

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS *E-BANKING*
DAN ATRIBUT PRODUK ISLAM TERHADAP LOYALITAS NASABAH
DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang)**



SKRIPSI

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

OLEH:

HASNA FARAH WIJAYA

NIM. 14820020

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

2019

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS *E-BANKING*
DAN ATRIBUT PRODUK ISLAM TERHADAP LOYALITAS NASABAH
DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang)**



SKRIPSI

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

OLEH:

HASNA FARAH WIJAYA

NIM. 14820020

PEMBIMBING:

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

NIP. 19840523 201101 1 008

**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 (274) 589621, 512474, Fax. (274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR
Nomor: B-1048/Un.02/DEB/PP.00.9/04/2019

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN,
KUALITAS *E-BANKING* DAN ATRIBUT PRODUK
ISLAM TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN
KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah
Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang)

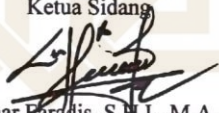
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : HASNA FARAH WIJAYA
Nomor Induk Mahasiswa : 14820020
Telah diujikan pada : Jum'at, 05 April 2019
Nilai Ujian Tugas Akhir : A-


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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR


Ketua Sidang


Jauhar Paradis, S.H.I., M.A.
NIP. 19840523 201101 1 008

Penguji I


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

Penguji II


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

Yogyakarta, 05 April 2019

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

DEKAN




Dr. H. Syafiq Mahmudah Hanafi, M.Ag.
NIP. 19670518 199703 1 003

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Hasna Farah Wijaya

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

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

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

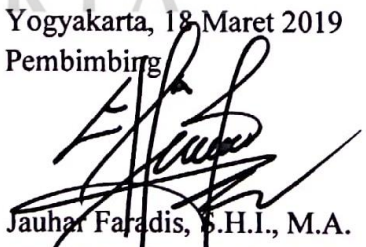
Nama : Hasna Farah Wijaya
NIM : 14820020
Judul Skripsi : **“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas E-Banking dan Atribut Produk Islam terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang)”**

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Perbankan Syariah.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Untuk itu kami mengucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 18 Maret 2019
Pembimbing


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

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Hasna Farah Wijaya

NIM : 14820020

Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas E-Banking dan Atribut Produk Islam terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote*, *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 18 Maret 2019

Penyusun



HASNA FARAH WIJAYA
NIM. 14820020

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hasna Farah Wijaya
NIM : 14820020
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas E-Banking dan Atribut Produk Islam terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang)”

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta
Pada tanggal: 18 Maret 2019

Yang menyatakan



(Hasna Farah Wijaya)

MOTTO

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."

(Q.S. Al-Baqarah [2]: 286)

Jika engkau belum mempunyai ilmu, hanyalah prasangka, maka milikilah prasangka yang baik tentang Tuhan. Begitulah caranya!

Jika engkau hanya mampu merangkak, maka merangkaklah kepadaNya!

Jika engkau belum mampu berdoa dengan khusyuk, maka tetaplah persembahkan doamu yang kering, munafik dan tanpa keyakinan; karena Tuhan, dengan rahmatNya akan tetap menerima mata uang palsumu!

Jika engkau masih mempunyai seratus keraguan mengenai Tuhan, maka kurangilah menjadi sembilan puluh sembilan saja. Begitulah caranya!

Wahai pejalan!

Biarpun telah seratus kali engkau ingkar janji, ayolahlah datang, dan datanglah lagi! Karena Tuhan telah berfirman:

“Ketika engkau melambung ke angkasa ataupun terpuruk ke dalam jurang, ingatlah kepadaKu, karena Akulah jalan itu.”

Kembali Kepada Tuhan – Jalaludin Rumi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, saya persembahkan karya tulis ini kepada kedua orang yang telah mendidik saya sejak lahir, mengajari saya tentang hidup, akhlaq dan agama, serta mengasihi dan menyayangi saya tanpa pamrih.

Kepada kedua orang tua yang teramat saya cintai dan hormati:

Bapak Muhammidan Wijaya dan Ibu Sri Sulistyowati

Serta kepada Almamater saya:

Program Studi Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB - LATIN

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Śā'	Ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	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'	z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	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>
كرمة الأولياء	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>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

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

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

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

الْقُرْآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
الْقِيَّاس	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. Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

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



KATA PENGANTAR



Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas *E-Banking* dan Atribut Produk Islam terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang)”**. Sholawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan seluruh ummatnya.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata I Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penyusun ingin menyampaikan terima kasih yang dalam kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, pihak-pihak tersebut adalah:

