

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, RELIGIUSITAS, CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS NASABAH
BPRS BAROKAH DANA SEJAHTERA YOGYAKARTA**



SKRIPSI

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

OLEH

MUHAMMAD AZMI ZAIN WIDODO

NIM: 15820188

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

2019

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, RELIGIUSITAS, CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS NASABAH
BPRS BAROKAH DANA SEJAHTERA YOGYAKARTA**



SKRIPSI

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

OLEH

MUHAMMAD AZMI ZAIN WIDODO

NIM: 15820188

DOSEN PEMBIMBING:

JAUHAR FARADIS, S.H.I., M.A.

NIP: 19840523 201101 008

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2019**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B- 499 / Un.02/ DEB/ PP.00.9 105/05/2019


Tugas Akhir dengan judul : **“PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, RELIGIUSITAS, CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMEN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BPRS BAROKAH DANA SEJAHTERA YOGYAKARTA”**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:


Nama : MUHAMMAD AZMI ZAIN WIDODO
Nomor Induk Mahasiswa : 15820188
Telah diujikan pada : Rabu, 15 Mei 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang


Jaubar Faradis, S.H.I., M.A.
NIP. 19840523 201101 1 008

Penguji I


Farid Hidayat, S.H., M.S.I
NIP. 19810726 201503 1 002

Penguji II


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

Yogyakarta, 15 Mei 2019

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

DEKAN



Dr. H. Syaiful Mahmodah Hanafi, S.Ag., M.Ag.
NIP : 19670518 199703 1 003



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Muhammad Azmi Zain Widodo

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Muhammad Azmi Zain Widodo

NIM : 15820188

Judul Skripsi : "Pengaruh Citra Perusahaan, Relegiusitas, *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Nasabah Yogyakarta"

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/ Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi Saudara tersebut di atas dapat segera *di munaqasahkan*. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 24 April 2019

Pembimbing

JAUBAR PARADIS, S.H.I., M.A.

NIP: 19840523 201101 008

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Azmi Zain Widodo

NIM : 15820188

Prodi : Perbankan Syari'ah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Pengaruh Citra Perusahaan, Relegiusitas, *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Barokah Dana Sejahtera 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* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 24 April 2019

Penyusun,



Muhammad Azmi Zain Widodo

NIM. 15820188

HALAMAN MOTTO

"Karena sesungguhnya, bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya, bersama kesulitan itu ada kemudahan." (Q.S. Al-Insyirah, Ayat 5-6)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah *subhanahu wa ta'ala* dan atas dukungan serta doa dari orang-orang tercinta akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Ibu dan Bapak tercinta, Ibu Elya Sulistiani, Ibu Teguh Wahyuningsih dan Bapak Slamet Widodo Purwanto, dan Bapak Slamet yang tidak henti-hentinya mendo'akan yang terbaik, selalu memberikan kasih sayang, motivasi dan dukungan yang luar biasa sampai saat ini. Terimakasih atas segala yang telah diberikan untuk saya yang tiada tara.

Teruntuk kakek dan nenek saya, saudara-saudara saya, dan sahabat saya, yang selalu mendo'akan serta mendukung agar skripsi ini selesai.

Almamater tercinta, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

PEDOMAN TRANSLITERASI

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	Nama
	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
	Ba'	B	Be
	Ta'	T	Te
	Sa'	Ś	Es (dengan titik di atas)
	Jim	J	Je
	Ha'	H	Ha (dengan titik di bawah)
	Kha'	Kh	Ka dan ha
	Dal	D	De
	Dzal	Z	Zet
	Ra'	R	Er
	Zai	Z	Zet
	Šin	S	Es
	Syin	Sy	Es dan ye
ڤ	Shad	Sh	Es (dengan titik di bawah)
ڤ	Dhad	Dh	De (dengan titik di bawah)

	Fha'	Th	Te (dengan titik di bawah)
	Zha'	Zh	Zet (dengan titik di bawah)
	ain	'	Koma terbalik di atas
	Gain	Gh	Ge dan ha
	Fa'	F	Ef
	Qaf	Q	Ki
	Kaf	K	Ka
	Lam	L	El
	Min	M	Em
	Nun	N	En
	Waw	W	We
	Ha'	H	Ha
	Hamzah	'	Apostref
	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta'Marbuttah

