

**PENGARUH *RELATIONSHIP QUALITY* TERHADAP LOYALITAS
NASABAH
(STUDI PADA BANK BNI SYARIAH YOGYAKARTA)**



SKRIPSI

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

OLEH:
EGHA EZAR JUNAEKA PUTRA HASSANY
09390043

PEMBIMBING
1. Drs. A. YUSUF KHOIRUDDIN, SE, M.Si
2. Dr. IBNU MUHDIR, M.Ag.

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS SYAR'IAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2013**

ABSTRAK

Kunci keberhasilan *relationship marketing* adalah implementasinya melalui kualitas keterhubungan atau relationship quality yang terdiri dari kepercayaan (*trust*), komitmen (*commitment*), kepuasan (*satisfaction*) dan komunikasi (*communication*). Dalam penelitian ini, keempat variabel komponen tersebut digunakan untuk memprediksi loyalitas nasabah. Bank BNI Syari`ah merupakan salah satu bank yang menggunakan sistem syariah dan selalu berupaya meningkatkan loyalitas kepada nasabahnya. Salah satu upaya dalam meningkatkan loyalitas ini adalah dengan melalui *relationship quality*. Relationship quality merupakan suatu strategi dalam rangka membina hubungan jangka panjang dengan nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel *relationship quality* yang terdiri dari kepercayaan (*trust*), komitmen (*commitment*), kepuasan (*satisfaction*) dan komunikasi (*communication*) berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syari`ah. Pengujian ini menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu mengambil responden sebagai sumber sampel berdasarkan kebetulan, dimana siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang ditemui cocok sebagai sumber data. Subjek adalah 100 nasabah aktif Bank BNI Syari`ah yang telah menjadi nasabah sekurang-kurangnya 1 tahun dan minimal melakukan transaksi 1 kali dalam sebulan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *relationship quality* yang terdiri dari kepercayaan (*trust*), komitmen (*commitment*), kepuasan (*satisfaction*) dan komunikasi (*communication*) berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syari`ah dengan pengaruh 44,1%, sedangkan sisanya sebesar 55,9% dijelaskan oleh variabel lain. Secara parsial, variabel kepercayaan (*trust*), komitmen (*commitment*), kepuasan (*satisfaction*) dan komunikasi (*communication*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syari`ah.

Kata Kunci: *Relationship Marketing*, *Relationship Quality*, Kepercayaan, Komitmen, Kepuasan, Komunikasi, Loyalitas Nasabah.



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Egha Ezar Junaeka Putra Hassany

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Egha Ezar Junaeka Putra Hassany
NIM : 09390043
Judul Skripsi : Pengaruh *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank BNI Syariah Yogyakarta)

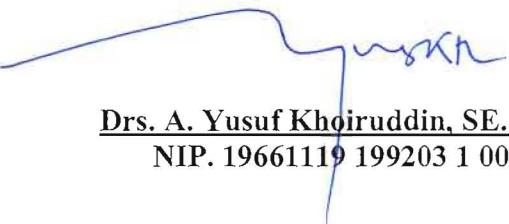
Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum Program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini mengharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Ramadhan 1434 H
Juli 2013 M

Pembimbing I


Drs. A. Yusuf Khoiruddin, SE. M.Si
NIP. 19661119 199203 1 002



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Egha Ezar Junaeka Putra Hassany

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Egha Ezar Junaeka Putra Hassany
NIM : 09390043
Judul Skripsi : **Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank BNI Syariah Yogyakarta)**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum Program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini mengharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Ramadhan 1434 H
Juli 2013 M

Pembimbing II

Dr. Ibnu Muhsin, M.Ag
NIP. 19641112 199203 1 006

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor: UIN.02/K.KUI-SKR/PP.009/387/2013

Skripsi/ Tugas akhir dengan judul:

**PENGARUH RELATIONSHIP QUALITY TERHADAP LOYALITAS
NASABAH (Studi Pada Bank BNI Syariah Yogyakarta)**
Yang dipersiapkan dan disusun oleh,

Nama : Egha Ezar Junaeka Putra Hassany

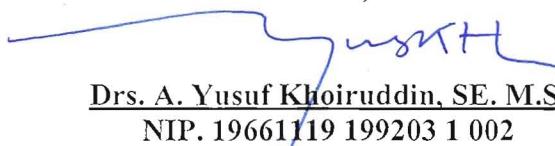
NIM : 09390043

Telah dimunaqosyahkan pada : 30 Agustus 2013

Nilai Munaqosyah : A/B

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum Jurusan/ Program Studi Keuangan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Tim Munaqosyah
Ketua,


Drs. A. Yusuf Khoiruddin, SE. M.Si
NIP. 19661119 199203 1 002

Pengaji I


Dr. Ibnu Qizam, SE, Akt, M. Si.
NIP. 19680102 199403 1 002

Pengaji II


Drs. Slamet Khilmi, M. SI.
NIP. 19631014 199203 1 002

Yogyakarta, 30 Agustus 2013
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Syari'ah dan Hukum



SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

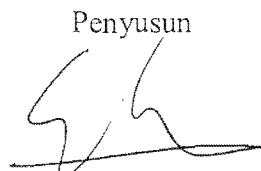
Nama : Egha Ezar Junaeka Putra Hassany
NIM : 09390043
Program Studi : Keuangan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank BNI Syariah Yogyakarta)**" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Ramadhan 1434 H
Juli 2013 M

Penyusun


Egha Ezar Junaeka Putra Hassany
NIM. 09390043

MOTTO

"Janganlah kamu bersikap lemah dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, padahal kamu lahir orang-orang yang paling tinggi (derajatnya) jika kamu orang-orang yang beriman" (Ali Imran: 139).

"SESUNGGUHNYA BERSAMA KESULITAN ITU ADA KEMUDAHAN" (Al-Insyirah: 6).

"Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, karena sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar" (Al-Baqarah: 153).

*"Janganlah kau bandingkan dirimu dengan siapapun, karena engkau unik dan khusus.
Janganlah kau perangi kesulitanmu, tapi gunakanlah sebagai penghebat upayamu.
Janganlah kau hindari kegagalan, tapi gunakanlah sebagai kemungkinan wajar dalam upaya mencapai keberhasilan.
Janganlah berkebang di dalam penyesalanmu, tapi gunakanlah ia sebagai penguatan kesungguhanmu.
Dan janganlah ijinlah dirimu menunduk semah, tapi berdirilah tegap dan gagah."*

– Mario Teguh.

*"Mimpi hanya akan menjadi angan-angan belaka bila tidak melakukan apa-apa.
Harapan hanya akan menjadi mimpi bila tidak ada kemauan.
Kemauan hanya dapat diperoleh dengan melakukan tindakan.
Tindakan merupakan suatu langkah awal dalam meraih mimpi."*

– Egha Ezar

HALAMAN PERSEMPAHAN

KARYA INI KUPERSEMPAHKAN UNTUK KEDUA ORANG TUAKU TERSAYANG

HASANUDDIN NOOR DAN RTM MAHARANI

TERIMAKASIH AYAH DAN IBU, ATAS KASIH SAYANG DAN DIDIKAN

KALIAN,

SEMOGA ALLAH MENGASIHI KALIAN SEBAGAIMANA KALIAN

MENGASIHKU SEWAKTU AKU KECIL.

HARAPANKU MAMPU BAHAGIAKAN KALIAN,

KUBERIKAN YANG TERBAIK

HINGGA HANYA SENYUM KALIAN YANG AKAN SELALU TERSIRAT

DIWAJAH.

UNTUK ADIKKU DHEA DAN LITHA

TERIRING DO'A UNTUK KALIAN BERDUA

SUKSES DAN BAHAGIA AKAN KALIAN RAIH BERSAMAAN.

HARAPANKU KALIAN DAPAT MEMBAHAGIAKAN KEDUA ORANG TUA KITA

LEBIH DARI YANG KULAKUKAN.

TERUNTUK ALMAMATERKU TERCINTA

KAMPUS PUTIH, UIN SUNAN KALIJAGA

TERIMAKASIH ATAS ILMU PENGETAHUANINI

SEMOGA ILMU INI BERGUNA BAGIKU

AGAMAKU,BANGSAKU,

DAN NEGARAKU

“AAAMIIN”

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah, penyusun panjatkan kehadirat Allah SWT berkat Taufiq, Hidayah dan Keajaiban-Nya, sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta Salam senantiasa tetap tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, Nabi dari semua Nabi, dan pembawa kesempurnaan agama yakni dengan Islam.