1. Bapak Prof. Dr. KH. Yudian Wahyudi MA. Ph.D, selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Joko Setyono, SE., M.Si., selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Jauhar Faradis, S.H.I., M.A., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa sabar megarahkan dan membimbing penulis dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu serta pengalaman pengetahuannya kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Seluruh pegawai dan staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Pimpinan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kaliurang beserta seluruh karyawan yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di BSM Kantor Cabang Pembantu Yogyakarta Kaliurang.
8. Kedua Orang tua saya yaitu Bapak Muhammidan Wijaya dan Ibu Sri Sulistyowati atas segala dukungan, harapan dan doanya. Semoga senantiasa berada dalam limpahan rahmat Allah SWT.
9. Kakak saya Elhumairoh Wijaya yang senantiasa memberi dukungan moril dan menemani penulis dalam proses pengerjaan skripsi serta Adik saya Fatah El-Husein yang telah memberi semangat.
10. Sahabat-sahabat yang ku sayangi, Uswatun Khasanah Mardatilla, Bella Atika, Siti Indrayani dan Anadya Alfrida R yang telah setia menemani penulis, memberi semangat dan mendengar keluh kesah sekaligus menjadi teman diskusi. Terimakasih atas segala dukungan yang diberikan dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
11. Kakak dan Adik yang sering penulis repotkan selama di Jogja, yaitu Nurul Fauziah, Yusran Sardi, Abdurrahman As-Sayuti, M Chauqi Rianda, Siti Hanifah Jayanti, Nova Wahyuni Syafnur, Dhita Nurul Husnaniah dan Rizka Ayunda Putri.
12. Teman seperjuangan skripsi Fitria Harum Mawarti, penasihat skripsi Uswatun Khasanah dan Alfi Faizah Surya. Terimakasih atas bantuan dan sarannya.
13. Teman-teman satu sanggar SERAMBI UIN, yang telah menginspirasi dan mengajarkan penulis berbagai hal, memberi kenangan indah serta pengalaman hidup yang berharga. Semoga senantiasa berjaya.
14. Seseorang yang hadir membawa matahari, hujan, dan pelangi dalam kehidupan penulis, Abang Limpad Tuwu Pamungkas. Terimakasih atas kesetiaan dan dukungan yang diberikan, semoga menjadi teman hidup selamanya (juga).

15. Teman-teman seperjuangan jurusan Perbankan Syariah angkatan 2014 dan kelompok KKN 93 Kriyan. Semoga sukses untuk kita semua.
16. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir serta dalam menempuh studi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan menjadi amal saleh dan mendapat balasan melebihi apa yang telah diberikan oleh Allah SWT, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 18 Maret 2019

Penyusun,

Hasna Farah Wijaya



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PRNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB - LATIN	viii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xxi
ABSTACT	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
D. Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Landasan Teori	16
1. Perilaku Konsumen	16
2. Pemasaran	24
3. Kualitas Layanan	28
4. Kualitas <i>E-Banking</i>	31
5. Atribut Produk Islam	34
6. Kepuasan Nasabah	37
7. Loyalitas Nasabah	40
B. Telaah Pustaka	43
C. Kerangka Pemikiran	49
D. Pengembangan Hipotesis	49
BAB III METODE PENELITIAN	59
A. Jenis Penelitian	59
B. Populasi dan Sampel	59
C. Teknik Pengumpulan Data	61
D. Definisi Operasional Variabel	62
E. Instrumen Penelitian	65
F. Metode Analisis Data	65
1. Analisis Deskriptif	65
2. Analisis Data Menggunakan SEM-PLS	66
a. Analisis <i>Outer Model</i>	67
b. Analisis <i>Inner Model</i>	70

	c. Uji Efek Mediasi	71
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	73
	A. Deskripsi Objek Penelitian	73
	1. Ruang Lingkup Penelitian dan Waktu Penelitian	73
	2. Analisis Deskriptif	73
	B. Hasil Analisis	78
	1. Hasil Analisis <i>Outer Model</i>	80
	2. Hasil Analisis <i>Inner Model</i>	84
	C. Pembahasan	91
BAB V	PENUTUP	106
	A. Kesimpulan	106
	B. Implikasi	109
	C. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	112



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jaringan Kantor Bank Umum Syariah	1
Tabel 1.2	Pangsa Pasar Bank Syariah	2
Tabel 2.1	Telaah Pustaka	43
Tabel 3.1	Kriteria Penilaian PLS	71
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia	75
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	75
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Fasilitas <i>E-Banking</i>	76
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan	77
Tabel 4.6	Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	78
Tabel 4.7	<i>Outer Loadings</i>	80
Tabel 4.8	<i>Cross Loadings</i>	82
Tabel 4.9	<i>Cronbach's alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	83
Tabel 4.10	<i>Adjusted R²</i> Model	84
Tabel 4.11	<i>Path Koefisien</i>	85
Tabel 4.12	<i>Path Koefisien</i>	86
Tabel 4.13	<i>Total Effect</i>	86

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Rangsangan-Tanggapan.....	17
Gambar 2.2	Model Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian	22
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran	49
Gambar 4.1	Model Struktural	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	117
Lampiran 2: Hasil Coding	121
Lampiran 3: Output Analisis <i>Outer Model</i>	126
Lampiran 4: Output Analisis <i>Inner Model</i>	129
Lampiran 5: Dokumentasi Penelitian	132
Lampiran 6: Surat Keterangan Penelitian	133
Lampiran 7: Curriculum Vitae	134



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kualitas *e-banking* dan atribut produk Islam terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. Menggunakan metode *purposive sampling*, sejumlah 100 data berhasil dikumpulkan dari kuesioner yang diisi oleh nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang. Data tersebut diolah menggunakan aplikasi smartPLS 3.0 untuk analisis *inner model* dan *outer model*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan atribut produk Islam berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui variabel intervening kepuasan nasabah. Pada penelitian ini juga diketahui bahwa kepuasan nasabah memediasi penuh (*fully mediating*) pengaruh kualitas layanan dan atribut produk Islam terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kualitas E-Banking, Atribut Produk Islam, Kepuasan, Loyalitas.