Semua *ta'* marbuttah ditulis dengan *h*, baik berada pada 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	<i>Hikmah</i>
علة	Ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الاولياء	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--- َ ---	Fathah	Ditulis	A
--- ِ ---	Kasrah	Ditulis	I
--- ُ ---	Dammah	Ditulis	U
فعل	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يذهب	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	A
جاهلية	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	Ditulis	A
تنسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya' mati	Ditulis	I
كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بَيْنَكُمْ	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قَوْل	Ditulis	<i>Qaul</i>

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

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعِدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لِئِنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *qamariyyah* maka ditulis menggunakan huruf awal "al"

الْقُرْآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
الْقِيَاس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

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

السَّمَاء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penyusunan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنّة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Puji syukur Alhamdulillah berkat rahmat, taufiq, dan hidayah Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan sesuai dengan yang diharapkan. Selanjutnya sholawat beserta salam senantiasa tetap tucurahkan keharibaan Nabi Agung Muhammad SAW. Beliau adalah nabi yang patut kita teladani akhlaqnya sampai datangnya hari kiamat. Semoga kita semua dapat mengikuti teladan beliau, aamiin.

Skripsi ini merupakan wujud karya terakhir saya sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tiada kebahagiaan yang terkira kecuali akhir dari sebuah proses dan perjuangan adalah buah yang manis. Tidak berhenti di sini, semoga saya dapat menjadi tauladan di kehidupan beragama, bermasyarakat dan bernegara, aamiin. Penulisan tugas akhir ini tidak mungkin dapat penulis selesaikan sendiri, pasti ada banyak sekali bantuan dari pihak lain selain diri sendiri. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Yudian Wahyudi, M.A, Ph. D selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Syafiq Mahmadah Hanafi, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Bapak Joko Setyono, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Jauhar Faradis S.H.I., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini terselesaikan.
5. Bapak Farid Hidayat, S.H., M.S.I. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu mengarahkan, membimbing penulis selama menempuh pendidikan, meluangkan waktu, dan memberikan semangat kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan.
7. Seluruh pegawai dan staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Seluruh pegawai BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta, yang telah bersedia membantu terselesaikannya skripsi ini.
9. Seluruh nasabah BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta, yang telah bersedia mengisi kuesioner dan membantu terselesaikannya skripsi ini.
10. Keluargaku tercinta yang sabar mendidik, menyayangi, memberikan cinta, menasehati, memberikan doa, motivasi, dukungan secara moril maupun materil, dan kasih sayang yang terbaik.

11. Fathnasywa Ziyaadatul Husna yang selalu mendukung dan memberi semangat dalam penyelesaian skripsi sampai tahap akhir.
12. Terima kasih untuk sahabat-sahabatku, M. Ihsan Revi, Dewi Masitoh, Laili Muflikah, M. Dede Sulaiman D, dan Diah Mitha Sugiyanti, Tri Dewi Lestari Pradipto, Lolo Lika Suryani yang selalu menghibur, membantu, dan mendukung saya selama ini.
13. Terima kasih untuk teman-teman Perbankan Syariah D, serta seluruh teman Perbankan Syariah 2015 yang memberikan semangat selama ini.
14. Keluarga KKN 96 Kelompok 291, Melia, Mia, Bunga, Anisa, Jannah, Afi, Maqom, Irul, Ulin, serta warga dusun Trolikan Banyuadem Magelang, terima kasih atas keakraban, kehangatan, kekompakan, suka duka, canda tawanya sampai saat ini.
15. Semua pihak yang turut berjasa, hingga terselesaikannya skripsi ini tidak mungkin penyusun sebut satu persatu.

