

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *TRUST*, CITRA PERUSAHAAN,
DAN PENANGANAN KOMPLAIN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(STUDI KASUS BRI SYARIAH CABANG 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:

**IRSANDY RIZKI PRAMUDITO
NIM. 14820069**

DOSEN PEMBIMBING:

**DRS. AKHMAD YUSUF KHOIRUDDIN, S.E., M.SI.
NIP. 19661119 199203 1 002**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2018**



PENGESAHAN TUGAS AKHIR
Nomor : B-2184/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2018

Tugas Akhir dengan judul: PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *TRUST*, *CITRA PERUSAHAAN*, DAN PENANGANAN KOMPLAIN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS BRI SYARIAH CABANG YOGYAKARTA)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Irsandy Rizki Pramudito
Nomor Induk Mahasiswa : 14820069
Telah diujikan pada : 20 Agustus 2018
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.
NIP. 19661119 199203 1 002

Penguji I

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

Penguji II

Rosvid Nur Anggara Putra, S.Pd., M.Si.
NIP. 19880524 201503 1 010

Yogyakarta, 27 Agustus 2018

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
DEKAN



Dr. H. Syaifiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.
NIP. 19670518 199703 1 003



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Irsandy Rizki Pramudito

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

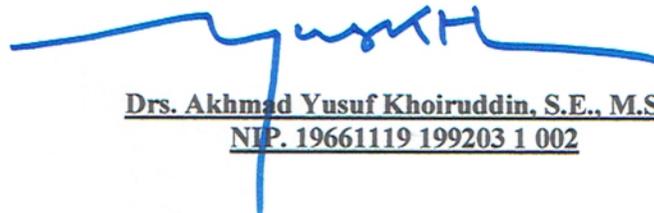
Nama : Irsandy Rizki Pramudito
NIM : 14820069
Judul Skripsi : **Pengaruh *E-Service Quality*, *Trust*, Citra Perusahaan, dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BRI Syariah Cabang Yogyakarta)**

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Ekonomi 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 dimunaqosyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 9 Agustus 2018
Pembimbing



Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.
NIP. 19661119 199203 1 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Irsandy Rizki Pramudito

NIM : 14820069

Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh *E-Service Quality*, *Trust*, *Citra Perusahaan*, dan *Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BRI Syariah Cabang Yogyakarta)*”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote*, *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi, dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 9 Agustus 2018

Penyusun



Irsandy Rizki Pramudito

NIM. 14820069

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

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

Nama : Irsandy Rizki Pramudito

NIM : 14820069

Program Studi : Perbankan Syariah

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:

“Pengaruh *E-Service Quality*, *Trust*, *Citra Perusahaan*, dan *Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BRI Syariah Cabang Yogyakarta)*”

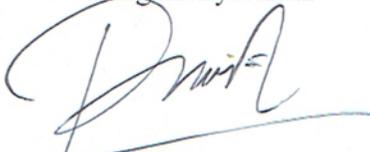
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta

Pada tanggal: 9 Agustus 2018

Yang menyatakan


(Irsandy Rizki Pramudito)

MOTTO

WONG LIYO BISO AKU 40 KUDU BISO

"Hidup keras ada target dan tergerak olehnya"



HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini aku persembahkan spesial untuk:

Pahlawan dalam hidupku orang tua yang selalu menyayangiku, Ibuku Dewi Arini dan Bapakku Subarto lalu adik-adikku serta seluruh keluarga besar Agus Djasmo

Teman-temanku kuliah, KKN dan sahabatku semuanya

Kemudian rumah singgah kedua kampus tercinta dan dosen-dosen serta staf yang ada disana yang telah membantuku meraih ilmu dan pengalaman



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'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Žāl	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Šād	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Dād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Žā'	ž	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	Wāwu	w	w
هـ	Hā'	h	ha

ء	Hamzah	,	apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعدّدة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' marbūṭah*

Semua *tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan 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.

حكمة	Ditulis	Hikmah
عِلَّة	Ditulis	'illah
كرامة الأولياء	Ditulis	karāmah al-auliyā'

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

----َ---	Faṭḥah	Ditulis	A
----ِ---	Kasrah	Ditulis	i
----ُ---	Ḍammah	Ditulis	u

فَعَلَ	Faṭḥah	Ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	Ditulis	<i>ẓukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	Ditulis	<i>yaẓhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif جاهلية	Ditulis	Ā
	Ditulis	jāhiliyyah
2. fathah + yā' mati تَنَسَى	Ditulis	ā
	Ditulis	tansā
3. Kasrah + yā' mati كريم	Ditulis	ī
	Ditulis	karīm
4. Dammah + wāwu mati فروض	Ditulis	ū
	Ditulis	furūḍ

F. Vokal Rangkap

1. fathah + yā' mati بينكم	Ditulis	<i>Ai</i>
	Ditulis	<i>bainakum</i>
2. fathah + wāwu mati قول	Ditulis	<i>au</i>
	Ditulis	<i>qaul</i>

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

أَنتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدْتُمْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ تَشْكُرْتُمْ	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>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذو الفروض	Ditulis	<i>ẓawi al-furūḍ</i>
أهل السنة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga sampai kepada Rasulullah SAW beserta keluarga dan para sahabatnya yang telah memberikan petunjuk dan membimbing umatnya ke jalan yang diridhai Allah SWT.