ABSTRACT

This research was aimed to analyze the effect of service quality, e-banking quality and Islamic product attributes on customer loyalty with customer satisfaction as intervening variable. Using a purposive sampling method, a total of 100 data were collected from questionnaire filled by customers of Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang. The data was processed using the smartPLS 3.0 application to analyze the inner model and outer model. The results showed that service quality and Islamic product attributes significantly influence customer loyalty through customer satisfaction as intervening variable. In this study it was also known that customer satisfaction fully mediates the effect of service quality and Islamic product attributes on customer loyalty.

Keywords: *Service Quality, E-Banking Quality, Islamic Product Attributes, Satisfaction, Loyalty.*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia, UU No. 10 Tahun 1998 yang secara eksplisit menetapkan bahwa ‘bank dapat beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah’ merupakan tonggak bagi perkembangan perbankan syariah yang mana menjadi dasar atas pendirian BUS dan UUS saat ini. Berdasarkan data dari OJK, per Maret 2018 telah berdiri sejumlah 13 Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 167 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Indonesia. Dari BUS, UUS, dan BPRS yang ada tersebut telah berkembang ratusan bahkan ribuan jaringan kantor di Indonesia.

Tabel 1.1 Jaringan Kantor Bank Umum Syariah

BANK UMUM SYARIAH	KPO/KC	KCP/UPS	KK
1. PT. Bank Aceh Syariah	26	87	21
2. PT. Bank Muamalat Indonesia	83	152	57
3. PT. Bank Victoria Syariah	9	5	-
4. PT. Bank BRISyariah	52	206	12
5. PT. Bank Jabar Banten Syariah	9	56	1
6. PT. Bank BNI Syariah	68	173	18
7. PT. Bank Syariah Mandiri	130	436	54
8. PT. Bank Mega Syariah	26	32	1
9. PT. Bank Panin Dubai Syariah	17	5	1
10. PT. Bank Syariah Bukopin	12	8	4
11. PT. BCA Syariah	11	12	10
12. PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah	1	-	-
13. PT. Maybank Syariah Indonesia	24	3	-
Jumlah	468	1175	179

Sumber: Statistik Perbankan Syariah, Maret 2018

Meski telah berkembang dengan jumlah yang pesat, namun untuk bersaing dengan bank konvensional, bank syariah masih tertinggal sangat jauh. Selama beberapa tahun terakhir pangsa pasar bank syariah terhadap bank konvensional tidak mengalami perkembangan yang signifikan, yakni hanya pada kisaran 5%. Padahal, target pasar bank syariah di Indonesia sangatlah besar melihat fakta bahwa Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. Jumlah yang kecil dan perkembangan yang stagnan ini salah satunya disebabkan masih sedikitnya jumlah nasabah yang loyal terhadap bank syariah¹.

Tabel 1.2 Pangsa Pasar Bank Syariah

Market Share Perbankan Syariah				
2013	2014	2015	2016	2017
4,89	4,85	4,88	5,33	5,78

Sumber: Laporan Perkembangan Keuangan Syariah (LPKS) Tahun 2016 & 2017 oleh OJK

Pasar perbankan syariah sendiri secara umum dapat dikelompokkan ke dalam 3 segmen besar, yaitu: pasar yang loyal terhadap perbankan syariah (loyalis perbankan syariah); pasar mengambang, yaitu yang dapat menerima kedua sistem perbankan konvensional dan perbankan syariah (*floating mass*); dan pasar yang loyal terhadap perbankan konvensional (loyalis konvensional) (Yusmad, 2018: 65). Dilansir dari situs berita harian republika.co.id², pada tahun 2009 Adiwarmanto A Karim (Direktur Utama Karim Business Consulting) mengatakan bahwa berdasarkan hasil riset yang dilakukan KBC, nasabah

¹ <http://www.beritasatu.com/bank-dan-pembiayaan/121684-perbankan-syariah-kekurangan-nasabah-loyal.html>, diakses pada tanggal 23 September 2018 pukul 20.23 WIB.

² <https://www.republika.co.id/berita/breaking-news/ekonomi/09/08/05/66928--fitur-produk-syariah-harus-sesuai-dengan-karakteristik-nasabah->, diakses pada tanggal 23 September 2018 21.14 WIB.

floating market memiliki total kekayaan paling besar sekitar Rp 720 triliun, sedangkan nasabah loyalis syariah sebesar Rp 10 triliun dan nasabah loyalis konvensional Rp 240 triliun. Nasabah *floating market* berada di antara bank konvensional dan bank syariah. Keputusan mereka untuk loyal tergantung dari lembaga mana yang dapat memiliki produk sesuai dengan kebutuhan dan menguntungkan. Jika dilihat dari perbandingan market share saat ini, hampir seluruh nasabah *floating market* lebih memilih untuk loyal terhadap bank konvensional.

Kebutuhan nasabah—baik segmen loyalis syariah, *floating market*, maupun loyalis konvensional—di era modern dengan mobilitas yang tinggi saat ini menuntut bank untuk dapat memberikan layanan secara realtime dan efisien. Perilaku nasabah yang mulai mengarah pada orientasi digital membuat bank-bank syariah maupun konvensional mulai mengembangkan teknologi *electronic banking* yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah selama 24 jam serta memberikan manfaat yang lebih dengan biaya yang murah. Hal ini kemudian membuat persaingan industri perbankan menjadi semakin kompetitif dimana bank harus dapat memberikan pelayanan dan kualitas *elektronik banking* yang terbaik agar dapat senantiasa memenuhi kebutuhan nasabah serta memberikan pelayanan yang maksimal demi kepuasan nasabah.