Disamping itu penulis menyadari bahwa dalam penyusunan ini masih banyak kekurangan, sehingga kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Yogyakarta, 24 April 2019

Hormat Saya,

Muhammad Azmi Zain Widodo
NIM 15820188

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xixx
ABSTRAK	xx
<i>ABSTRACT</i>	xxii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Manfaat Dan Tujuan Penelitian	7
D. Sistematika Pembahasan	8
BAB II	10
LANDASAN TEORI	10
A. Telaah Pustaka	10
B. Landasan Teori	14
1. Teori Loyalitas	14
2. Teori Citra Perusahaan	15
3. Teori Religiusitas	17
4. Teori <i>Customer Relationship Mangement (Crm)</i>	21
C. Perumusan Hipotesis Dan Rerangka Teori	23
METODE PENELITIAN	27

A. Jenis Penelitian	27
B. Populasi dan Sampel	27
C. Teknik Pengumpulan Data	29
D. Variabel Penelitian	29
E. Skala Pengukuran	34
F. Uji Instrument	34
1. Uji Validitas	34
2. Uji Reabilitas.....	35
D. Teknik Analisis Data	35
1. Uji Asumsi Klasik	35
2. Analisis Regresi Linear Berganda	36
4. Pengujian Hipotesis	38
BAB IV	41
HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	41
B. Analisis Deskriptif Responden	42
C. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	45
1. Hasil Uji Validitas	45
2. Hasil Uji Reliabilitas	46
D. Hasil Analisis Data	47
1. Uji Asumsi Klasik	47
2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	49
E. Hasil Uji Hipotesis	51
1. Koefisien Determinasi (R^2)	51
2. Uji F (Simultan)	52
3. Uji T (Parsial)	53
F. Pembahasan	55
1. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah	55
2. Pengaruh Relegiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah	57
3. Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Loyalitas Nasabah.....	59
BAB V	62

PENUTUP	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Telaah Pustaka	10
Tabel 3 1 Indolator Variabel	30
Tabel 3 2 Skala Likert	34
Tabel 4 1 Penyebaran Kuisisioner	41
Tabel 4 2 Jenis Kelamin Nasabah BPRS Barokah Dana Sejahtera	42
Tabel 4 3 Usia Nasabah BPRS Barokah Dana Sejahtera	43
Tabel 4 4 Pendidikan Terakhir Karyawan BPRS Barokah Dana Sejahtera	44
Tabel 4 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	44
Tabel 4 6 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4 7 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4 8 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4 9 Hasil Uji Multikolinieritas	48
Tabel 4 10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	50
Tabel 4 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
Tabel 4 12 Hasil Uji F	53
Tabel 4 13 Hasil Uji T (Parsial)	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	I
Lampiran 2	VII
Lampiran 3	VIII
Lampiran 4	XVIII
Lampiran 5	XXVII
Lampiran 6	XXVIII

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra perusahaan, religiusitas, *customer relationship management* terhadap loyalitas nasabah BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta. Sampel yang digunakan sejumlah 60 responden yaitu nasabah BPRS Barokah Dana Sejahtera. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *random sampling*. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh berdasarkan jawaban responden terhadap kuisisioner yang dibagikan. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan pengolahan data menggunakan *Software SPSS 19.0 for Windows*.

Hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa citra perusahaan, religiusitas dan *customer relationship management* secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan secara parsial, variabel citra perusahaan dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Koefisien determinasi ($\text{Adjusted } R^2$) nilainya 0,371 atau sebesar 37,1% dan sisanya 62,9% dipengaruhi variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah.

Kata Kunci : Citra Perusahaan, Religiusitas, *Customer Relationship Management*, Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

This research purposes to examine the effect of corporate image, religiosity, customer relationship management on customer loyalty of BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta. The sample of this research are 60 respondents that are customers of BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta, the sampling technique uses random sampling method. This research is a field research with quantitative approach. The data used is primary data. Primary data is data obtained based on the respondent's answer to the questionnaire shared. This study uses multiple linear regression analysis by processing data using the SPSS 19.0 software for Windows.

The regression test results show that corporate image, religiosity and customer relationship management simultaneously influence customer loyalty. While partially, the variable corporate image and religiosity do not affect customer loyalty. The determination coefficient (adjusted R^2) is 0.371 or 37.1% and the remaining 62.9% is influenced by other variables that can affect customer loyalty.

