqah*.

Selain dari produk tersebut masih terdapat beberapa produk lainnya yang disediakan oleh Bank BNI Syari'ah, salah satunya adalah produk Gadai Emas. Gadai Emas ini dapat dimanfaatkan oleh masyarakat yang membutuhkan dana jangka pendek dan keperluan yang mendesak. Dari semua produk yang disediakan oleh BNI Syari'ah Plus menjadi produk utama dan andalan yang disiapkan oleh BNI Syari'ah untuk menghimpun dan mengelola dana yang ingin diinvestasikan oleh masyarakat Indonesia. Dengan berbagai keunggulan dan kemudahan diantaranya saldo dibawah saldo minimum tetap diberikan bagi hasil, dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan, fasilitas phone banking 24 jam, serta didukung oleh jaringan ATM yang luas, dan lain-lain.

Beberapa persyaratan untuk membuka tabungan ini :

1. Mengisi formulir permohonan pembukaan rekening.
2. fotoCopy identitas diri (KTP/SIM/Pasport/dll)
3. Setoran pertama / saldo minimum Rp 25.000,-
4. Setoran lanjutan minimum Rp 5.000,-
5. Menandatangani perjanjian bagi hasil dengan menggunakan materai Rp 6.000,-
6. Biaya percetakan kartu Rp 5.000,-

SURAT KETERANGAN
YGS/01/ 1226 /2016

Bismillahirrahmanirrahiim

Yang bertanda-tangan di bawah ini :

Nama : Ruri Supriadi
Jabatan : Pgs Operational Manager
PT Bank BNI Syariah
Kantor Cabang Yogyakarta

Menerangkan bahwa :

Nama : Frida Hanjani Alief
No Mhs. : 09390115
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Keuangan Syariah
Universitas / PT : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Adalah benar telah melaksanakan Skripsi untuk S-1 di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta dengan judul "**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Customer Retention (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta)**"

Demikianlah surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan semestinya.

Yogyakarta,

PT Bank BNI Syariah
Kantor Cabang Yogyakarta



Ruri Supriadi
Pgs Operational Manager

Lampiran 15

CURRICULUM VITAE

A. Identitas Diri

Nama : Frida Hanjani Alief
Tempat, Tgl. Lahir : Ngawi, 21 Agustus 1991
Nama Ayah : Ngadirin, S.Pd
Nama Ibu : Rini Dwi Astuti
Alamat : Perum Griya Lawu Indah Gg. IX No. 6, Beran, Ngawi, Jawa Timur
E-mail : aliefha.fha@gmail.com
No. Hp : 085850622124

B. Riwayat Pendidikan

1. TK Darmawanita Cangakan : 1995 - 1997
2. SD N Margomulyo 4 Ngawi : 1997 - 2003
3. SMP N 1 Ngawi : 2003 - 2006
4. SMA N 1 Ngawi : 2006 – 2009
5. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta : 2009 – 2016

C. Pengalaman Organisasi

1. PRAMUKA SMP N 1 Ngawi
2. PRAMUKA SMA N 1 Ngawi
3. ROHIS SMA N 1 Ngawi
4. Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta, 12 Agustus 2016



Frida Hanjani Alief