Berdasarkan pemaparan di atas, untuk dapat menyaingi perbankan konvensional, bank syariah harus dapat menjaring nasabah yang berada di segmen loyalis syariah sekaligus yang berada di segmen *floating market* supaya menjadi loyal terhadap bank syariah. Hal ini dapat dicapai dengan

mengembangkan produk-produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah untuk menjaring dan mempertahankan nasabah loyalis syariah. Disamping itu juga dengan memberikan layanan (*online & offline*) yang berkualitas sehingga dapat memuaskan nasabah segmen *floating market* sekaligus loyalis syariah.

Memperoleh dan mempertahankan nasabah merupakan sasaran utama pemasaran perbankan. Pada tingkat persaingan industri perbankan yang ketat, nasabah suatu bank akan terus dihadapkan pada penawaran produk/jasa perbankan dari perusahaan lain. Hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan nasabah serta tingkat loyalitas nasabah suatu bank. Kepuasan nasabah juga sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk loyal terhadap suatu bank. Apabila nasabah tidak terpuaskan dengan pelayanan dari suatu bank atau merasa bahwa produk yang ditawarkan kurang sesuai dan tidak dapat memenuhi kebutuhan maka nasabah akan cenderung mencari alternatif penyedia jasa perbankan lainnya. Jika hal semacam ini terus terjadi dan dialami oleh seluruh nasabah pada satu bank, maka akan sangat mungkin bagi bank tersebut untuk kehilangan nasabahnya. Tanpa nasabah, maka bank tidak dapat beroperasi tidak pula mendapatkan *income*. Hal inilah yang menjadikan peran loyalitas nasabah sangat penting sebagai penjamin bagi kontinuitas bank dalam jangka panjang.

Berdasarkan pemaparan tersebut, bank syariah perlu melakukan upaya-upaya untuk dapat memperoleh dan mempertahankan nasabahnya. Dari segi pemasaran, untuk mendapatkan loyalitas pelanggan, syarat dasarnya ialah dengan menawarkan produk atau jasa yang dapat memuaskan pelanggan,

sedangkan cara untuk memperoleh kepuasan pelanggan yaitu dengan memenuhi harapan pelanggan (Oei, 2009: 40&11). Jika dilihat dari sudut pandang perilaku konsumen, maka hubungan antara kepuasan dan loyalitas dikaji pada tahap-tahap keputusan konsumsi. Dimana konsumen yang menyadari adanya 'kebutuhan' melakukan pencarian informasi dalam rangka memenuhi kebutuhan tersebut dan kemudian melakukan evaluasi atas alternatif produk yang ada. Produk yang paling sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen akan dipilih dan dikonsumsi. Proses konsumsi produk/jasa ini juga kemudian menimbulkan evaluasi pasca konsumsi, dimana konsumen memiliki harapan bagaimana produk tersebut seharusnya berfungsi. Berdasarkan paradigma diskonfirmasi, kepuasan akan terbentuk ketika persepsi terhadap kinerja alternatif produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian (Tjiptono, 2005: 350). Kepuasan inilah yang nantinya akan menjadi dasar bagi keputusan nasabah untuk bersikap loyal.

Berbagai macam upaya dapat dilakukan bank dalam rangka menciptakan kepuasan dan loyalitas nasabah. Salah satunya ialah dengan mengkaji faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah serta menerapkannya dalam kebijakan dan operasional perusahaan (bank). Telah banyak peneliti yang mengkaji faktor-faktor yang secara signifikan dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah. Salah satu topik yang banyak diteliti ialah tentang pengaruh kualitas layanan perbankan, baik layanan secara *offline* maupun layanan *online*.

Dalam Zephan (2018: 12-13) dijelaskan bahwa beberapa hal yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu kesadaran merek, kualitas layanan, serta kepuasan. Dewi Rosa Indah (2016) dalam jurnalnya meneliti tentang Pengaruh *E-Banking* dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah mendapatkan hasil bahwa variabel *e-banking* dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kukuh Familiar & Ida Maftukhah (2015) dalam penelitiannya juga mendapatkan hasil bahwa variabel kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, baik secara langsung maupun melalui variabel kepuasan.

Pemberian kualitas layanan yang prima secara signifikan mampu mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah. Hal ini dikarenakan produk-produk yang ada pada bank syariah sebagian besar diterima dan dikonsumsi pada saat pelayanan berlangsung. Hal ini menjadikan pelayanan menjadi faktor krusial yang dipertimbangkan dan dievaluasi oleh nasabah dalam memenuhi kebutuhannya. Bentuk produk ataupun jasa yang dimiliki oleh bank syariah bisa jadi sama dengan bank syariah yang lainnya, namun pelayanan yang diberikan bisa jadi lebih unggul dari bank syariah yang lain. Pelayanan yang baik akan membuat nasabah nyaman dan lebih dihargai sehingga nasabah akan enggan untuk beralih ke bank lain.