Keywords: Corporate Image, Religiosity, Customer Relationship Management, Customer Loyalty

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Adanya kemajuan pesat pada perekonomian, mendorong pertumbuhan pada sektor jasa. Salah satu sektor jasa di Indonesia yang telah mengalami kemajuan positif adalah sektor perbankan. Bank sebagai lembaga keuangan mempunyai peranan penting dalam masyarakat, di mana bank berperan dalam penghimpunan dana maupun pengeluaran dana baik perseorangan maupun perusahaan. Tujuan utama bank adalah menciptakan dan mempertahankan nasabah, baik perusahaan maupun perseorangan.

Industri perbankan di Indonesia di bagi menjadi dua katagori yakni bank berbasis konvensional dan bank berbasis syariah. Menurut Undang-Undang No 10 tahun 1998 bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang didalam kegiatannya memberikan jasa dan lalu lintas pembayaran.

Indonesia merupakan negara dengan populasi terbesar di dunia, dan merupakan jumlah muslim terbanyak, dimana hal itu menjadi keyakinan bahwa bank syariah mampu memenangkan persaingan pasar dengan lembaga keuangan sejenis. Saat ini bank syariah merupakan bank yang menarik perhatian masyarakat Indonesia, dimana bank syariah merupakan bank yang konsisten menggunakan prinsip-prinsip Islam yang mengedepankan prinsip keadilan dan kejujuran.

Perbankan syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dari awal kemunculannya. Hal ini dapat dilihat dari total aset bank syariah, yang dimana pada bulan November 2017 telah menembus Rp 400 Triliyun. OJK mencatat bahwa aset bank syariah pada November 2017 tumbuh 12,6% menjadi Rp 401,45 triliun dari posisi tahun sebelumnya. Jumlah tersebut terdiri dari Bank Umum Syariah Rp 278 triliun dan Unit Usaha Syariah senilai Rp 123,4 triliun¹.

Mengingat saat ini perbankan syariah telah memasuki persaingan global dan hal tersebut menjadi tantangan yang harus dihadapi untuk memberikan kontribusi dalam pemberdayaan ekonomi. Pesatnya perkembangan perbankan syariah khususnya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) saat ini sudah mencapai 102 KPO dan 196 KK menjadikan lembaga harus mampu bersaing dan mempertahankan nasabahnya². Kehadiran BPRS menimbulkan persaingan yang ketat dalam dunia perbankan syariah di Indonesia. BPRS harus selalu berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat dengan berbagai macam produk dan layanan yang ditawarkan.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), masyarakat di Yogyakarta lebih memilih produk dari BPRS. Pertumbuhan kredit atau pembiayaan dari BPR

¹ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/aset-bank-syariah-tembus-rp-400-triliun> diakses pada tanggal 7 November 2018 Pukul 15:00 WIB

² <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Juli-2018/SPS%20Juli%202018.pdf> di akses pada tanggal 7 Februari 2019 pukul 12:10 WIB

konvensional terhadap BPRS justru lebih kecil. Hal ini dapat dilihat dari data pertumbuhan kredit BPR konvensional tahun 2016 lalu, yang hanya tumbuh 8,81% dibanding tahun 2015. Sementara pembiayaan di BPRS selama periode Januari-Desember 2016 meningkat 14,3% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya.³ Alasan memilih Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) sebagai objek penelitian karena masyarakat Yogyakarta cenderung tertarik dengan BPRS daripada bank konvensional. Terbukti dengan kinerja Bank Perkreditan Rakyat (BPR) di Daerah Istimewa Yogyakarta yang masih diapresiasi oleh masyarakat meskipun saat ini kondisi perekonomian sedang mengalami perlambatan.

Seperti yang diketahui saat ini sudah terdapat 12 BPRS di DIY.⁴ Salah satu BPRS di Yogyakarta adalah BPRS Barokah Dana Sejahtera. BPRS BDS ini merupakan perusahaan yang beregerak dalam bidang jasa. Untuk memenangkan persaingan didunia perbankan, BPRS BDS Yogyakarta selalu menjalin hubungan kemitraan secara profesional dan saling menguntungkan dengan seluruh nasabah atau konsumennya demi kelangsungan dan pertumbuhan bisnis di masa yang akan datang. Hal ini dilakukan agar nasabah tetap bertahan serta merasa puas atau loyal terhadap BPRS BDS Yogyakarta.