Penelitian ini merupakan tugas akhir pada Program Studi Keuangan Islam, Fakultas Syari'ah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Proses penelitian skripsi ini bukan tidak ada hambatan, melainkan penuh dengan liku-liku yang membuat penyusun harus bekerja keras dalam mengumpulkan data-data dan bahan yang sesuai dengan maksud dan tujuan melakukan penelitian. Untuk itu, penyusun dengan ikhlas ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Musa Asy'ari selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Noorhaidi, MA., M.Phil., Ph.D selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dra. Hj. Widyarini, M.M.selaku Kaprodi Keuangan Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Drs. Yusuf Khoiruddin, SE, M.Si.selaku dosen pembimbing akademik dan pembimbing skripsi yang telah membimbing dari awal proses kuliah hingga akhir semester, serta mengarahkan, memberi masukan dan menyempurnakan penelitian ini.

5. Dr. Ibnu Muhdir, M.Ag. selaku dosen pembimbing skripsi yang juga telah mengarahkan, memberi masukan dan menyempurnakan penelitian ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan ilmu, pengetahuan dan wawasan kepadapenyusun selama menempuh pendidikan.
7. Ayahku Hassanudin dan Ibuku Maharani sebagai orangtua yang selalu mendoakan dan mendukung penyusun untuk menjadi orang yang berguna bagi diri penyusun dan orang lain. Semoga penyusun bisa membahagiakan mereka.
8. Adikku Zahra Laradiva Fariska Putri Hassany dan Thalitha Aqila Kharisma Nadia Hassany yang selalu memberikan doa-doanya.
9. Sahabat seperjuangku Ari, Yefta, Faisal, Afif, Dwiki, Rudi, Shinta, Amel, Ratri dan lainnya.
10. Teman-teman KKN, Riko, Akhsan, Hamdan, Diah, Hida, Sofi, Toha, Yayan, dan Dola semoga kebersamaan kita akan terukir kembali dalam suasana yang lebih baik.
11. SahabatKUI angkatan 2009 dan Temen-temen kampus di UIN Sunan Kalijaga yang selama ini telah berjuang bersama. Kebersamaan ini semoga akan menjadikan kita lebih baik di masa depan.
12. Seluruh pegawai dan staff TU Prodi KUI, dan Fakultas di Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga atas pelayanannya, semoga akan selalu lebih baik.

13. Semua pihak yang secara langsung ataupun tidak langsung turut membantu dalam penyusunan skripsi ini. Semoga amal baik mereka semua mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah SWT, Aamiin.

Penyusun menyadari skripsi ini tidaklah luput dari kekurangan, hal itu sejurnya merupakan keterbatasan kemampuan dan kesempatan yang penyusun miliki. Namun demikian, besar harapan agar skripsi ini dapat bermanfaat, untuk siapa saja yang membutuhkan.

Akhirnya, penyusun harapkan doa dari siapa saja, untuk langkah selanjutnya, semoga banyak yang bisa penyusun sumbangkan untuk agama, bangsa dan negara. Aamiin.

Yogyakarta, Ramadhan 1434 H
Juli 2013 M

Penyusun,

Egha Ezar Junaeka Putra H
NIM. 09390043

SISTEM 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	Ba'	b	be
ت	Ta'	t	te
ث	sa'	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	ha'	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	zal	ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik di atas
ف	gain	g	ge
ق	fa	f	ef
ك	qaf	q	qi
ل	kaf	k	ka
م	lam	l	el
	mim	m	em

ن	nun	n	en
و	wawu	w	w
هـ	ha'	h	ha
ءـ	hamzah		apostrof
يـ	ya	y	ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

مُتَعَدِّدَة عَدَّة	ditulis ditulis	<i>Muta‘addidah</i> <i>‘iddah</i>
------------------------	--------------------	--------------------------------------

C. *Ta’ marbutah*

Semua *ta’ marbutah* 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.

حِكْمَة عِلْمٌ كَرَامَةُ الْأُولَى يَاءُ	ditulis ditulis ditulis	<i>hikmah</i> <i>‘illah</i> <i>karamah al-auliya’</i>
--	-------------------------------	---

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

----- ----- -----	Fathah Kasrah Dammah	ditulis ditulis ditulis	a i u
-------------------------	----------------------------	-------------------------------	-------------

فعل ذكر يذهب	Fathah Kasrah Dammah	ditulis ditulis ditulis	<i>fa'ala</i> <i>zukira</i> <i>yazhabu</i>
---	----------------------------	-------------------------------	--

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif جاهلية 2. fathah + ya' mati ئنسى 3. Kasrah + ya' mati كريم 4. D{ ammah + wawu mati فروض	ditulis ditulis ditulis ditulis	<i>a</i> <i>jahiliyyah</i> <i>a</i> <i>tansa</i> <i>i</i> <i>karim</i> <i>u</i> <i>furud</i>
---	--	---

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati بینکم 2. fathah + wawu mati قول	ditulis ditulis	<i>ai</i> <i>bainakum</i> <i>au</i> <i>qaul</i>
---	--------------------	--

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

أنتم أعدت لنشكرتم	ditulis ditulis ditulis	<i>a'antum</i> <i>u'idat</i> <i>la'in syakartum</i>
--	-------------------------------	---

H. Kata Sandang Alif + Lam

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

القرآن القياس	ditulis ditulis	<i>al-Qur'an</i> <i>al-Qiyas</i>
------------------	--------------------	-------------------------------------

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

السماء الشمس	ditulis ditulis	<i>as-Sama'</i> <i>asy-Syams</i>
-----------------	--------------------	-------------------------------------

I. Penyusunan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penyusunannya

ذوى الفروض أهل السنة	ditulis ditulis	<i>zawi al-furud</i> <i>ahl as-sunnah</i>
-------------------------	--------------------	--

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
SISTEM TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Penelitian	11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka	14
B. Pemasaran Jasa.....	17
1. Pengertian Jasa	17
2. Klasifikasi Jasa.....	18
3. Pemasaran Jasa.....	20
C. <i>Relationship Marketing</i>	22
D. <i>Relationship Quality</i>	25
1. Kepercayaan.....	26
2. Komitmen.....	29
3. Kepuasan.....	32
4. Komunikasi	36
E. Loyalitas Nasabah	41
F. Kerangka Konseptual	48
G. Hipotesis.....	49
1. Kepercayaan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah	49
2. Komitmen Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah	50
3. Kepuasan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah	51

4. Komunikasi Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap	
Loyalitas Nasabah	52

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	54
B. Jenis dan sumber Data.....	54
C. Populasi dan Sampel	54
1. Populasi	54
2. Sampel.....	55
D. Metode Pengumpulan Data.....	56
1. Wawancara	56
2. Kuesioner	56
3. Data Dokumen	57
E. Definisi Operasional Variabel.....	58
1. Variabel Independen	58
2. Variabel Dependen.....	58
F. Teknik Analisis Data.....	59
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	59
a.Uji Validitas	59
b.Uji Reliabilitas	59
2. Uji Asumsi Klasik	60

a.Uji Auto Korelasi	60
b.Uji Heteroskedastisitas	61
c.Uji Multikolinieritas.....	62
3. Analisis Regresi Berganda	63
4. Uji Hipotesis.....	64
a.Koefisiensi Determinasi	64
b.Uji t.....	65

BAB IV ANALISIS PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	66
B. Pengujian Instrumen Penelitian.....	68
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	68
a.Uji Validitas	68
b.Uji Reliabilitas	69
2. Uji Asumsi Klasik.....	70
a.Uji Auto Korelasi	70
b.Uji Heteroskedastisitas.....	71
c.Uji Multikolinieritas.....	74
3. Uji Regresi Berganda	75
a.Koefisiensi Determinasi	75
b.Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	76

c.Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	77
4. Pengujian Hipotesis.....	80
a.Hipotesis Pertama.....	80
b.Hipotesis Kedua	81
c.Hipotesisi Ketiga	82
d.Hipotesis Keempat	82
C. Analisis Deskriptif	84

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	95
B. Saran.....	97

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	67
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menabung	67
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Bebas	68
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Terikat	69
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Dependen dan Independen	70
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi	71
Tabel 4.9 Hasil Perhitungan Uji Multikolinearitas	74
Tabel 4.10 Model Summery	75
Tabel 4.11 Tabel Anova	76
Tabel 4.12 Tabel Coefficient	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	49
Gambar 4.1 Gambar Grafik Plot Hasil Uji Heteroskedastisitas	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner

Lampiran II Data Jawaban Responden

Lampiran III Hasil Uji SPSS

Lampiran IV Terjemahan

Lampiran V *Curriculum Vitae*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di dalam dunia perekonomian yang terus berubah seiring berjalannya waktu, tidak dapat dipungkiri adanya persaingan bisnis antar perusahaan untuk dapat terus bertahan dalam kondisi perekonomian yang semakin kompetitif. Hal inilah yang menjadi acuan suatu perusahaan untuk terus berusaha melakukan inovasi-inovasi terhadap suatu produk dan jasa yang menjadi pendukung utama keberhasilan perusahaan untuk mampu bersaing. Kondisi perekonomian Indonesia diperkirakan masih dapat dikatakan aman untuk beberapa tahun ke depan. Hal itu karena ditopang oleh pertumbuhan ekonomi Indonesia yang didukung sektor konsumsi terutama konsumsi domestik, kebijakan makro ekonomi yang hati-hati, dan cadangan devisa yang kuat. Namun ketiga hal tersebut perlu perhatian penuh dalam hal perencanaan dan kebijakan yang lebih baik dari pemerintah untuk terus dipertahankan, sehingga kesejahteraan masyarakat diharapkan akan semakin baik dalam jangka panjang.

Dunia perbankan merupakan salah satu instansi yang sangat berperan dalam bidang perekonomian suatu negara (khususnya di bidang pembiayaan perekonomian). Hal ini, didasarkan atas fungsi utama perbankan yang merupakan lembaga intermediasi antara pihak yang kelebihan dana (*surplus of fund*) dengan pihak yang memerlukan dana (*lack of fund*). Selain itu, bank

berperan sebagai agen perubahan (*agent of development*) yang dapat mendorong kemajuan pembangunan melalui fasilitas kredit dan kemudahan proses pembayarannya. Menurut Kasmir, kegiatan utama lembaga keuangan bank adalah menyalurkan dana, memberikan pinjaman (kredit), juga menghimpun dana dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan. Selain itu, bank juga memberikan jasa-jasa keuangan yang mendukung dan memperlancar kegiatan memberikan pinjaman dengan kegiatan menghimpun dana.¹

Dinamika kompetisi perbankan sekarang ini semakin tinggi, mengakibatkan suatu keuntungan kompetitif (*competitive advantage*) yang dimiliki oleh suatu bank makin tidak berkelanjutan (*sustainable*). Dengan demikian, sebuah bank harus melakukan berbagai upaya pembaharuan yang tidak kenal henti untuk dapat menjadi pemain utama pada segmennya. Sehingga, dapat menjadi preferensi utama pelanggan (*customer*) yang berujung pada kepuasan dan bahkan loyalitas. Seiring dengan berkembangnya suatu bisnis yang membuat persaingan menjadi ketat, banyak perusahaan berlomba-lomba meningkatkan fasilitas, prasarana, dan berbagai manfaat lainnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Hal tersebut juga terjadi pada industri perbankan termasuk perbankan syari`ah.

¹ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 4.

Perbankan syari`ah atau perbankan Islam adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan syariah (hukum Islam). Usaha pembentukan sistem ini didasari oleh larangan dalam agama Islam untuk memungut maupun meminjam dengan bunga atau disebut riba serta larangan investasi untuk usaha-usaha yang dikategorikan haram seperti usaha yang berkaitan dengan produksi makanan atau minuman haram. Hal ini tidak dapat dijamin oleh sistem perbankan konvensional. Bank syari`ah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.²

Adanya sistem syari`ah dengan karakteristik beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi. Hal itu dapat mendorong para pelaku usaha untuk lebih giat, bekerja keras, dan tekun berlatih dalam menjalani usaha. Selain itu, bank syari`ah menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariatif seperti bagi hasil antara tabungan dengan deposito akan berbeda perbandingan bagi hasilnya dan disesuaikan dengan keuntungan yang diperoleh bank.

² Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), hlm. 13.

Perbankan syari`ah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali karena adanya akad (perjanjian) antara dua pihak sebelum melakukan transaksi keuangan.

Pengembangan perbankan syariah di Indonesia sebenarnya merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan karena dituangkan dalam UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998 dan juga dalam UU No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia (BI) sebagaimana diubah dengan UU No. 3 Tahun 2004. Sebagai otoritas pengawas bank-bank di Indonesia, Bank Indonesia secara intensif sejak tahun 2002 hingga sekarang terus melakukan regulasi terhadap aktivitas perbankan syari`ah di Indonesia. Alasan lainnya, Indonesia berpenduduk mayoritas muslim terbesar di dunia. Selain itu, memiliki prospek bagi pertumbuhan dan pengembangan perbankan syari`ah di masa yang akan datang. Apalagi, pengembangan perbankan syari`ah pada dasarnya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang selama ini tidak terlayani jasa perbankan konvensional karena masalah keyakinan, terutama yang berkaitan dengan sistem bunga. Di samping itu, pengembangan perbankan syari`ah merupakan refleksi kebutuhan atas sistem perbankan yang dapat memberikan kontribusi stabilitas kepada sistem keuangan nasional.

Sebagai suatu badan usaha perbankan yang menganut sistem bagi hasil, perbankan syari`ah memiliki banyak keunggulan, sehingga

menyebabkan pergerakan perekonomian Indonesia ke arah yang lebih positif ditandai dengan munculnya hal-hal baru dengan sistem syari`ah. Pada saat krisis moneter pada tahun 1997 dimana sejumlah bank konvensional akhirnya dilikuidasi karena tidak mampu melaksanakan kewajibannya terhadap nasabah sebagai akibat dari kebijakan bunga yang tinggi yang ditetapkan pemerintah selama krisis berlangsung. Dalam kondisi tersebut, bank konvensional dengan sistem bunga mengalami pertumbuhan yang negatif sehingga menyebabkan sekitar 64 bank terlikuidasi, namun tidak bagi bank syari`ah. Sebagai perbankan yang tidak menganut sistem bunga menyebabkan bank syari`ah tidak mengalami pergerakan negatif. Bank syari`ah tidak memiliki kewajiban untuk membayar bunga simpanan kepada para nasabahnya. Bank syari`ah hanya membayar bagi hasil kepada nasabahnya sesuai dengan keuntungan yang diperoleh bank dari hasil investasi yang dilakukannya. Sebab karena itu, bank-bank konvensional banyak yang membuka cabang syari`ah ataupun melakukan konversi total ke sistem syari`ah. Beberapa tahun belakangan, perbankan syari`ah menunjukkan trend yang terus meningkat baik dari segi kuantitas maupun kualitas.

Dalam upaya mendorong pengembangan perbankan syari`ah secara nasional, diperlukan usaha untuk memperluas jaringan perbankan syari`ah pada wilayah-wilayah yang dinilai potensial dan membutuhkan jasa perbankan syari`ah. Perluasan jaringan perbankan syari`ah bersifat *market driven*, yaitu berdasarkan kebutuhan dan kesediaan bank untuk memberikan

layanan jasa secara syari`ah. Oleh Karena itu, diperlukan data dan informasi yang lengkap serta akurat untuk memberikan gambaran kebutuhan dan potensi pengembangan bank syari`ah. Potensi tersebut dapat dipandang dari sumber daya dan aktivitas perekonomian suatu wilayah, serta dari pola sikap dan preferensi pelaku ekonomi terhadap produk dan jasa bank syari`ah.

Penelitian ini berfokus pada Bank BNI Syari`ah Yogyakarta. Alasan pemilihan bank ini karena perkembangan Bank BNI Syari`ah yang semakin menjanjikan yang melahirkan optimisme nasabah untuk menjalin kerjasama dengan BNI Syari`ah. BNI Syari`ah menawarkan berbagai macam pelayanan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan berbagai macam produk perbankan. Dengan adanya sistem *dual banking* yang dilakukan oleh Bank BNI, maka dengan sendirinya fasilitas-fasilitas yang diberikan oleh Bank BNI konvensional juga dapat dirasakan oleh para nasabah Bank BNI Syari`ah. Fasilitas yang akhir-akhir ini sangat dirasakan manfaatnya oleh nasabah adalah ATM (Anjungan Tunai Mandiri) dimana nasabah BNI Syari`ah menarik uang melalui ATM dari Bank BNI konvensional. Komitmen tinggi yang diberikan Bank BNI Syari`ah diperkuat dengan BNI Syari`ah Channeling Outlet. BNI secara resmi membuka layanan syari`ah di segenap kantor cabang konvensional, yang dikenal dengan BNI Syari`ah Channeling Outlet. Melalui implementasi program BNI Syari`ah Channeling Outlet ini nasabah dapat membuka rekening Tabungan Syari`ah plus, Giro Syari`ah,

Deposito Syari`ah dan Tabungan Haji Syari`ah serta melakukan transaksi perbankan syari`ah di Kantor Cabang BNI konvensional.