Selain itu layanan *online/e-banking* dengan kualitas yang baik juga dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. seperti yang kita ketahui, *electronic banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan

melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik. Gaya hidup masyarakat yang cenderung “ingin serba praktis” serta tingkat mobilitas yang tinggi tidak memungkinkan nasabah untuk dapat selalu berkunjung ke bank demi mendapatkan pelayanan. Dengan berkembangnya fasilitas elektronik banking saat ini, nasabah menjadi lebih sering berinteraksi dengan *e-banking* dari pada berinteraksi dengan pegawai bank secara langsung karena lebih efisien dan efektif. Hal ini dapat dilihat dari tingkat transaksi e-banking yang senantiasa meningkat. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat frekuensi transaksi pengguna e-banking meningkat sebesar 169%, dari 150,8 juta transaksi pada tahun 2012 menjadi 405,4 juta transaksi pada tahun 2016³. Oleh karena itu, kualitas *e-banking* yang mampu memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan nasabah serta meningkatkan minat pengguna.

Selain kualitas layanan, aspek produk juga sering menjadi perhatian para peneliti. Dalam pemasaran menciptakan atau menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan merupakan salah satu kunci untuk mengelola pelanggan agar terus menggunakan produk (Oei, 2009: 9). Dalam perbankan syariah, nasabah tentunya menginginkan produk yang berlandaskan atas prinsip Islam. Penelitian mengenai pengaruh atribut produk Islam telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Salah satunya ialah penelitian oleh Junusi (2009) yang mendapatkan hasil bahwa atribut produk Islam berpengaruh

³ <http://infobanknews.com/empat-tahun-pengguna-e-banking-meningkat-270/2/>, diakses pada tanggal 5 Juli 2018 pukul 00.03 WIB.

positif terhadap kepuasan nasabah yang pada gilirannya kepuasan akan mempengaruhi loyalitas nasabah.

Atribut produk Islam yang ada pada bank syariah dapat mempengaruhi perasaan puas dan tidak puas nasabah dikarenakan atribut produk menjadi hal yang turut dievaluasi nasabah dalam memenuhi kebutuhannya. Sebelum mengonsumsi suatu produk, nasabah biasanya telah memiliki bayangan/ekspektasi mengenai produk seperti apa yang diinginkan. Pada bank syariah, seseorang menjadi nasabah idealnya karena mencari produk perbankan yang sesuai dengan prinsip keuangan syariah. Diantara prinsip-prinsip tersebut yang paling umum dicari oleh nasabah ialah produk yang tidak mengandung unsur riba dan menggunakan prinsip bagi hasil. Pengelolaan tabungan/dana nasabah yang sesuai dengan prinsip syariah akan menciptakan rasa tenang sekaligus rasa puas pada diri nasabah karena telah memenuhi kebutuhan akan pemenuhan prinsip syariah. Selama kebutuhan tersebut terpenuhi maka nasabah akan terus mengonsumsi produk/layanan bank syariah tersebut.

Dari pemaparan diatas, dapat disimpulkan suatu hubungan kausalitas dimana evaluasi yang dilakukan atas produk dan layanan yang diberikan oleh bank syariah akan membentuk perasaan puas atau tidak puas dalam diri nasabah terhadap jasa/layanan yang dikonsumsi. Kepuasan ini kemudian akan mendorong nasabah untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk yang ditawarkan bank. Begitu pula sebaliknya, perasaan tidak puas akan menyebabkan nasabah kecewa dan menghentikan pembelian kembali produk tersebut (Suwarman, 2011: 387). Kepuasan dan pembelian ulang yang

dilakukan nasabah terus menerus akan membentuk dan menunjukkan loyalitas nasabah terhadap bank.

Salah satu bank yang menyumbangkan aset terbesar terhadap pangsa pasar perbankan syariah ialah PT Bank Syariah Mandiri. Bank Syariah Mandiri merupakan bank umum syariah terbesar berdasarkan aset di Indonesia dengan total aset per Desember 2017 mencapai sekitar Rp87,94 triliun (Laporan Tahunan, 2017: 128). Jumlah ini mencapai sekitar 20,73% dari total aset perbankan syariah. Selain prestasi dalam hal aset, Bank Syariah Mandiri juga meraih beberapa penghargaan terkait prestasi dalam hal pelayanan, diantaranya: Peringkat 1 Satisfaction (Fisik) Bank Umum Syariah, Peringkat 1 Satisfaction (Teller) Bank Umum Syariah, Peringkat 1 Satisfaction (Customer Service) Bank Umum Syariah, Peringkat 1 Satisfaction (ATM) Bank Umum Syariah, Peringkat 1 Satisfaction Bank Umum Syariah, Peringkat 1 Loyalty Bank Umum Syariah pada Satisfaction Loyalty Engagement Award 2018; serta Special Awards "Golden Trophy" pada Banking Service Excellence Award 2018⁴.

Prestasi yang telah diraih Bank Syariah Mandiri tersebut menjadikan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta dipilih sebagai objek penelitian yang penulis lakukan. Wilayah Yogyakarta sendiri dipilih sebagai lokasi penelitian dikarenakan penetrasi perbankan syariah di DIY cenderung tinggi, dimana pangsa aset perbankan syariah di DIY selalu lebih tinggi dari nasional. Berdasarkan data Kajian Ekonomi dan Keuangan Regional Daerah

⁴ <https://syariahamandiri.co.id/tentang-kami/penghargaan>, diakses pada tanggal 12 Oktober 2018 pukul 14.25 WIB.