³ <https://ekbis.sindonews.com/read/1176771/178/masyarakat-yogyakarta-cenderung-pilih-bprs-ketimbang-konvensional-1486118796> diakses pada tanggal 7 Februari 2019 pukul 12:10 WIB

⁴ <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Juli-2018/SPS%20Juli%202018.pdf> diakses pada tanggal 7 Februari 2019 pukul 12:11 WIB

BPRS BDS merupakan salah satu perusahaan yang memiliki prestasi yang baik, dimana hal ini bisa dilihat dari berbagai penghargaan yang sudah didapatkan oleh perusahaan. Salah satu prestasi yang dimiliki perusahaan ini adalah penghargaan dari Biro Riset Majalah INFOBANK SHARIA AWARD Jakarta selama 4 tahun berturut-turut sejak tahun 2013 sampai dengan tahun 2017 sebagai BPRS dengan kinerja keuangan terbaik tingkat nasional. Namun disisi lain, perusahaan ini juga memiliki beberapa kekurangan yang mengganggu kesetiaan pelanggan atau nasabah. Hal ini diperkuat juga dari hasil wawancara peneliti dengan salah satu nasabah sekaligus karyawan di perusahaan yang mengatakan bahwa salah satu kekurangan tersebut adalah di sektor teknologi.⁵

Menurut Kotler & Keller (2007: 175) loyalitas didefinisikan sebagai komitmen yang dipegang kuat untuk membeli atau berlangganan produk atau jasa tertentu dimasa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku pemasaran. Setiap perusahaan khususnya dalam dunia bisnis perbankan dituntut untuk selalu memberikan pelayanan dengan mutu terbaik kepada setiap nasabah maupun calon nasabah agar timbul rasa loyalitas terhadap perusahaan.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Baik faktor internal maupun faktor eksternal sama-sama berpengaruh kuat terhadap penentuan keputusan. Diantara faktor-faktor tersebut adalah citra perusahaan, religiusitas dan *customer relationship management* (CRM). Menurut Sutojo

⁵ Wawancara dengan Ibu Alis, Karyawan sekaligus nasabah BPRS Barokah Dana Sejahtera, Selasa, 16 April 2019.

(2004: 1), bagi perusahaan citra dapat diartikan sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan. Dimana persepsi masyarakat yang dimaksud adalah konsumen, pelanggan, bank kreditur, investor, perusahaan pemasok, perusahaan saingan, karyawan, calon pelamar pekerjaan atau instansi swasta dan pemerintah. Citra perusahaan yang baik dan kuat akan tumbuh menjadi “kepribadian” perusahaan. Oleh karena itu ia tidak akan mudah dijiplak perusahaan lain. Bisa dikatakan jika citra perusahaan baik maka kemungkinan perusahaan itu menjadi penguasa pasar akan semakin besar. Perusahaan yang menjadi penguasa pasar salah satunya dapat dilihat dari banyaknya konsumen atau nasabah yang setia atau loyal terhadap perusahaan.

Selain faktor citra perusahaan, hal lain yang tidak kalah pentingnya adalah religiusitas. Menurut Ancok dalam Glock dan Stark (1994: 76) religiusitas adalah sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, dan sistem perilaku yang terlambangkan, yang semuanya itu berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi (*ultimate meaning*). Selain itu religiusitas merupakan sebuah alat kontrol seseorang dalam bertindak atau melaksanakan aktivitasnya. Dalam hal ini sifat religi yang ada dalam diri seseorang akan bisa mendorong seorang tersebut loyal terhadap perusahaan yang sesuai dengan tuntunan agama yang dianut oleh seorang tersebut.