Loyalitas pelanggan telah menjadi salah satu impian dari setiap perusahaan, begitu pula bagi perusahaan perbankan. Bagi perusahaan perbankan, nasabah adalah segalanya karena bank akan sulit berkembang jika ditinggalkan oleh nasabahnya. Menurut Lupiyoadi, mempertahankan pelanggan jauh lebih murah bagi perusahaan, daripada mencari pelanggan baru.³ Alasan yang muncul ialah jika perusahaan mencari pelanggan baru, maka budged atau biaya yang diperlukan jauh lebih besar jika dibandingkan dengan budged atau biaya yang digunakan untuk mempertahankan pelanggan lama. Untuk mendapatkan pelanggan baru, perusahaan harus mengeluarkan biaya promosi yang besar dan hasilnya pun belum tentu sesuai dengan harapan menjemenn. Sebaliknya usaha-usaha untuk mempertahankan pelanggan lama hanya diperlukan biaya yang relatif lebih rendah jika dibandingkan dengan budged promosi.

Loyalitas pelanggan memang sangat diperlukan oleh perusahaan, namun yang terpenting adalah bagaimana usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam mewujudkan loyalitas pelanggan tersebut dengan sebaik-baiknya dan setinggi-tingginya, yaitu dengan cara melibatkan pelanggan di dalam proses bisnis perusahaan tersebut dan membina hubungan yang baik,

³ Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*, (Jakarta : Salemba Empat, 2001). hlm. 16.

karena jika perusahaan melibatkan pelanggan dalam proses bisnisnya itu berarti mengajak pelanggan untuk menciptakan rasa saling memiliki terhadap perusahaan.⁴

Dalam Islam suatu hubungan atau silaturahmi memiliki peran yang sangat penting dalam hidup baik sehari-hari maupun dalam bisnis. Hubungan yang baik dengan siapapun akan mendatangkan keharmonisan, kemudahan dalam mencari rezeki, mengatasi persoalan yang terjadi, dan pada akhirnya mendatangkan kebahagiaan. Pentingnya menjaga silaturahmi terdapat dalam hadist yang berbunyi:⁵

من سرّه أَن يُبَيِّنَ لَهُ فِي رِزْقِهِ ، وَأَن يُنْسَأَ لَهُ فِي أَثْرِهِ ، فَلَيَصِلَ رَحْمَهُ

Dengan menjaga silaturahmi, para nasabah diajak untuk membangun suatu hubungan yang lebih dekat dengan menciptakan komunikasi dua arah sehingga dapat menimbulkan kepercayaan, kepuasan, bahkan sebuah ikatan sosial yang pada akhirnya menimbulkan sebuah komitmen serta menimbulkan loyalitas antara nasabah dan bank.

Kualitas hubungan (*relationship quality*) digunakan untuk menjaga silaturahmi antara bank dengan nasabah. Dengan adanya kualitas hubungan

⁴ Harnawan, Murry Saputra., “Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Penerapan Strategi Relationship Marketing,” Universitas Muhammadiyah Purworejo.

⁵ IMAM MUSLIM, *SAHIH MUSLIM*, (Delhi : Adam Publishers & Distributors, 1996). Muslim, dari Abdul Malik, dari Syuaib, dari Laisi, dari ayah dan kakaknya, dari Uqail bin Khalid, dari Ibnu Syihab, dari Anas bin Malik.

yang tinggi, maka nasabah dapat mengendalikan integritas bank sebagai penyedia jasa dan mempunyai keyakinan terhadap *performance* bank di masa depan karena tingkat *performance* bank di masa lalu yang telah diputuskan secara konsisten. Kualitas hubungan (*relationship quality*) merupakan kunci keberhasilan dari hubungan pemasaran (*relationship marketing*). Menurut Morgan dan Hunt, Secara umum *relationship quality* dapat diukur dari kepercayaan, kepuasan, dan komitmen.⁶ Sedangkan menurut Lovelock, Patterson, dan Walker suatu *relationship quality* dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kepercayaan, kepuasan, persepsi, efektifitas komunikasi, dan ikatan sosial/persahabatan.⁷ Dalam beberapa litelatur, kualitas hubungan (*relationship quality*) memiliki berbagai konsep dimana diantaranya: kepercayaan, kepuasan pelanggan, komitmen, *costumer orientation*, konflik, kerjasama, *opportunism*, kekuatan, adaptasi, suasana, dan ikatan.⁸

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah)**”.

⁶ Tatang Kusmayadi, “Pengaruh *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan,” STIE STAN Indonesia Mandiri, hlm 4.

⁷ Tjiptono, Fandy, *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*, (Yogyakarta : Andi, 2000), hlm. 94.

⁸ Ching-Hsu huang, “*Impact of Relationship Quality on Customer Loyalty*,” Jurnal of Contemporary Management, Taiwan 2012, hlm. 54.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang diutarakan di atas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

“Apakah *relationship quality* yang terdiri dari variabel kepercayaan, kepuasan, komitmen, dan komunikasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis apakah pengaruh kualitas hubungan (*relationship quality*) yang terdiri dari variabel kepercayaan, kepuasan, komitmen, dan komunikasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syari`ah.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan tentang kualitas hubungan yang dapat mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah sehingga dapat menentukan kebijakan selanjutnya.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan suatu kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan teori-teori dan litelatur yang diperoleh di bangku kuliah, serta memperdalam pengetahuan dan memperluas cakrawala berfikir ilmiah dalam bidang manajemen.

3. Bagi Penelitian Lain

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian terhadap objek atau masalah yang sama di masa yang akan datang.

E. Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi ini disajikan dalam lima bab, dimana tiap-tiap bab akan disusun secara sistematis sehingga menggambarkan hubungan antara satu bab dengan bab lainnya, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menerangkan tentang alasan mengapa penelitian penting untuk dilakukan, apa tujuan dan manfaat yang mendasari penelitian ini, serta bagaimana sistematika penulisan yang akan dilalui. Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini menerangkan tentang dasar-dasar teori yang didapat dari litelatur-litelatur serta bahasan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang sejenis. Dalam bab ini diterangkan pula kerangka pemikiran dan hipotesis yang akan diuji. Bab ini berisikan tentang telaah pustaka, landasan teori yang membahas tentang teori yang berhubungan dengan variabel dalam penelitian ini, kerangka konseptual, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi deskripsi tentang bagaimana penelitian akan dilaksanakan secara operasional. Oleh karena itu diuraikan variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang akan digunakan. Bab ini berisikan tentang waktu dan tempat penelitian, populasi dan penentuan sampel penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas secara deskriptif variabel-variabel yang berkaitan dengan masalah penelitian, analisis dan data yang digunakan, serta pembahasan mengenai masalah yang diteliti. Bab ini berisikan tentang hasil analisi pengolahan data baik deskriptif maupun pengujian hipotesis yang dilakukan. Penjelasan hasil penelitian dimulai dari

analisa data, pemaparan hasil analisa data, dan pembahasan hasil penelitian dari data yang diperoleh.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan akhir yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya dan saran-saran yang diberikan kepada berbagai pihak yang berkepentingan atas hasil penelitian. Bab ini berisikan tentang kesimpulan, keterbatasan, dan saran dari hasil analisa data yang berkaitan dengan penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis pada Bab IV, maka kesimpulan yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengujian uji model (Uji F) dapat disimpulkan bahwa dari *relationship quality* yang terdiri dari variabel kepercayaan, komitmen, kepuasan, dan komunikasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BNI Syari`ah Yogyakarta dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil perhitungan regresi juga menunjukkan bahwa *relationship quality* secara simultan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah sebesar 44,1%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variansi loyalitas nasabah BNI Syari`ah dapat dijelaskan secara simultan oleh kepercayaan, komitmen, kepuasan, dan komunikasi dalam hal ini adalah *relationship quality* nasabah BNI Syari`ah sedangkan sisanya sebesar 55,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak teridentifikasi dalam penelitian ini. Kesimpulan diatas menunjukkan bahwa *relationship quality* yang terdiri dari variabel kepercayaan, komitmen, kepuasan, dan komunikasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BNI Syari`ah.
2. Berdasarkan hasil uji secara parsial (Uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BNI Syari`ah dengan signifikansi sebesar $0,013$ ($0,013 < 0,05$); variabel

komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BNI Syari`ah dengan signifikansi sebesar 0,039 ($0,039 < 0,05$); variabel kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BNI Syari`ah dengan signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$); dan variabel komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BNI Syari`ah dengan signifikansi sebesar 0,030 ($0,030 < 0,05$). Berdasarkan kesimpulan diatas menunjukkan bahwa semua variabel *relationship quality* yang terdiri dari variabel kepercayaan, komitmen, kepuasan, dan komunikasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BNI Syari`ah.