Istimewa Yogyakarta tahun 2017, pangsa perbankan syariah di Yogyakarta telah berkontribusi 8,32% dari aset Bank Umum, lebih tinggi dibanding pangsa aset perbankan syariah nasional sebesar 5,81%.

Di wilayah Yogyakarta, tersebar 13 jaringan kantor Bank Syariah Mandiri, salah satunya ialah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang. Pada tahun 2015, BSM KCP Yogyakarta Kaliurang ditunjuk sebagai salah satu sampel penilaian bank syariah yang memiliki kualitas jasa pelayanan terbaik. Penilaian tersebut dilakukan oleh kantor wilayah BSM dengan menunjuk seorang *Mysteri Shopper* yang bertugas sebagai survei internal (Ardini, 2016: 7). Perkembangan jumlah nasabah yang menggunakan fasilitas *e-banking* di bank ini juga cukup pesat. Arif Triyono Supriyadi selaku Branch Operation and Service Manager Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang dalam Widyasena (2019: 7) menyatakan bahwa setiap tahun pengguna *e-banking* BSM mengalami peningkatan. Pada tahun 2018 jumlah pengguna ATM sebanyak 4.790 orang mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Jumlah pengguna *internet banking* sebanyak 998 orang, mengalami peningkatan sebesar 15% dari tahun sebelumnya. Sedangkan jumlah pengguna *mobile banking* sebanyak 2.042 orang, mengalami peningkatan sebesar 50% dari tahun sebelumnya.

Berdasarkan pemaparan masalah tersebut, penulis merasa perlu untuk memverifikasi apakah benar bahwasannya persepsi/penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan di BSM KCP Yogyakarta Kaliurang, kualitas *e-banking* BSM, dan atribut produk Islam pada BSM berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah kepada Bank Syariah Mandiri. Oleh sebab itu, penulis

melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas *E-Banking* dan Atribut Produk Islam terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan di atas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah?
2. Bagaimana pengaruh kualitas *electronic banking* terhadap kepuasan nasabah?
3. Bagaimana pengaruh atribut produk Islam terhadap kepuasan nasabah?
4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah?
5. Bagaimana pengaruh kualitas *electronic banking* terhadap loyalitas nasabah?
6. Bagaimana pengaruh atribut produk Islam terhadap loyalitas nasabah?
7. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah?
8. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening?
9. Bagaimana pengaruh kualitas *electronic banking* terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening?
10. Bagaimana pengaruh atribut produk Islam terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin penulis capai yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas *electronic banking* terhadap kepuasan nasabah.
3. Untuk menganalisis pengaruh atribut produk Islam terhadap kepuasan nasabah.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.
5. Untuk menganalisis pengaruh kualitas *electronic banking* terhadap loyalitas nasabah.
6. Untuk menganalisis pengaruh atribut produk Islam terhadap loyalitas nasabah.
7. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah.
8. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening.
9. Untuk menganalisis pengaruh kualitas *electronic banking* terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening.
10. Untuk menganalisis pengaruh atribut produk Islam terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, diantaranya:

1. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan khazanah ilmu serta dapat dijadikan bahan pertimbangan ataupun rujukan bagi penelitian selanjutnya terkait loyalitas nasabah.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sarana pembelajaran bagi peneliti dalam karya ilmiah serta memperdalam pemahaman dan wawasan peneliti mengenai perbankan.

3. Bagi Lembaga Perbankan

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan bagi lembaga keuangan syariah perbankan untuk mengembangkan strategi terkait pemasaran dan peningkatan mutu untuk meningkatkan minat, kepuasan serta loyalitas nasabah.

D. Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih lanjut mengenai skripsi ini, maka materi-materi yang terkandung dalam skripsi ini digolongkan menjadi lima bab yang terdiri dari: Bab I (Pendahuluan), Bab II (Landasan Teori), Bab III (Metode Penelitian), Bab IV (Hasil Penelitian dan Pembahasan), Bab V (Penutup).

Bab I (Pendahuluan) berisi mengenai latar belakang permasalahan yang menjelaskan tentang isu utama penelitian yang didukung oleh fakta-fakta dan

data yang terkait, teori utama yang digunakan, dan juga penegasan judul penelitian. Selain itu pada bab ini juga dijelaskan rumusan masalah serta tujuan dan manfaat dari penelitian ini.

Bab II (Landasan Teori) berisi mengenai semua teori yang digunakan dalam meneliti permasalahan. Teori tersebut akan mengandung uraian dari teori utama yang digunakan yakni mengenai perilaku konsumen dalam mengambil keputusan, kemudian teori mengenai variabel penelitian berupa Kualitas Layanan, Kualitas *E-Banking*, Atribut Produk Islam, Kepuasan serta Loyalitas. Point penting dari bab ini adalah untuk memperoleh pemahaman serta kerangka yang menjadi landasan dalam melakukan penelitian.

Bab III (Metode Penelitian) menjelaskan tentang variabel penelitian dan definisi operasional dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian, sumber data, serta teknik analisis data berupa alat analisis yang digunakan dalam penelitian.