Selain citra perusahaan dan religiusitas, CRM juga memiliki andil bagi perusahaan guna membuat nasabah menjadi loyal. Menurut Gordon (2002) *Customer Relationship Managemenet* adalah *CRM is a series of strategies and processes that create new and mutual value for individual customers, builds*

preference for their organizations and improves business results over a lifetime of association with their customers. Yang artinya adalah “ CRM adalah serangkaian strategi dan proses yang menciptakan nilai baru dan saling menguntungkan bagi individu pelanggan, membangun preferensi untuk organisasi dan meningkatkan hasil bisnis selama seumur hidup organisasi dengan pelanggan mereka”. Bisa dikatakan bahwa CRM merupakan strategi yang mengedepankan hubungan baik antara perusahaan dengan konsumennya, karena hubungan yang baik itu akan bisa mendorong konsumen atau nasabah menjadi setia atau loyal dengan perusahaan.

Melihat latar belakang tersebut, dengan kondisi persaingan yang semakin ketat, hal utama yang diinginkan perusahaan yakni adanya loyalitas nasabah sehingga nasabah tidak berpindah ke industri perbankan yang lain, dan perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar.

Oleh karena itu dari uraian yang telah dijelaskan adapun judul dari penelitian ini adalah “PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, RELIGIUSITAS, DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BPRS BAROKAH DANA SEJAHTERA YOGYAKARTA”.

B. RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah ini digunakan untuk menjadikan penelitian ini lebih terarah dan terfokus. Berdasarkan latarbelakang masalah yang telah dipaparkan menjadi titik tekan untuk membangun kerangka berfikir dan menarik rumusan masalah. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah citra perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta?
2. Apakah religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta?
3. Apakah *customer relationship management* (CRM) berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta?

C. MANFAAT DAN TUJUAN PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta.
- b. Untuk menganalisis pengaruh religiusitas terhadap loyalitas nasabah di BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta.
- c. Untuk menganalisis pengaruh *customer relationship management* (CRM) terhadap loyalitas nasabah di BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat – manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Manfaat teoritis

- a. Manfaat bagi pembaca

Sebagai bahan referensi untuk penelitian yang akan datang dan sebagai bahan untuk menambah khasanah pustaka.

b. Manfaat bagi penelitian lebih lanjut

Bagi penelitian lebih lanjut, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi bagi para peneliti yang akan melakukan penelitian tentang pemasaran.

2) Manfaat praktis

a. Bagi penulis

Penelitian ini merupakan pengalaman berharga yang dapat menambah wawasan pengetahuan, memberikan gambaran tentang aplikasi ilmu teori yang penulis peroleh di bangku kuliah dengan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah terutama yang berkaitan dengan variabel citra perusahaan, religiusitas dan *customer relationship management (CRM)*.

b. Bagi perusahaan

Dapat menjadi salah satu pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan terutama pada bidang pemasaran yang berkaitan dengan loyalitas nasabah.

D. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Sistematika pembahasan menyangkut hubungan urutan pembahasan antara suatu bab dengan bab lainnya dan antara sub bab pembahasan dengan sub bab pembahasan lainnya. Dalam skripsi ini akan dibagi menjadi lima bab utama yang akan disajikan secara berurutan. Adapun sistematika penulisiannya sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang penjelasan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi telaah pustaka, kerangka teoritis, dan pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, populasi, sampel, jenis data, sumber data, variabel penelitian, metode pengumpulan data serta metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian, analisis data pengujian, dan interpretasi hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan, religiusitas, dan *customer relationship management* terhadap loyalitas nasabah BPRS Barokah Dana Sejahtera. Alat analisis yang digunakan untuk menganalisis hipotesis penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan program SPSS 20. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah di BPRS Barokah Dana Sejahtera dengan perolehan t hitung sebesar 0,629 dan signifikansi sebesar 0,532. Dengan demikian, apabila citra perusahaan mengalami peningkatan maka tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, begitupula sebaliknya. Hal ini dikarenakan, teknologi yang dimiliki oleh BPRS BDS belum setara dengan Bank Umum Syariah sehingga dalam menggunakan produk tidak efektif dan efisien. Selain itu nasabah menganggap citra perusahaan yang dimiliki BPRS BDS sama halnya yang dimiliki oleh Bank Syariah lainnya.
2. Variabel religiusitas tidak berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah di BPRS Barokah Dana Sejahtera dengan perolehan t hitung sebesar 0,899 dan signifikansi sebesar 0,373. Dengan demikian, apabila citra perusahaan mengalami peningkatan maka tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, begitupula sebaliknya. Hal ini dikarenakan,