Alhamdulillah dengan rahmat-Nya, Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir/skripsi dengan judul **“Pengaruh *E-Service Quality*, *Trust*, *Citra Perusahaan*, dan *Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BRI Syariah Cabang Yogyakarta)*”** dengan baik. Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir/skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi penulisan, penyusunan, maupun isinya. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman yang penulis miliki.

Tugas akhir/skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian tugas akhir/skripsi ini, diantaranya kepada:

1. Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Joko Setyono, S.E., M. Si. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dan juga selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu dan melancarkan urusan saya dalam perkuliahan.
4. Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, membimbing, mengarahkan, dan memberi masukan dalam proses penelitian ini.

5. Seluruh Dosen dan staf Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan selama menempuh perkuliahan.
6. Orang tua tercinta yaitu Ibu Dewi Arini dan Bapak Sularto, dan adikku, yang telah mendorong dan menyemangati, serta selalu memanjatkan do'a kepada Allah SWT hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. *Someone special in my life*, Raida Ufaira Naziha adalah wanita terhebat, penyemangat selalu membuatku terdorong untuk maju.
8. Teman-teman sahabat seperjuangan di kelas PS B angkatan 2014 Prodi Perbankan Syari'an Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
9. Teman-teman satu kelompok KKN angkatan 93 di dusun Segajih, Hargotirto, Kokap, Kulon Progo tercinta dan tersayang.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan Skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT memberikan berkah, rahmat, dan hidayah-Nya serta membalas semua jasa-jasa mereka yang telah banyak membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Besar harapan bagi penulis atas kritik, saran, dan masukan yang pembaca berikan untuk perbaikan selanjutnya. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat kepada penulis khususnya kepada pembaca pada umumnya. Amiin.

Yogyakarta, 9 Agustus 2018

Penyusun

Irsandy Rizki Pramudito

NIM. 14820069

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK	xix
ABSTRACT	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan	9
D. Manfaat	10
E. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Telaah Pustaka	13
B. Teori	15
1. Kepuasan Nasabah	15
2. <i>E-Service Quality</i>	18
3. <i>Trust</i>	22
4. Citra Perusahaan	26
5. Penanganan Komplain	27
C. Kerangka Pemikiran	33
D. Pengembangan Hipotesis	33
1. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Kepuasan	34
2. Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap Kepuasan	35
3. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan	36
4. Pengaruh Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Metode Penelitian	39
1. Lokasi dan Waktu Penelitian	39

2. Jenis dan Sumber Penelitian	39
3. Populasi dan Sampel Penelitian	40
4. Operasional Variabel Penelitian	41
B. Teknik Pengumpulan Data	44
C. Instrumen Penelitian	45
D. Pengujian Instrumen Penelitian	45
1. Uji Validitas	45
2. Uji Reabilitas	46
3. Teknik Analisis Data	46
a. Analisis Deskriptif	46
b. Analisis Kuantitatif	46
1) Uji Asumsi Klasik	46
a) Uji Normalitas	46
b) Uji Multikolinieritas	47
c) Uji Heteroskedastisitas	47
c. Analisis Regresi Linier Berganda	47
d. Pengujian Hipotesis	48
1) Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	48
2) Uji F	49
3) Uji t	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum Responden	50
1. Profl Jenis Kelamin Reponden	50
2. Profil Usia Responden	50
3. Profil Pendidikan Responden	51
4. Profil Jenis Pekerjaan Responden	52
B. Pengujian Instrumen Penelitian	53
1. Uji Validitas	53
2. Uji Reliabilitas	54
C. Uji Asumsi Klasik	55
1. Uji Normalitas	55
2. Uji Multikolinieritas	56
3. Uji Heteroskesdatisitas	57
D. Uji Regresi Linear Berganda	58
1. Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	58
2. Uji Statistik Simultan (Uji Statistik F)	59
3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	60
E. Pembahasan Hasil Penelitian	63
BAB V PENUTUP	75
A. Kesimpulan	75
B. Keterbatasan	76