3. Secara teoritis, penelitian ini menegaskan keberadaan tentang variabel-variabel kepercayaan, komitmen, kepuasan, dan komunikasi dalam hubungannya dengan loyalitas nasabah. Dengan demikian, penelitian ini memberi dukungan terhadap pengembangan model *relationship marketing* yang dikembangkan oleh Morgan dan Hunt. Secara praktis, penelitian ini menunjukkan pentingnya pengembangan kepercayaan, komitmen, kepuasan, dan komunikasi sebagai faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan manajer dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah. Hal tersebut penting dilakukan sebab tingginya tingkat persaingan di dunia perbankan yang semakin tinggi dan dinamisnya kebutuhan dan keinginan para nasabah.

B. Saran

1. Untuk Penelitian Selanjutnya

- a. Bagi peneliti yang berminat melakukan kajian ulang terhadap penelitian ini, sebaiknya menambahkan variabel yang lain sebab dalam penelitian ini hanya ada sebagian variabel yang membentuk *relationship quality*. Hasil dari penelitian ini secara simultan variabel kepercayaan, komitmen, kepuasan, dan komunikasi yang termasuk dalam *relationship quality* hanya sebesar 44,1%. Sedangkan variabel yang tersisa sebesar 55,9% belum teridentifikasi dalam penelitian ini.
- b. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam ruang lingkup subjek yang diteliti, yaitu hanya nasabah yang sedang melakukan transaksi di Bank BNI Syari`ah Kantor Cabang Jl Kusumanegara Yogyakarta. Hasil penelitian tidak memiliki tingkat generalisasi yang tinggi. Hal ini disebabkan penelitian ini dilakukan hanya pada satu lokasi dan dengan jumlah sampel yang terbatas.

2. Untuk BNI Syari`ah

- a. Nasabah merupakan salah satu bagian inti atau asset yang berharga dalam berlangsungnya proses usaha. Bank BNI Syari`ah sebagai salah satu bank syari`ah sebagai salah satu bank dengan tingkat loyalitas tertinggi sudah mampu menjaga kepercayaan nasabah dan tetap berkomitmen untuk selalu mengutamakan nasabah dalam hal produk dan informasi. Akan tetapi,

Bank BNI Syari`ah tidak harus berpuas diri dalam hal tersebut. Banyak hal yang harus dibenahi dalam membina suatu hubungan, terutama dalam hal urusan mitra bisnis dimana kepercayaan menjadi modal utama dalam hal urusan mitra bisnis. Selain kepercayaan, komitmen yang tinggi juga dapat memberikan dampak secara langsung terhadap bank BNI Syari`ah dimana nasabah yang selalu berkomitmen untuk melakukan transaksi di BNI Syari`ah otomatis nasabah tersebut akan menjadi loyal terhadap BNI Syari`ah.

- b. Berusaha menciptakan komunikasi dua arah dengan nasabah secara langsung dengan para nasabah sebelum, selama, dan sesudah melakukan transaksi karena komunikasi merupakan kunci dari awal sebuah hubungan yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur`an dan Hadist

Departemen Agama, Al-Qur`an dan Terjemahannya, Bandung: Lubuk Agung, 1989.

IMAM MUSLIM, *SAHIH MUSLIM*, (Delhi : Adam Publishers & Distributors, 1996).

Buku

Chan, Syaruddin, *Relationship Marketing : Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003

Durianto Darmadi, Sugiarto, Tony Sitinjak, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta: PT Gramedia Utama, 2001

Griffin, Jill, *Costumer Loyalty : Membangun dan Mempertahankan Kesiagaan Pelanggan*, Jakarta, Erlangga, 2005

Handoko, T Hani, *Manajemen*, Yogyakarta: BPFE, 1999

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

Hurriyati, Ratih, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: ALFABETA, 2010

Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, cet. I, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997

Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005

Ivan Rahmawan, *Kumpulan Teks Ayat-Ayat Al-Qur`an Bertema Muamalah Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pilar Religia, 2005

Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007

Kerlinger, *Asas-asas Penelitian Behavioral*, alihbahasa Landung R Simatupang,
Yogyakarta: GadjahMada University Press, 1993

Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*, Jakarta :
Salemba Empat, 2001

Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, alihbahasa Hendra Teguh, Se,
Ak, Ronny A Rusly, SE, Ak, dan Benyain Molan, Jakarta: Prenhallindo, 2002

Prasetijo, Ristiyanti., John, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi, 2005

Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, Jakarta: PT. Elex Media
Computindo, 2000

Sugiyono, *Metodologi Penelitian* Bandung: Alfabeta, 2011

Tjiptono, Fandy, *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*, Yogyakarta
: Andi, 2000.

Wahjono, Setot Imam, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010

Jurnal

Alida Palilati, “Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan”, *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 2, No. 1, Maret 2007.

Ching-Hsu Huang, “Impact of Relationship Quality on Customer Loyalty”, *Jurnal of Contemporary Management, Taiwan* 2012.

Dong-Jenn Yang, Jay M. Wu And Kuang-I Wang, “Relationship Quality, Relationship Value, Purchasing Intention: An Empirical Study in Retail Industry in the USA, Japan and Taiwan”. *Asian Journal of Arts and Sciences*, Vol. 1, No. 2, 2010.

Ellena, Frieda, “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Pemalang)”, Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro (2011), Semarang.

- Harnawan,
“MembangunLoyalitasPelangganMelaluiPenerapanStrategi
Marketing”. UniversitasMuhammadiyahPurworejo
- MaulididanAinurRofiq, “Pengaruh Relationship Marketing
TerhadapLoyalitasNasabah: StudiPadaNasabah PT. Bank Pembangunan
Daerah JawaTimurTbkCabangBawean”.
- Melisa Hadinata, “StudiPengaruh Trust, Commitment, Communication, Conflict
Handling terhadap Customer Loyalty di Bank Mandiri Surabaya,”
JurnalIlmiahMahasiswaUniversitas Surabaya Vol.2 No.1 (2013).
- NandanLimakrisna,
“PengaruhKomunikasiPemasaran danKerelasianNasabahTerhadapLoyalitasNa
sabah”, *JurnalEkonomiBisnis* No. 1, Vol. 13, April 2008.
- Sri Wahyuni, “PengaruhRelationship QualityTerhadapLoyalitasNasabahPada PT
Bank CIMBNIAGA Tbk Medan”, *Skripsi* (2010), Universitas Sumatra Utara
Medan
- TatangKusmayadi, “Pengaruh Relationship Quality TerhadapLoyalitasNasabah
Tabungan”, STIE STAN Indonesia Mandiri.
- Vita Ratnasari, “Pengukuran Service Quality dan Relationship Quality
terhadapLoyalitasNasabah Bank denganPendekatan Structural Equation
Modeling”. LembagaPenelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat InstitutTekn
ologiSepuluh Nopember, 2007.



LAMPIRAN-LAMPIRAN



LAMPIRAN

Lampiran I

Kuesioner

Kepada

Yth. Bpk/ Ibu/ Saudara/I Responden

Di tempat

Assalamu`alaikum Wr Wb

Syukur Alhamdullilah, atas segala nikmat dan karunianya kepada kita semua, shalawat serta salam senantiasa kita haturkan kepada Nabi kita Muhammad SAW, yang telah memberikan penerahan kepada kita semua.

Saya bermaksud melalukan penelitian mengenai “Pengaruh *Relationship Quality* terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank BNI Syari`ah Yogyakarta)”. Dalam rangka pengumpulan data, kami mohon kesediaan dan waktunya untuk mengisi daftar pertanyaan sebagaimana terlampir.

Data yang diperoleh hanya untuk tujuan penelitian semata, dan tidak ada konsekuensi terhadap diri dan pribadi anda. Atas partisipasinya, kami ucapan terima kasih.