3. bahwa kualitas pelayanan dan harga yang kompetitif adalah faktor utama yang mendorong loyalitas nasabah. Dan dua variabel ini merupakan yang sering ditonjolkan dalam persaingan industry perbankan syariah.
4. Variabel *customer relationship management* berpengaruh positif signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah di BPRS Barokah Dana Sejahtera dengan perolehan t hitung sebesar 3,125 dan signifikansi sebesar 0,003. Hal ini dikarenakan bahwa CRM merupakan bentuk dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sebagai wujud perhatian pihak perusahaan kepada nasabah. Dan dengan CRM ini juga perusahaan dapat mengetahui kebutuhan dari nasabah itu sendiri. Sehingga ini semua dapat meningkatkan kesetiaan dari nasabah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mampu menyampaikan beberapa saran yang diharapkan nantinya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak tertentu. Beberapa saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi BPRS Barokah Dana Sejahtera sebaiknya tetap mempertahankan dan mampu meningkatkan *customer relationship management* yang ada, sehingga mampu mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah. Untuk citra perusahaan walau tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah alangkah baiknya tetap ditingkatkan dan dipertahankan.
2. Penelitian ini memiliki keterbatasan jumlah sampel yang sedikit, sehingga mengakibatkan berkurangnya variasi jawaban dari responden. Selain itu

penggunaan variabel independen dalam penelitian ini masih sedikit, sehingga diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan beberapa variabel independen agar semakin luas jawaban hasil penelitian yang diperoleh nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, Djameludin dan Suroso Fuat Nashori. 1994. *Psikologi Islami: solusi Islam atas Problem-problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghazali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penertib Undip.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gordon, Ian. "Best Practices: Customer Relationship Management". Ivey Business Journal Online. November/Desember 2002.
- Ghufron, M. N. dan Risnawita R. 2010. *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Diterjemahkan oleh : Dwi Kartini Yahya. Jakarta : Erlangga.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25 (Edisi 9)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Istijanto, MM., M.com. 2005. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi 12*. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip and Kevi Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Dialih bahasakan oleh Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. & A.B Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip & Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa Benyamin Molan, Edisi dua belas. Jakarta: PT. INDEKS.
- Krismanto, Adi. "Analisis Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada PT. BRI Cabang Semarang Patimura)". Tesis Universitas Diponegoro. 2009
- Lovelock & Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks
- Majid R. 1997. *Islam Kemerdekaan dan Ke-Indonesiaan*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Nasution, M. Nur. 2004. *Manajemen Transportasi*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Suharyadi dan Purwanto. 2009. *Statistika: Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern buku 2 edisi 2*. Jakarta.

- Subandi. 2014. *Psikologi Agama dan Kesehatan Mental*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sutojo, Siswanto. 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: PT Damar Mulia Pustaka.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. 2017. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 6. Jakarta: Salemba Empat.
- Shirley, Harrison. 2005. *Public Relations: An Introduction*. Thomson Learning.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Prinsip-Prinsip Quality Service*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/aset-bank-syariah-tembus-rp-400-triliun> diakses pada tanggal 7 November 2018 Pukul 15:00 WIB.
- <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Juli-2018/SPS%20Juli%202018.pdf> di akses pada tanggal 7 Februari 2019 pukul 12:10 WIB
- <https://ekbis.sindonews.com/read/1176771/178/masyarakat-yogyakarta-cenderung-pilih-bprs-ketimbang-konvensional-1486118796> diakses pada tanggal 7 Februari 2019 pukul 12:10 WIB
- <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Juli-2018/SPS%20Juli%202018.pdf> diakses pada tanggal 7 Februari 2019 pukul 12:11 WIB