C. Implikasi	76
D. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Data Top Brand Index Tahun 2017-2018	7
Tabel 1.2	: Data Hasil Tim Riset Warta Ekonomi 2017	8
Table 3.1	: Operasional Variabel.....	42
Tabel 4.1	: Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Table 4.2	: Profil Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	51
Tabel 4.3	: Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Table 4.4	: Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	52
Table 4.5	: Hasil Uji Validitas dengan SPSS 19	53
Tabel 4.6	: Hasil Uji Reliabilitas dengan SPSS 19	55
Tabel 4.7	: Hasil Uji Normalitas Kolmogoro-Smirnov dengan SPSS 19	55
Table 4.8	: Hasil Uji Multikolinearitas dengan SPSS 19	56
Tabel 4.9	: Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan SPSS 19.....	58
Tabel 4.10	: Hasil Uji R Square dengan SPSS 19.....	58
Taeb1 4.11	: Hasil Uji F (Simultan) dengan SPSS 19	59
Table 4.12	: Hasil Uji t (Parsial) dengan SPSS 19	60
Table 4.13	: Detail Jawaban Kuesoner Responden 1-5.....	64
Table 4.14	: Detail Jawaban Kuesoner Responden 6-10.....	66
Table 4.15	: Detail Jawaban Kuesoner Responden 11-15.....	68
Table 4.16	: Detail Jawaban Kuesoner Responden 16-20.....	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1 : Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner Penelitian.....	i
Lampiran 2	: Daftar Jawaban Responden	v
Lampiran 3	: Hasil Olah Data SPSS 19	xi
Lampiran 4	: Foto Kegiatan	xxv
Lampiran 5	: <i>Curriculum Vitae</i>	xxvi



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel *E-Service Quality*, *Trust*, Citra Perusahaan, dan Penanganan Komplain terhadap variabel Kepuasan Nasabah. Penelitian ini adalah penelitian survei dengan menyebar angket atau kuesioner, dengan sampel sebanyak 100 responden, yaitu nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel *convenience sampling*. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program output SPSS versi 19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *E-service Quality* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($7,7 > 1,98$) dan nilai signifikansi ($0,00 < 0,05$), variabel *Trust* berpengaruh signifikan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,8 > 1,98$) dan nilai signifikansi ($0,00 < 0,05$), variabel Citra Perusahaan berpengaruh signifikan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($5,1 > 1,98$) dan nilai signifikansi ($0,00 < 0,05$), lalu Penanganan Komplain berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,7 > 1,98$) dan nilai signifikansi ($0,00 < 0,05$). Dalam hasil uji F pada penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel *E-Service Quality*, *Trust*, Citra Perusahaan, dan Penanganan Komplain secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah di Kota Yogyakarta.

Kata kunci: *E-Service Quality*, *Trust*, Citra Perusahaan, Penanganan Komplain, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of E-Service Quality, Trust, Corporate Image, and Complaint Handling variables to Customer Satisfaction. This research is a survey research with questionnaire, with a sample of 100 respondents, namely customers of BRI Syariah Bank at Yogyakarta. The sampling method in this research is non-probability sampling with convenience sampling technique. The analytical model used in this study is a multiple linear regression analysis using the SPSS version 19 output program. The results showed that partially E-service Quality variables have a significant influence to Customer Satisfaction with t count values greater than t table ($7.7 > 1.98$) and significance value ($0.00 < 0.05$), Trust variables have a significant influence with t count value greater than t table ($3.8 > 1.98$) and significance value ($0.00 < 0.05$), Corporate Image variable has a significant influence with t count value greater than t table ($5.1 > 1.98$) and significance value ($0.00 < 0.05$), then Complaint Handling has a significant influence to Customer Satisfaction with t count value greater than t table ($2.7 > 1.98$) and significance value ($0.00 < 0.05$). In the F test results in this study also showed that the E-Service Quality, Trust, Corporate Image, and Complaint Handling variables together (simultaneously) had a significant influence to Customer Satisfaction of BRI Syariah Bank at Yogyakarta City.

Keywords: *E-Service Quality, Trust, Corporate Image, Complaint Handling, Customer Satisfaction*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada masa serba modern saat ini banyak sekali perubahan-perubahan dalam bidang ekonomi, teknologi informasi, sosial, maupun budaya dalam masyarakat luas. Tak terkecuali dalam dunia perbankan nasional maupun internasional, media elektronik yang semakin canggih dan kecepatan akses data menjadi salah satu faktor yang menyebabkan semua ini terjadi. Budaya masyarakat yang modern ini menyebabkan semakin selektifnya masyarakat dalam memilih menggunakan jasa layanan perbankan nasional.

Perkembangan teknologi informasi menyebabkan terjadinya pergeseran budaya, hal ini dirasakan oleh masyarakat, perusahaan, dan organisasi. Kenyataan ini menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan yaitu menciptakan keinginan pelanggan untuk menggunakan produk dan jasa, serta menjalin hubungan yang dekat antara perusahaan dan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penentu kesuksesan yang berpengaruh pada persaingan perusahaan. Adopsi kualitas layanan yang baru khususnya di dunia *e-commerce* adalah kualitas layanan berbasis web. Kualitas layanan *online* (*e-service quality*) adalah tingkat *website* dapat memfasilitasi secara efisien dan efektif untuk melakukan transaksi baik produk maupun jasa. (Anggraeni & Yasa, 2012)

Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang mereka konsumsi dapat diterima dan dinikmati dengan layanan yang baik dan memuaskan. Pelanggan akan merasa puas terhadap layanan yang diberikan perusahaan jika mereka merasakan kualitas layanan yang mereka terima dapat memenuhi harapan. Perusahaan yang dapat memberikan layanan yang berkualitas kepada pelanggan akan menimbulkan kepuasan pelanggan (Siwantara, 2011)

Menurut Zeithaml dan Bitner (2013:75), definisi kepuasan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Dalam perbankan syariah nasabah disini sebagai pengguna jasa layanan bank juga menginginkan untuk puas dalam menikmati segala layanan, fasilitas dan jaminan yang disediakan oleh bank syariah.