Bab IV (Hasil Penelitian dan Pembahasan) mengemukakan proses analisis sesuai dengan alat analisis yang sudah dikemukakan pada bab sebelumnya. Selain itu Bab IV juga menguraikan tentang hasil penelitian berupa pembahasan terhadap analisis deskriptif dari data yang telah diperoleh dan diolah sebelumnya beserta analisis hubungan antar variabel. Penyajian hasil penelitian berupa teks, table dan gambar. Hasil penelitian memuat data utama, data penunjang, dan pelengkap yang diperlukan di dalam penelitian, yang disertai penjelasan tentang makna atau arti dari data yang terdapat dalam tabel, gambar, grafik yang dicantumkan. Uraian pembahasan merupakan penafsiran

dari penulis yang dapat mendukung, tidak sama, atau bertentangan dengan hasil penelitian sebelumnya dan teori yang digunakan sebagai dasar perumusan hipotesis.

Bab V (Penutup) berisi kesimpulan dari penelitian, implikasi dari penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya. Penulis juga menyampaikan kekurangan penelitian ini untuk melengkapi analisis penelitian dimasa depan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kualitas *e-banking* dan atribut produk Islam terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening (mediasi). Sebanyak 100 data yang berasal dari kuesioner yang diisi nasabah diolah menggunakan aplikasi SmartPLS dan mendapatkan hasil penelitian dengan kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan nilai *T-statistic* lebih $2,956 > 1,96$ dan nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu sebesar 0,276. Dengan demikian, hipotesis satu (H_1) yang menyatakan bahwa ‘kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah’ terbukti **diterima**.
- b. Kualitas E-Banking berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan dengan nilai *T-statistic* $3,401 > 1,96$ dan nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu sebesar 0,326. Dengan demikian, hipotesis dua (H_2) yang menyatakan bahwa ‘kualitas *e-banking* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah’ terbukti **diterima**.
- c. Atribut Produk Islam berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan nilai *T-statistic* $2,981 > 1,96$ dan nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu sebesar 0,216. Dengan demikian, hipotesis tiga

- (H₃) yang menyatakan bahwa ‘atribut produk islam berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah’ terbukti **diterima**.
- d. Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dengan nilai *T-statistic* $1,393 < 1,96$ dan nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu sebesar 0,174. Dengan demikian, hipotesis empat (H₄) yang menyatakan bahwa ‘kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah’ terbukti **ditolak**.
- e. Kualitas E-Banking tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dengan nilai *T-statistic* $0,092 < 1,96$ dan nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu sebesar 0,010. Dengan demikian, hipotesis lima (H₅) yang menyatakan bahwa ‘kualitas *e-banking* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah’ terbukti **ditolak**.
- f. Atribut Produk Islam tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dengan nilai *T-statistic* $1,422 < 1,96$ dan nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu sebesar 0,114. Dengan demikian, hipotesis enam (H₆) yang menyatakan bahwa ‘atribut produk islam berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah’ terbukti **ditolak**.
- g. Kepuasan Nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dengan nilai *T-statistic* $4,777 > 1,96$ dan nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu sebesar 0,524. Dengan demikian, hipotesis tujuh (H₇) yang menyatakan bahwa ‘kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah’ terbukti **diterima**.

- h. Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Variabel Intervening Kepuasan Nasabah dengan nilai *T-statistic* $2,826 > 1,96$ dan nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu sebesar 0,319. Dengan demikian, hipotesis delapan (H_8) yang menyatakan bahwa ‘kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening’ terbukti **diterima**.
- i. Kualitas *E-Banking* tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Variabel Intervening Kepuasan Nasabah dengan nilai *T-statistic* $1,545 < 1,96$ dan nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu sebesar 0,181. Dengan demikian, hipotesis sembilan (H_9) yang menyatakan bahwa ‘kualitas *e-banking* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening’ terbukti **ditolak**.
- j. Atribut Produk Islam berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Variabel Intervening Kepuasan Nasabah dengan nilai *T-statistic* $2,646 > 1,96$ dan nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu sebesar 0,228. Dengan demikian, hipotesis sepuluh (H_{10}) yang menyatakan bahwa ‘atribut produk Islam berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening’ terbukti **diterima**.

B. Implikasi

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian, dapat disimpulkan terdapat pengaruh dari kualitas layanan, kualitas *e-banking* dan atribut produk Islam terhadap kepuasan, sehingga kemudian kualitas layanan dan atribut produk Islam dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Artinya adalah nasabah menganggap bahwa variabel independen yang diuji pada penelitian ini merupakan variabel penting yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Selanjutnya kepuasan juga memainkan peran penting untuk dapat membuat nasabah loyal terhadap bank syariah.

Kualitas layanan dan atribut produk Islam berpengaruh positif terhadap kepuasan yang mana pada gilirannya dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Hal ini berarti pemenuhan harapan nasabah terhadap kualitas layanan dan atribut produk Islam sangat penting untuk dapat membuat nasabah menjadi loyal terhadap bank. Sehingga berkaitan dengan penelitian ini, BSM harus senantiasa mempertahankan sekaligus meningkatkan kualitas layanannya sehingga nasabah dapat puas dan kemudian loyal. BSM juga perlu memberikan edukasi atau wawasan mengenai prinsip-prinsip keuangan Islam kepada nasabah sekaligus calon nasabah agar mereka semakin merasakan kebutuhan akan produk-produk bank syariah serta dapat merasakan manfaat yang maksimal dari penggunaan produk bank syariah. Ketika produk dapat bekerja secara maksimal memenuhi harapan nasabah, maka nasabah akan puas dan menjadi loyal terhadap bank.