Wassalamu`alaikum Wr. Wb.

Peneliti

Egha Ezar Junaeka Putra H

I. Karakteristik Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin anda :
 - a. Laki-Laki
 - b. Perempuan
3. Usia anda saat ini :
 - a. <16 tahun
 - b. 16-25 tahun
 - c. 26-35 tahun
 - d. 36-45 tahun
 - e. >45 tahun
4. Pekerjaan anda saat ini :
 - a. Pelajar / Mahasiswa
 - b. Pegawai Negeri
 - c. Karyawan Swasta
 - d. Wiraswasta
 - e. Lain-lain, sebutkan.....
5. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah BNI Syari`ah:
 - a. <6 bulan
 - b. 6 s/d 12 bulan
 - c. 1 s/d 2 tahun
 - d. > 2 tahun

II. Petunjuk Pengisian

Berikan penilaian berkenaan dengan hal-hal yang Bpk/Ibu/Sdr/I rasakan. Pilihlah dan berikan tanda (V) pada kolom yang telah disediakan. Alternatif jawaban terdiri dari :

Sangat Setuju : SS

Sejutu : S

Netral : N

Tidak Setuju : TS

Sangat Tidak Sejutu : STS

Variabel Kepercayaan

No.	Variabel Kepercayaan	SS	S	N	TS	STS
1.	BNI Syari`ah memperhatikan keamanan dari transaksi nasabah.					
2.	BNI Syari`ah konsisten dalam menyediakan layanan berkualitas.					
3.	BNI Syari`ah memenuhi kewajiban terhadap nasabah.					
4.	BNI Syari`ah menunjukkan rasa hormat kepada nasabah.					
5.	Nasabah memiliki kepercayaan terhadap pelayanan dari BNI Syari`ah.					

Variabel Komitmen

No.	Variabel Komitmen	SS	S	N	TS	STS
1.	BNI Syari`ah membuat penyesuaian untuk memenuhi kebutuhan nasabah.					
2.	BNI Syari`ah menawarkan pelayanan pribadi untuk memenuhi kebutuhan nasabah.					
3.	BNI Syari`ah fleksibel ketika terjadi perubahan pelayanan.					
4.	BNI Syari`ah fleksibel dalam memberikan pelayanan untuk kebutuhan pelanggan.					
5.	Nasabah tetap melakukan bertransaksi karena merasa senang					

	mempunyai hubungan dengan BNI Syari`ah.				
--	---	--	--	--	--

Variabel Kepuasan

No.	Variabel Kepuasan	SS	S	N	TS	STS
1.	Nasabah puas dengan performa dan kinerja BNI Syari`ah.					
2.	Nasabah selalu menggunakan jasa di BNI Syari`ah karena merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.					
3.	Karyawan BNI Syari`ah melayani nasabah dengan baik dan cepat sehingga nasabah merasa puas.					
4.	Biaya administrasi yang dikeluarkan sesuai dengan harapan nasabah.					
5.	Nasabah puas dengan kemudahan dalam setiap melakukan transaksi.					

Variabel Komunikasi

No.	Variabel Komunikasi	SS	S	N	TS	STS
1.	BNI Syari`ah memberikan informasi yang tepat waktu dan dapat dipercaya.					
2.	BNI Syari`ah memberitahukan informasi ketika terdapat layanan yang baru.					
3.	BNI Syari`ah membuat janji-janji yang diberikan kepada nasabah.					
4.	BNI Syari`ah menepati janji-janji yang diberikan.					
5.	Pegawai BNI Syari`ah menjelaskan informasi yang ingin diketahui nasabah.					

Variabel Loyalitas

No.	Variabel Kepercayaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Nasabah mempertimbangkan BNI Syari`ah sebagai pilihan pertama dalam melakukan transaksi perbankan.					
2.	Nasabah menyampaikan informasi yang diketahui tentang BNI Syari`ah kepada orang dekat.					
3.	Nasabah merekomendasikan kepada pihak lain untuk menggunakan jasa BNI Syari`ah untuk transaksi perbankan .					
4.	Nasabah mengatakan hal-hal positif kepada orang lain tentang BNI Syari`ah kepada teman, kerabat, dan rekan bisnis.					
5.	Nasabah tetap melakukan kegiatan transaksi (menabung, menarik uang, pembayaran, dll) di BNI Syari`ah.					

Lampiran II

Data Jawaban Responden

No .	Jenis Kel	Usia	Pekerjaan	Lama Nasabah	Kepercayaan							Komitmen							Kepuasan							Komunikasi							Loyalitas						
					1	2	3	4	5	Σ	1	2	3	4	5	Σ	1	2	3	4	5	Σ	1	2	3	4	5	Σ	1	2	3	4	5	Σ					
1	Pr	26-35	Wiraswasta	1 s/d 2 Thn	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20					
2	Lk	>45	KaryawanSw asta	>2 tahun	3	3	3	3	4	16	2	3	3	4	4	16	5	4	4	4	4	21	3	3	3	3	4	16	3	3	3	3	4	16					
3	Lk	36-45	Lain - Lain	>2 tahun	3	3	3	3	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15					
4	Pr	>45	PegawaiNege ri	>2 tahun	5	3	2	3	5	18	4	3	3	4	5	19	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	4	17	5	3	2	3	4	17					
5	Lk	>45	Lain - Lain	>2 tahun	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	4	20					
6	Lk	16-25	Wiraswasta	>2 tahun	3	4	3	4	4	18	4	4	4	2	4	18	5	4	5	5	5	24	5	3	3	3	5	19	3	4	3	4	5	19					
7	Pr	16-25	Pelajar / Mahasiswa	1 s/d 2 Thn	3	4	3	4	4	18	3	3	3	4	4	17	4	4	4	3	4	19	3	3	3	3	4	16	3	4	3	4	4	18					
8	Pr	26-35	KaryawanSw asta	>2 tahun	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	4	18	5	5	4	4	4	22					
9	Lk	>45	KaryawanSw asta	>2 tahun	4	4	3	3	5	19	4	4	4	5	5	22	4	4	5	3	4	20	4	5	4	4	4	21	4	4	3	3	3	17					
10	Pr	26-35	Wiraswasta	>2 tahun	5	1	5	5	4	20	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	5	1	5	5	5	21					
11	Lk	26-35	Wiraswasta	1 s/d 2 Thn	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	5	23	5	4	4	4	4	21	4	4	3	3	5	19	5	5	5	5	5	25					
12	Lk	>45	PegawaiNege	>2 tahun	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	3	19					

39	Pr	>45	KaryawanSwasta	>2 tahun	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	5	21	3	4	4	4	4	19
40	Lk	>45	Wiraswasta	>2 tahun	3	3	2	3	4	15	4	4	3	3	4	18	4	4	3	3	4	18	4	4	3	3	4	18	3	4	3	4	4	18
41	Pr	26-35	KaryawanSwasta	>2 tahun	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	5	4	5	3	5	22	5	5	4	4	4	22	4	4	5	4	4	21
42	Lk	26-35	Lain - Lain	>2 tahun	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
43	Lk	36-45	KaryawanSwasta	>2 tahun	5	4	4	4	5	22	4	4	3	4	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	5	23
44	Pr	>45	PegawaiNegeri	>2 tahun	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	5	18	3	3	2	3	4	15
45	Lk	26-35	Wiraswasta	>2 tahun	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	4	22	5	5	5	5	5	25	4	2	2	3	5	16	5	3	3	5	5	19
46	Pr	36-45	Pelajar / Mahasiswa	>2 tahun	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	4	18	5	5	4	4	4	22	3	3	2	3	4	15	4	4	4	4	4	20
47	Pr	16-25	KaryawanSwasta	1 s/d 2 Thn	4	4	3	3	3	17	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
48	Lk	16-25	Wiraswasta	1 s/d 2 Thn	4	3	3	3	4	17	4	5	4	4	4	21	4	4	4	3	4	19	4	3	3	4	4	18	4	4	3	4	4	19
49	Pr	26-35	Wiraswasta	>2 tahun	5	5	2	2	4	18	4	4	5	3	4	21	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	5	22	4	5	5	5	4	23
50	Lk	36-45	KaryawanSwasta	>2 tahun	3	4	4	3	4	18	4	3	4	4	4	19	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	4	18
51	Lk	>45	Wiraswasta	>2 tahun	3	3	3	3	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18
52	Lk	36-45	Wiraswasta	1 s/d 2 Thn	3	3	3	3	5	17	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
53	Pr	36-45	Lain - Lain	1 s/d 2 Thn	4	4	4	5	4	21	4	3	3	3	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	17	3	4	4	4	4	19