Perbankan syariah sekarang ini terus berlomba dalam menarik masyarakat untuk memakai jasa layanannya, dengan mengedepankan kualitas pelayanan yang bersaing dengan perbankan konvensional. Kecanggihan teknologi pada masa sekarang ini, dimanfaatkan sektor perbankan guna memberikan kecepatan akses transaksi dalam perbankan. Terdapat beberapa produk layanan perbankan yang telah memanfaatkan teknologi melalui internet yang dapat membawa fungsi pada bank yang dapat dibawa kemanapun di mana pun,

misalnya kartu *ATM*, *SMS Banking* dan *Internet Banking*. Untuk mempererat hubungan antara bank dengan nasabah yaitu mempermudah dari fungsi bank itu sendiri dengan cara mempermudah akses bagi nasabah dalam bertransaksi.

Alur tahapan pertama dalam memenangkan hati nasabah adalah melalui penyiapan layanan yang berkualitas. Bank sebagai salah satu sektor jasa layanan keuangan, kinerjanya akan sangat bergantung pada baik atau buruknya layanan secara keseluruhan kepada para nasabahnya. Makin baik layanan dari suatu bank, maka akan semakin relatif lebih mudah untuk mendapatkan kepercayaan dari nasabah untuk menyimpan dana atau mengajukan pinjaman pada bank tersebut.

Tentunya dalam hal kinerja bank tak dapat dipungkiri dalam operasionalnya akan berjalan dengan lancar selalu, mungkin akan terdapat masalah-masalah yang muncul baik internal maupun eksternal, misalnya komplain-komplain dari nasabah, kritik, ataupun saran. Penanganan komplain nasabah pada bank saat ini menjadi salah satu kunci utama suatu bank dapat terus tumbuh dan berkembang, karena apabila nasabah merasa tidak mendapatkan layanan yang baik saat menyampaikan keluhan maka nasabah akan mudah berpindah ke bank lain yang dianggap bisa memberikan layanan terhadap komplain dengan baik. (Rosita dan Indrawijaya, 2015)

Hasil riset Shankar, Smith dan Rangaswamy (2003) yang berjudul "*Customer Satisfaction and Loyalty in Online and Offline Environments*" menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan dan jasa yang dipilih secara *online* sama dengan jasa yang dipilih secara *offline*, namun loyalitas penyedia jasa

lebih tinggi pada jasa yang dipilih secara *online* dibandingkan dengan *offline*. Mereka juga menemukan bahwa loyalitas dan kepuasan memiliki hubungan timbal balik yang saling memperkuat secara positif satu sama lain.

Jika kita berbicara mengenai internet maka mungkin kita berpikir apakah fasilitas layanan *Internet banking* aman jika digunakan. Adopsi *e-banking* adalah bagian dari kebutuhan untuk meningkatkan kualitas layanan dan hal ini sangat didukung oleh perkembangan digitalisasi, teknologi informasi dan internet, serta *e-lifestyle*. Di satu sisi, adopsi *e-banking* memberikan banyak manfaat, tidak saja bagi nasabah, tapi juga perbankan. Namun disisi lain, adopsi *e-banking* juga sangat rawan terhadap berbagai aksi kejahatan. Oleh karena itu, sangat penting untuk membangun aspek keamanan dan *privacy* karena dari kedua hal ini akan memberikan sisi pengaruh kuat terhadap *trust*, tidak saja terkait adopsi *e-banking* pada umumnya, tapi juga kepercayaan kepada institusi perbankan pada khususnya. (Sujadi dan Saputro, 2010)

Jika nasabah puas akan pelayanan suatu perusahaan dan percaya lalu kepuasan meningkat pada perusahaan tersebut, maka semestinya nama perusahaan akan menjadi baik dimata masyarakat. Oleh karena itu, Perusahaan menyadari suatu kebutuhan untuk memanfaatkan sepenuhnya aset perusahaan dan mengembangkan keuntungan kompetitif yang berkelanjutan, berlandaskan kompetisi non harga melalui citra perusahaan yang digunakan untuk menguasai pasar.

Menurut Tjokrowibowo (2013), citra perusahaan adalah pemikiran pelanggan tentang citra atau gambaran menyeluruh dari perusahaan penyedia jasa berdasarkan pengalaman dan pemahaman pelanggan masing-masing, baik menyangkut jasanya ataupun tingkat reputasi dan kredibilitas yang dicapai perusahaan menurut persepsi pelanggan. Citra perusahaan yang spesifik, memuaskan dan efektif baiknya disampaikan secara konsisten melalui usaha-usaha pemasaran dan komunikasi agar citra yang diinginkan dapat direalisasikan.

Oleh karena itu, bagi perusahaan jasa yang bergerak dibidang keuangan, memiliki citra yang baik adalah sangat penting. Itu semua didukung oleh penelitian yang dilakukan Safitri, dkk., (2016) hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk itu, citra perusahaan tidak jauh dari yang namanya kepuasan nasabah.

Dalam realitasnya pada kegiatan transaksi bank, tidak mungkin semua berjalan lancar pasti akan terdapat masalah-masalah terjadi. Umumnya nasabah menyampaikan keluhan kepada Bank berupa pelayanan yang kurang memuaskan dan terjadinya *offline*, seperti misalnya, tidak ada pembagian nomor antrian untuk *Customer Service* maupun bagian *Teller*. Keluhan lainnya berupa keluhan tidak dapat melakukan penarikan via *ATM* baik melalui *ATM* dari Bank tertentu. Keluhan-keluhan tidak hanya terjadi karena kelalaian pihak Bank baik dari segi kesalahan jaringan komunikasi atau koneksi, sistem pembayaran, dan *ATM*;

tetapi kelalaian juga banyak dilakukan dari pihak nasabah sendiri. (Rosita dan Indrawijaya, 2015)

Apabila perusahaan dapat menyesuaikan layanan jasa dengan keinginan atau harapan nasabah maka kepuasan nasabah yang menjadi tujuan perusahaan akan tercapai. Memberi perhatian pada kualitas *E-Service*, kepercayaan (*trust*) nasabah kepada bank syariah, citra bank syariah yang baik dimata nasabah, serta penanganan komplain nasabah yang baik pula akan memberikan dampak kepuasan bagi nasabah. Berangkat dari situ, maka nasabah akan selalu menggunakan jasa layanan tersebut, untuk itu perusahaan disini harus selalu dapat mengikuti perkembangan zaman yang semakin cepat dan pesat untuk bisa bersaing dalam menarik masyarakat dengan bank-bank syariah lainnya, maupun bank-bank konvensional.

BRI Syariah merupakan salah satu bank syariah yang mendapatkan banyak penghargaan dalam kancah persaingan antar perbankan syariah. Hal ini dapat dilihat pada situs *website* resmi yang pastinya relevan dan sesuai yang ada, dalam *website* BRI Syariah sendiri pada tahun 2017 telah memboyong delapan penghargaan salah satunya yaitu, peringkat 1 (satu) *ATM Banking Service Excellence 2017*. Karena akses *ATM* yang mudah, berangkat dari situlah BRI Syariah memiliki cukup banyak jumlah nasabah dan tidak bisa dipungkiri ini merupakan tanda akan nasabah BRI Syariah itu percaya terhadap kinerja bank tersebut. (www.wartaekonomi.co.id, 2018)

Pada tahun 2018 pun BRI Syariah telah memenangkan 5 penghargaan, salah satunya pada *Indonesia Sharia Finance Award* meraih *Top 5 Customer Choice Sharia Comercial Banks 2018*. Dapat dilihat dari penghargaan yang didapat oleh BRI Syariah merupakan sebuah apresiasi, dalam hal ini dapat dikaitkan BRI Syariah memberikan kualitas *service* maupun *E-Service Quality* yang terbaik untuk kepentingan para nasabahnya. Kepercayaan dan citra perusahaan yang terus dijaga baik oleh bank kepada nasabah ini menjadi perhatian khusus bank dalam selalu menyediakan yang terbaik untuk masyarakat kedepannya. (www.brisyariah.co.id, 2018)

Akan tetapi pihak bank sendiri harus selalu *up to date* mengenai permasalahan-permasalahan yang kemungkinan dapat terjadi. Dalam realitasnya pun BRI Syariah memiliki pesaing-pesaing yang berat, persaingan ketat inilah yang selayaknya menjadi motivasi untuk bank dalam selalu meningkatkan kualitas, citra dan perluasan pasar. Dapat dilihat gambaran mengenai statistik data tabel peringkat perbankan syariah di Indonesia, sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Top Brand Index Produk Tabungan Syariah Tahun 2017-2018

Tahun 2017			Tahun 2018		
Merek	TBI	TOP	Merek	TBI	TOP
Bank Syariah Mandiri (BSM)	26,1 %	TOP	Bank Syariah Mandiri (BSM)	27,6 %	TOP
BRI Syariah	22,9 %	TOP	BRI Syariah	27,5 %	TOP
BNI Syariah	15,2 %	TOP	BNI Syariah	27,0 %	TOP
Bank Muamalat	13,3 %		BCA Syariah	6,5 %	
BCA Syariah	3,8 %		Bank Muamalat	4,2 %	
Bank Lain-lain	18,8 %		Bank Lain-lain	7.2 %	

Sumber: Top Brand (Data di olah)

Tabel 1.2
Data Hasil Tim Riset Warta Ekonomi Kategori Bank Syariah Indonesia 2017