54	Pr	36-45	KaryawanSwasta	>2 tahun	5	4	3	3	4	20	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	4	19	4	3	3	3	4	17	4	3	3	3	4	17
55	Lk	16-25	Pelajar / Mahasiswa	1 s/d 2 Thn	5	5	2	4	4	20	4	4	5	5	5	21	3	4	4	4	5	20	5	5	2	2	4	18	5	5	5	4	5	24
56	Lk	36-45	KaryawanSwasta	1 s/d 2 Thn	4	4	4	4	4	20	3	4	2	3	4	16	3	3	4	3	4	17	3	4	4	3	4	18	4	3	4	3	3	17
57	Lk	16-25	Wiraswasta	1 s/d 2 Thn	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	4	16	4	3	3	3	4	17	3	3	3	3	4	16	3	3	3	3	3	15
58	Pr	26-35	KaryawanSwasta	>2 tahun	4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	3	17	4	3	4	3	4	18	3	3	3	3	5	17	3	3	3	3	5	17
59	Lk	36-45	Pelajar / Mahasiswa	>2 tahun	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21	4	5	4	4	4	21	4	4	4	5	4	21	5	5	4	4	4	22
60	Pr	36-45	Wiraswasta	>2 tahun	4	4	3	4	5	20	4	5	3	4	5	21	5	5	5	5	5	25	5	4	3	3	5	20	4	5	5	5	5	24
61	Lk	<16	KaryawanSwasta	>2 tahun	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20	5	5	2	4	4	20	4	4	4	4	4	20
62	Lk	26-35	Pelajar / Mahasiswa	1 s/d 2 Thn	3	3	3	4	4	17	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	4	22
63	Lk	>45	Wiraswasta	1 s/d 2 Thn	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
64	Pr	16-35	Lain - Lain	1 s/d 2 Thn	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
65	Lk	26-35	KaryawanSwasta	1 s/d 2 Thn	5	5	5	5	5	25	3	5	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
66	Pr	26-35	Wiraswasta	1 s/d 2 Thn	4	4	4	4	4	20	4	5	3	4	5	21	4	4	4	5	5	22	4	4	3	4	5	20	5	5	5	5	5	25
67	Pr	16-25	PegawaiNege	1 s/d 2 Thn	4	4	3	4	5	20	4	3	3	3	4	17	4	4	4	4	5	21	4	3	3	3	4	17	3	4	4	4	4	19

79	Lk	26-35	Wiraswasta	1 s/d 2 Thn	4	2	4	4	5	19	4	3	3	3	4	18	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	5	21	4	3	3	3	4	17
80	Pr	>45	Lain - Lain	1 s/d 2 Thn	4	4	4	4	5	21	4	4	4	2	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	5	20	4	3	3	3	4	17
81	Lk	36-45	KaryawanSwasta	>2 tahun	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	4	17	4	2	4	4	3	17	4	4	2	3	4	17	3	4	4	4	3	18
82	Pr	36-45	Wiraswasta	>2 tahun	4	3	2	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	4	20
83	Lk	26-35	KaryawanSwasta	1 s/d 2 Thn	5	3	4	4	5	21	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	4	20	4	4	2	3	4	17	4	4	4	4	4	20
84	Lk	>45	Wiraswasta	1 s/d 2 Thn	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20	3	3	4	3	3	16	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
85	Pr	16-25	Pelajar / Mahasiswa	1 s/d 2 Thn	4	4	3	3	3	17	5	5	4	4	5	23	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
86	Lk	>45	Pelajar / Mahasiswa	1 s/d 2 Thn	3	2	3	3	4	15	5	4	4	4	4	21	4	4	4	3	4	19	3	3	3	3	4	16	3	3	3	4	4	17
87	Lk	>45	KaryawanSwasta	>2 tahun	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	5	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
88	Lk	16-25	KaryawanSwasta	1 s/d 2 Thn	3	4	3	3	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
89	Pr	36-45	Pelajar / Mahasiswa	1 s/d 2 Thn	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20	3	4	3	3	4	17	4	4	3	4	4	19
90	Lk	36-45	KaryawanSwasta	1 s/d 2 Thn	5	4	2	3	4	18	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	4	20
91	Pr	16-25	Pelajar / Mahasiswa	1 s/d 2 Thn	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	2	3	4	18	4	4	4	3	4	19

92	Pr	16-25	Pelajar / Mahasiswa	1 s/d 2 Thn	5	5	3	3	4	20	4	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	4	22	4	4	4	5	5	22	4	3	4	4	4	19
93	Pr	36-45	Lain - Lain	1 s/d 2 Thn	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	4	20	5	5	3	3	4	20	4	4	4	4	4	20	
94	Pr	16-25	Pelajar / Mahasiswa	1 s/d 2 Thn	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
95	Pr	16-25	Karyawan Swasta	1 s/d 2 Thn	4	4	4	4	4	20	5	5	4	5	4	23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21	
96	Lk	16-258	Pelajar / Mahasiswa	1 s/d 2 Thn	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	
97	Pr	26-35	Lain - Lain	1 s/d 2 Thn	4	4	3	3	4	18	3	3	4	4	1	15	5	4	5	5	5	24	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	4	20	
98	Pr	26-35	Karyawan Swasta	1 s/d 2 Thn	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24	4	4	3	3	4	18	4	4	3	3	4	18	3	4	4	4	4	19	
99	Pr	<16	Pelajar / Mahasiswa	1 s/d 2 Thn	4	4	4	4	4	20	5	3	4	4	5	21	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	
100	Pr	26-35	Karyawan Swasta	1 s/d 2 Thn	5	5	5	5	5	25	4	5	3	4	5	21	4	3	4	3	3	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	

Lampiran III

Hasil Uji SPSS

1. Hasil Output Validitas

Correlations

		q1	q2	q3	q4	q5	v_kepercayaan
q1	Pearson Correlation	1	,602**	,363**	,465**	,414**	,749**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
q2	Pearson Correlation	,602**	1	,608**	,504**	,533**	,846**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
q3	Pearson Correlation	,363**	,608**	1	,421**	,414**	,737**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
q4	Pearson Correlation	,465**	,504**	,421**	1	,459**	,738**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
q5	Pearson Correlation	,414**	,533**	,414**	,459**	1	,746**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
v_kepercayaan	Pearson Correlation	,749**	,846**	,737**	,738**	,746**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		q1	q2	q3	q4	q5	v_komitme n
q1	Pearson Correlation	1	,447**	,535**	,350**	,372**	,729**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
q2	Pearson Correlation	,447**	1	,428**	,472**	,374**	,764**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
q3	Pearson Correlation	,535**	,428**	1	,553**	,291**	,773**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,003	,000
	N	100	100	100	100	100	100
q4	Pearson Correlation	,350**	,472**	,553**	1	,220*	,715**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,028	,000
	N	100	100	100	100	100	100
q5	Pearson Correlation	,372**	,374**	,291**	,220*	1	,634**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,003	,028		,000
	N	100	100	100	100	100	100
v_komitme n	Pearson Correlation	,729**	,764**	,773**	,715**	,634**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Correlations

		q1	q2	q3	q4	q5	v_kepuasan
q1	Pearson Correlation	1	,163	,432 **	,402 **	,501 **	,661 **
	Sig. (2-tailed)		,106	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
q2	Pearson Correlation	,163	1	,343 **	,428 **	,373 **	,664 **
	Sig. (2-tailed)	,106		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
q3	Pearson Correlation	,432 **	,343 **	1	,340 **	,476 **	,719 **
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
q4	Pearson Correlation	,402 **	,428 **	,340 **	1	,500 **	,770 **
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
q5	Pearson Correlation	,501 **	,373 **	,476 **	,500 **	1	,773 **
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
v_kepuasan	Pearson Correlation	,661 **	,664 **	,719 **	,770 **	,773 **	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		q1	q2	q3	q4	q5	v_komunikasi
q1	Pearson Correlation	1	,530**	,195	,327**	,311**	,653**
	Sig. (2-tailed)		,000	,052	,001	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100
q2	Pearson Correlation	,530**	1	,431**	,346**	,067	,718**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,508	,000
	N	100	100	100	100	100	100
q3	Pearson Correlation	,195	,431**	1	,650**	,184	,778**
	Sig. (2-tailed)	,052	,000		,000	,067	,000
	N	100	100	100	100	100	100
q4	Pearson Correlation	,327**	,346**	,650**	1	,238*	,770**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000		,017	,000
	N	100	100	100	100	100	100
q5	Pearson Correlation	,311**	,067	,184	,238*	1	,463**
	Sig. (2-tailed)	,002	,508	,067	,017		,000
	N	100	100	100	100	100	100
v_komunikasi	Pearson Correlation	,653**	,718**	,778**	,770**	,463**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Correlations

		q1	q2	q3	q4	q5	v_loyaltas
q1	Pearson Correlation	1	,317 **	,504 **	,323 **	,379 **	,686 **
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
q2	Pearson Correlation	,317 **	1	,531 **	,537 **	,326 **	,744 **
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100
q3	Pearson Correlation	,504 **	,531 **	1	,619 **	,365 **	,831 **
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
q4	Pearson Correlation	,323 **	,537 **	,619 **	1	,521 **	,789 **
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
q5	Pearson Correlation	,379 **	,326 **	,365 **	,521 **	1	,665 **
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
v_loyaltas	Pearson Correlation	,686 **	,744 **	,831 **	,789 **	,665 **	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Hasil Output Reliabilitas