<i>Good Financial Peformance</i>		<i>Top 5 Consumer Choice Islamic Bank</i>	
Peringkat	Bank Syariah	Peringkat	Bank Syariah
1	BCA Syariah	1	Danamon
2	BNI Syariah	2	Bank Syariah Mandiri
3	BRI Syariah	3	BCA Syariah
4	Bank Syariah Bukopin	4	BRI Syariah
5	Bank Syariah Mandiri	5	Bank Muamalat

Sumber: Warta Ekonomi (Data di olah)

Gambaran dari tabel diatas menunjukkan bahwa BRI Syariah memiliki kelebihan dan kelemahan tersendiri dibandingkan pesaing lainnya. Akan tetapi, pada tabel 1.1 yang telah dipaparkan BRI Syariah mengalami peningkatan pada index produk tabungan dari 2017 yang tadinya 22,9% menjadi 27,5% ini merupakan pertanda baik bahwa memang produk BRI Syariah ini diminati oleh masyarakat walaupun masih tertinggal satu poin dari pesaingnya. Dan pada tabel 1.2 posisi BRI Syariah masih belum bisa pada posisi puncak teratas, sehingga penulis ingin menjadikan BRI Syariah sebagai objek yang akan diteliti dengan mengetahui sejauh mana keempat variabel yang digunakan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah Cabang Yogyakarta.

Kebanyakan penelitian terdahulu keempat variabel tersebut diteliti secara terpisah, jarang sekali penulis menjumpai keempat variabel ini digunakan secara bersama-sama. Dengan demikian, judul yang diangkat penelitian ini adalah, **“PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *TRUST*, *CITRA PERUSAHAAN*, DAN PENANGANAN KOMPLAIN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS BRI SYARIAH CABANG YOGYAKARTA).”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan yang diulas dalam latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *E-Service Quality* terhadap kepuasan secara parsial pada nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta?
2. Bagaimana pengaruh *Trust* terhadap kepuasan secara parsial pada nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh Citra Perusahaan terhadap kepuasan secara parsial pada nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta?
4. Bagaimana pengaruh Penanganan Komplain terhadap kepuasan secara parsial pada nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta?

C. Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *E-Service Quality* memiliki pengaruh terhadap kepuasan secara parsial pada nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Trust* memiliki pengaruh terhadap kepuasan secara parsial pada nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh Citra Perusahaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan secara parsial pada nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta.

4. Untuk menganalisis pengaruh Penanganan Komplain memiliki pengaruh terhadap kepuasan secara parsial pada nasabah Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta.

D. Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat penelitian sebelumnya dalam penelitian yang berkaitan dengan topik diatas. Selain itu, diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi akademisi yang tertarik akan bidang ini, dapat menjadi informasi, dan referensi yang kelak bermanfaat bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Sebagai pertimbangan bagi pihak BRI Syariah untuk referensi dalam meningkatkan dan memperkuat strategi perusahaan, serta mengantisipasi dan menyesuaikan dengan segala perkembangan yang terjadi dan permasalahan perusahaan dapat dengan tepat diatasi.

3. Bagi Peneliti

Memperluas wawasan penulis terhadap fenomena yang terjadi dalam bidang pemasaran perbankan syariah, penelitian dapat digunakan sebagai bahan perbandingan sejauh mana teori-teori tentang *E-Service Quality*, Kepercayaan (*Trust*), Citra Perusahaan, dan Penanganan Komplain yang didapat selama perkuliahan dapat diimplementasikan dalam dunia nyata, dan

merupakan latihan bagi penulis menganalisis situasi yang terdapat dilapangan dengan melakukan penyelidikan dan penelitian yang bersifat karya ilmiah.

E. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini terdiri dari lima bab yang akan diahas secara berurutan dari bab satu sampai bab lima.

BAB I: Pendahuluan, berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan. Dari penjelasan dalam bab ini, diharapkan pembaca lebih mudah memahami latar belakang dari penelitian ini karena bab ini merupakan dasar dari bab-bab selanjutnya.

BAB II: Landasan teori, bab ini akan dijelaskan mengenai teori yang digunakan dan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dasar teori analisis bagi penelitian ini yaitu meliputi *e-service quality*, *trust*, citra perusahaan, penanganan komplain, dan kepuasan. Bab ini juga menggambarkan hipotesis dan kerangka teori.

BAB III Metode Penelitian, berisi tentang jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis data dan sumber data, model pengumpulan data, variabel penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV: Hasil dan Pembahasan, bab ini terdiri dari deskripsi objek penelitian yang terdiri dari deskripsi variabel dependen dan independen, analisis data dan interpretasi terhadap hasil analisis berdasarkan alat dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB V: Penutup, bab ini merupakan membahas kesimpulan dari hasil analisis penelitian dan saran-saran yang perlu disampaikan untuk penelitian akan datang.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality*, *Trust*, Citra Perusahaan, dan Penanganan Komplain terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah di Kota Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji F dapat disimpulkan bahwa variabel *E-Service Quality*, *Trust*, Citra Perusahaan, dan Penanganan Komplain secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah di Kota Yogyakarta.
2. Berdasarkan uji t (secara parsial) dapat disimpulkan bahwa:
 - a. *E-Service Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah di Kota Yogyakarta, maka H1 dalam penelitian ini diterima.
 - b. *Trust* berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah di Kota Yogyakarta, maka H2 dalam penelitian ini diterima.
 - c. Citra Perusahaan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah di Kota Yogyakarta, maka H3 dalam penelitian ini diterima.

- d. Penanganan Komplain berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah di Kota Yogyakarta, maka H3 dalam penelitian ini diterima.

B. Keterbatasan

1. Periode waktu penelitian yang terbatas yaitu hanya 1 (satu) bulan pada bulan pertengahan Juli sampai Agustus 2018 terkait penyebaran kuesioner di Kota Yogyakarta karena target selesai penelitian ini pada bulan Agustus 2018.
2. Jarak tempuh yang dapat terbilang jauh untuk memperoleh data responden terkait penyebaran kuesioner.
3. Masih terdapat variabel lain yang bisa mempengaruhi variabel Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah di Yogyakarta diharapkan dapat ditambahkan dalam penelitian selanjutnya guna melengkapi penelitian ini.

C. Implikasi

Pelayanan yang diberikan BRI Syariah Cabang Yogyakarta sudah cukup baik terbukti di Kota Yogyakarta variabel dalam penelitian ini menggambarkan bagaimana masyarakat Kota Yogyakarta menikmati layanan yang diberikan. Sebagai salah satu Bank Syariah yang terkemuka di Indonesia kembali pada hasil penelitian ini yang mengungkap bahwa masih terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah Bank BRI Syariah di Kota Yogyakarta sebesar 12,7%.

Citra, kualitas pelayanan, prinsip syariah dalam transaksi perbankan harus selalu diperhatikan jangan sampai mengecewakan nasabah karena

kedepannya akan berdampak buruk bagi kedua belah pihak. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi Bank BRI Syariah sebagai sumber referensi manajemen bank untuk dapat mengalahkan pesaingnya dan memuncaki *top rank* bank syariah terbaik di Indonesia.

D. Saran

1. Bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian dengan tema yang sama diharapkan dapat menambah variabel dengan penyempurnaan dan menggunakan referensi yang lebih *fresh* agar selalu *up to date*. Dapat dengan menambah sampel atau membuat kriteria sampel yang lebih kompleks atau memperluas tema dengan melakukan studi komparasi, dan sebagainya.
2. Bagi BRI Syariah, selalu meningkatkan kualitas pelayanan dengan intens. Karena mengingat lembaga-lembaga survei yang telah melakukan pengkajian menurut laporan publikasi dan penelitian mengenai persepsi masyarakat terhadap instansi terkait peringkat bank syariah di Indonesia dalam berbagai sektor BRI Syariah masih kalah dalam persaingan nasional dengan bank syariah lain, walaupun dalam segi nasional BRI Syariah ini cukup baik dan optimal melayani masyarakat terbukti dengan adanya peningkatan kinerja dalam rentan 3 (tiga) tahun terakhir. Penulis menyarankan agar jumlah *ATM* diperbanyak dan jumlah kantor cabang agar masyarakat berpikir BRI Syariah mudah dijangkau seperti BRI yang konvensional.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Adona, Fitri. 2006. *Citra dan Kekerasan dalam Iklan Perusahaan di Televisi*. Padang: Andalas University Press.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Gerson, Richard F. 2002. *Mengukur Kepuasan Pelanggan: Panduan Menciptakan Pelayanan Bermutu*. Jakarta: PPM.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 Edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Syamsul. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Akuntansi Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Irawan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Islamy, Irfan. 2010. *Manajemen Komplain dalam Rangka Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Kasali, Rhenald. 2003. *Manajemen Public Relations & Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Graffiti.
- Kotler, P., & Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Kevin L. Keller. 2012. *Marketing Management*, Boston: Pearson.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metode penelitian untuk Bisnis Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sunarto. 2003. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Amus.

Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.

Suryanto, M. H. 2017. *Metode Riset dan Analisis Saluran Distribusi Model dan Pengukuran Kepuasan Pelanggan Saluran Distribusi*. Jakarta: Grasindo.

Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, Fandy. 2000. *Strategi Pemasaran Edisi II*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publising.

Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Widiyanto, Ibnu. 2008. *Pointers: Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Undip.

Zeithaml, V. A., & Mary J. Bitner. 2013. *Service Marketing*. The McGraw Hill Companies, Inc.

Sumber Jurnal dan Artikel:

Anggraeni, N. M. S., & Ni Nyoman. K. Y. (2012). "E-Service Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Internet Banking". *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 16(2), 293–306.

Arwani, Mokhamad, dkk. 2011. "Peran Karakteristik Individu Sebagai Moderator Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas (Studi pada Nasabah Bank Syariah di Kabupaten Kudus)". *Jurnal Sosial dan Budaya*. 4(2), 159-170.