➤ Kepercayaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,796	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q1	39,06	14,663	,678	,762
q2	39,15	14,573	,805	,753
q3	39,23	14,765	,665	,764
q4	38,94	15,027	,674	,768
q5	39,10	14,636	,674	,762
v_kepercayaan	21,72	4,507	1,000	,818

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
43,44	18,027	4,246	6

➤ Komitmen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,785	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q1	35,77	17,795	,664	,755
q2	35,91	16,850	,690	,740
q3	36,01	17,040	,706	,741
q4	35,78	17,547	,638	,753
q5	35,54	17,786	,534	,765
v_komitmen	19,89	5,311	1,000	,769

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
39,78	21,244	4,609	6

➤ Kepuasan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,782	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q1	36,53	16,918	,587	,763
q2	36,81	16,256	,568	,756
q3	36,56	16,006	,637	,747
q4	36,84	15,227	,688	,731
q5	36,59	16,285	,716	,746
v_kepuasan	20,37	4,922	1,000	,759

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
40,74	19,689	4,437	6

➤ Komunikasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,771	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q1	34,56	17,340	,572	,749
q2	34,66	16,307	,628	,730
q3	35,09	15,275	,688	,710
q4	34,89	16,261	,700	,723
q5	34,32	18,482	,367	,776
v_komunika si	19,28	5,093	1,000	,714

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
38,56	20,370	4,513	6

➤ Loyalitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,791	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q1	35,11	20,240	,602	,765
q2	35,18	19,563	,667	,753
q3	35,22	18,658	,772	,733
q4	35,04	20,281	,739	,757
q5	34,86	20,930	,592	,773
v_loyaltas	19,49	6,091	1,000	,794

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
38,98	24,363	4,936	6

Hasil Uji Asumsi Klasik

○ Autokorelasi

Model Summary^b

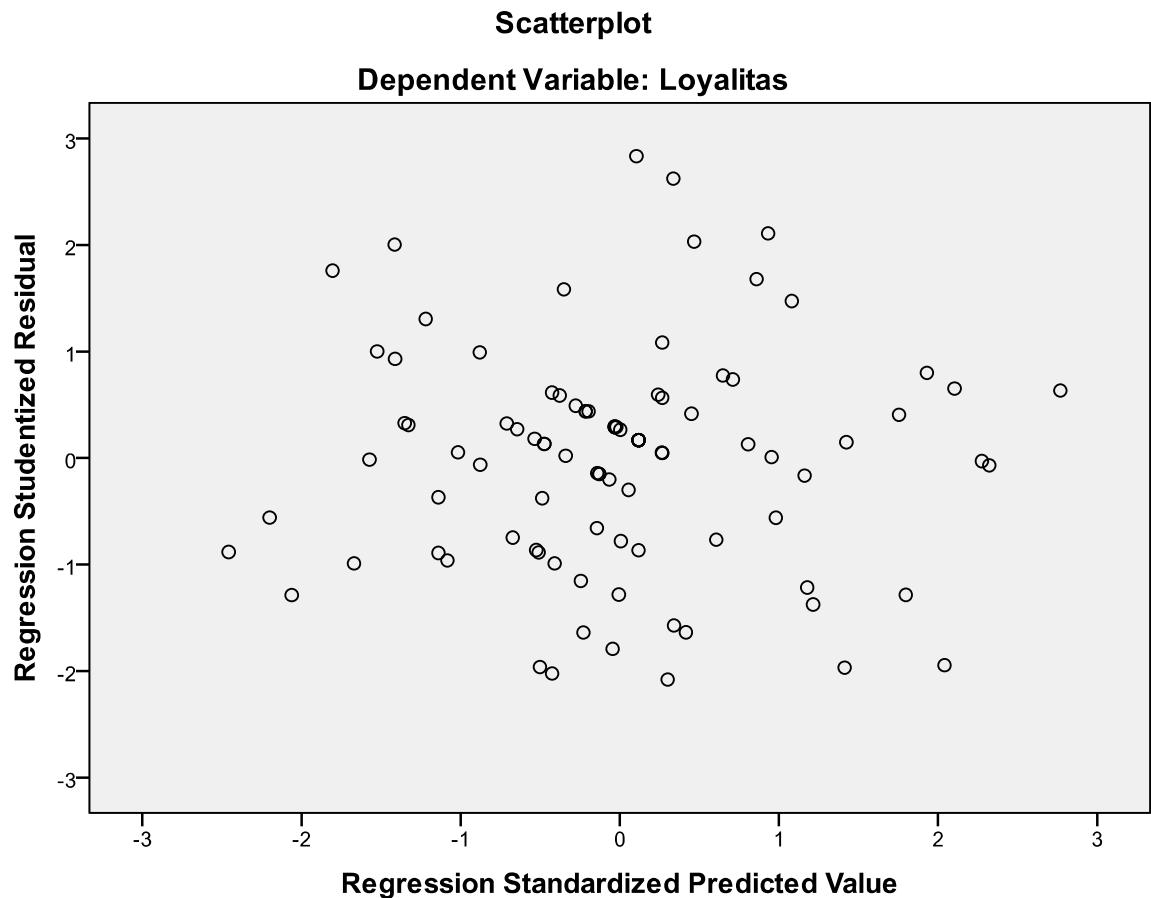
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,635 ^a	,403	,378	1,947	1,847

a. Predictors: (Constant), Komunikasi, Kepuasan, Komitmen,

Kepercayaan

b. Dependent Variable: Loyalitas

○ Heteroskedastisitas



X

- o Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error				Beta	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,069	2,181		,163						
	Kepercayaan	-,194	,102	-,204	-1,906	,060	,297	-,192	-,151	,548	1,825
	Komitmen	,233	,111	,218	2,098	,039	,443	,210	,166	,584	1,711
	Kepuasan	,521	,110	,468	4,749	,000	,544	,438	,377	,647	1,546
	Komunikasi	,270	,107	,247	2,526	,013	,454	,251	,200	,657	1,523

a. Dependent Variable: Loyalitas

Lampiran IV

Terjemahan Al-Qur`an

No.	Halaman	Footnote	Terjemahan
1	23	15	Al-Hujurat ayat 13 : Hai manusia, sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling bertaqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.

Terjemahan Hadist

No.	Halaman	Footnote	Terjemahan
1	8	5	H.R. Muslim Siapa saja yang ingin rezekinya dilapangkan Allah atau usianya ingin dipanjangkan, maka hendaklah ia menyambung silaturahmi

Lampiran V

Curriculum Vitae

I. Data Pribadi

Nama : Egha Ezar Junaeka Putra Hassany
Alamat : Rejosari Rt 17/06 Rejowinangun, Kotagede, Yogyakarta
Telp. / HP : 082134911837 / 081226200319
Email : eejunaeka@yahoo.co.id / juna.aeka@yahoo.co.id
TTL : Yogyakarta, 3 juni 1991
Ayah : Hasanuddin Noor
Ibu : RTM Maharani
Kewarganegaraan: Indonesia
Agama : Islam

II. Riwayat Pendidikan

- 2003 Lulus dari SDIT Luqman Al-Hakim
- 2006 Lulus dari SMPIT ABU BAKAR
- 2009 Lulus dari MAN 3 Yogyakarta
- 2013 Lulus dari UIN Sunan Kalijaga