Firmanda, Hengki. 2016. Hakikat Service Quality Pada Nasabah Bank Syariah Melalui Customer Satisfaction Sebagai Ketaatan Hukum. *Mahkamah*. 1(1), 189-204.

- Ghonyah, Nunung. (2012). "Perilaku Komplain dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Jasa". *Dharma Ekonomi STIE Dharmaputra Semarang*. 35, 1-12.
- Ho, Chaang-Iuan, & Yi-Ling Lee. (2007). "The Development of an E-Travel Service Quality Scale". *Tourism Management*. 28, 1434-1449.
- Jonathan, Hansel. (2013). "Analisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction yang Berdampak pada Customer Loyalty PT. Bayu Buana Travel Tbk". *Journal the Winners*. 14(2), 104-112.
- Joseph, M. & A. Rofiq. (2010). "The Effect of Customers Trust on ECommerce: A Survey of Indonesian Customer B to C Transactions". *Journal of Marketing Research*. 30, 7-27.
- Komara, Anton T. (2013). "Pengaruh E-Service Quality dan E-Recovery Service Quality Terhadap E-Satisfaction serta Implikasinya pada E-Loyalty Pelanggan Maskapai Penerbangan Air Asia". *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*. 7(2), 105-115.
- Laurent, Felicia. (2016). "Pengaruh E-Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan GO-JEK melalui Kepuasan Pelanggan". *AGORA*. 4(2), 95-100.
- Maharani, A. D. (2010). "Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang". *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 1(2), 44-49.
- Normasari, S., Srikandi K., & Andriana K. (2013). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 6(2), 1-9.
- Pangandaheng, Fony. (2015). "Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Hadji Kalla Palu". *Jurnal Katalogis*. 3(2), 51-67.
- Parasuraman, A., Valerie A. Zeithaml & Arvind Malhotra. (2005). "E-S-QUAL A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality". *Journal of Service Research*. 7(10), 1-21.

- Pribandi, dkk., (2015). "E-Service Quality: Pembentuk Loyalitas Dalam Pembelian Online". Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi Terapan (SEMANTIK). ISBN: 979-26-0280-1.
- Rahyuda, I., & Ni Putu C. D. A. (2011). "Pengaruh Kewajaran Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Penerbangan Domestik Gia di Denpasar". *Ekuitas*. 15(3), 370-395.
- Ratih, I. A. Brahma. (2009). "Pengaruh Kinerja Produk, Pelayanan dan Sumberdaya Manusia Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Citra Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan PT. Asuransi Jiwasraya". *Ekuitas*. 13(2), 177-201.
- Rosita, B., & Sigit I. (2015). "Pengaruh Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah". *Digest Marketing*. 1(1), 1-7.
- Safitri, E., Mintarti R., & N. K. Indrawati. (2016). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Service Center [Studi Pada Pelanggan Samsung Service Center di Kota Malang]". *Jurnal Ekonomi Bisnis*. 21(1), 90-104.
- Santouridis, Ilias, et.al., (2010). "Investigating the Impact Of Service Quality and Customer Satisfaction on Costomer Loyalty in Mobile Telephony in Greece". *The TQM Journal*. 22(3), 330-343.
- Shankar, V., Amy K. S., & Arvind R. (2003). "Customer Satisfaction and Loyalty in Online and Offline Environments". *Intern. J. of Research in Marketing*. 20, 153-175.
- Siwantara, I. W. (2011). "Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan serta Kinerja Customer Relationship Management (Studi pada Halo Corporate PT Telkomsel Bali)". *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(3), 150-161.
- Sujadi & Edy P. S. (2010). "E-Banking: Urgensi Aspek Trust di Era E-Service". *Seminar Nasional Informatika UPN Veteran Yogyakarta*.
- Tjokrowibowo, Laura. (2013). "Analisis Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Rangka Membangun Minat Transaksi Ulang (Studi PT. Phillip Securities Indonesia Cabang Semarang)". *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. 12(2), 149-156.

Wahyuningsih, P. (2013). "Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gripta Kudus". *Jurnal ISSN*. 2 (1), 1-17.

Wulandari, Siti. (2017). "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Asuransi Jiwa". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 6(9), 1-18.

Sumber Skripsi:

Prasetya, M. Adit. "Pengaruh E-Service Quality dan Trust pada Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah". *Skripsi*. UIN Syarif Hidayatullah Fakultas Ekonomi dan Bisnis. (2016).

Septiani, Anggita. "Pengaruh Brand Image dan E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Bukalapak". *Skripsi*. UIN Syarif Hidayatullah Fakultas Ekonomi dan Bisnis. (2016).

Sumber lain

https://www.brisyariah.co.id/tentang_kami.php?f=penghargaan. Diakses pada tanggal 29 Juni 2018, pukul 14.15.

<https://www.wartaekonomi.co.id/>. Diakses pada tanggal 29 Juni 2018, pukul 14.30.

<http://www.topbrand-award.com/>. Diakses pada tanggal 24 Juli 2018, pukul 11.20.