Kualitas *e-banking* sendiri hanya berpengaruh terhadap kepuasan, namun tidak dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Dalam penelitian ini kualitas *e-banking* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah diduga disebabkan oleh fasilitas *e-banking* BSM yang tidak jauh berbeda dengan fasilitas bank-bank lainnya. Artinya adalah BSM belum unggul dalam hal kualitas maupun diferensiasi fasilitas *e-banking*, sehingga nasabah tidak menjadikan kualitas *e-banking* menjadi hal yang penting dalam menentukan keputusan mereka untuk loyal. Dengan demikian, peningkatan kualitas dan inovasi terhadap fasilitas *e-banking* yang ada merupakan “PR” bagi BSM agar kemudian *e-banking* dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan loyalitas nasabah.

C. Saran

1. Pada penelitian ini, penulis hanya menggunakan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang sebagai sampel. Untuk penelitian selanjutnya lebih baik lagi jika menambahkan populasi yang lebih luas untuk dijadikan sampel. Selain itu akan lebih baik juga melakukan penelitian dengan menggunakan dua atau lebih bank syariah agar dapat dijadikan perbandingan.
2. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain berdasarkan hasil pengujian yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.
3. Bagi Bank Syariah Mandiri, bawasannya agar tetap meningkatkan kualitas *e-banking* yang dimiliki, serta terus melakukan inovasi supaya *e-banking*

yang dimiliki memiliki cirikhas atau keunggulan dari *e-banking* bank lain sehingga dapat memenangkan persaingan sekaligus menarik pelanggan baru.



DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Ni Made Savitri & Ni Nyoman Kerti Yasa. 2012. *E-Service Quality terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Menggunakan Internet Banking*. Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol. 16 No. 2.
- Ardini, Alfin Lingga. 2016. *Analisa Kepuasan Nasabah terhadap Kinerja Jasa Pelayanan dengan Metode Importance & Performance Matrix (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang)*. Skripsi. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Bakhtiar, M Rifki. 2011. *Pengaruh Atribut Produk Islam dan Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Pertumbuhan Pendapatan dan Return on Assets (ROA) dengan Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Bank Umum Syariah di Indonesia)*. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Bank Indonesia. 2007. *Peraturan Bank Indonesia Nomor 9/15/PBI/2007 Tentang Penerapan Manajemen Risiko dalam Pennggunaan Teknologi Informasi oleh Bank Umum*. Diunduh dari <https://www.bi.go.id/id/peraturan/perbankan/Documents/f116ac3d6cdb42cf845f97e4cbf571d2PBINo915PBI2007Tgl30Nov2007.pdf> pada tanggal 01 Juni 2018.
- Cannon, Joseph P., Jr. William D. Perrault, E. Jerome McCarthy. 2008. *Pemasaran Dasar: Pendektan Manajerial Global*. Jakarta: Salemba Empat.
- Familiar, Kukuh dan Ida Maftukhah. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan*. Management Analysis Journal 4 (4) (2015).
- Fauziah, Nurul. 2016. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada BNI Syariah Kantor Cabang Kusumanegara Yogyakarta)*. Skripsi. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Hair, Joseph F, et al. 2017. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), Second Edition*. Los Angeles: SAGE Publications, Inc.
- Hidayat, Rachmad & Sabarudin Akhmad. 2015. *The Influence of Service Quality, Religious Commitment and Trust on The Customers' Satisfaction and Loyalty and Decision to do The Transaction in Mandiri Sharia Bank of Jawa Timur*. Jurnal Al-Ulum Vol. 15 No. 1, Juni 2015.

- Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Indah, Dewi Rosa. 2016. *Pengaruh E-banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa*. Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol.5, No.2, November 2016 ISSN 2252-844X.
- Indriantoro, Nur & Bambang Supomo. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Iqbal, Zamir. 1997. *Islamic Financial Systems*. Finance & Development, Juni 1997. Diunduh dari <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/1997/06/pdf/iqbal.pdf> pada tanggal 17 Juli 2018.
- Jasfar, Farida. 2012. *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis dan Jasa: Sumber Daya Manusia, Inovasi, dan Kepuasan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jisana T.K. 2014. *Consumer Behaviour Models: An Overview*. Sam Om Journal of Commerce & Management, Volume 1 Issue 5, May 2014, Online ISSN-2347-7563.
- Jogiyanto & Willy Abdillah. 2014. *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Junusi, Rahman El. 2009. Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syari'ah (Pada Bank Muamalat Kota Semarang). The 9th Annual Conference on Islamic Studies (ACIS), Surakarta, 2-5 November 2009.
- Kartajaya, Hermawan & Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Penerbit Mizan.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kurniati. 2016. *Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia Vol.6 No.1, Juni 2016.
- Laporan Tahunan. 2017. *Tumbuh Sehat Berkelanjutan, Mengalirkan Berkah untuk Negeri*. PT Bank Syariah Mandiri.

- Lovelock, Christopher H dan Lauren K Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.
- Oei, Istijanto. 2009. *Marketing for Everyone: Kunci Sukses bagi Manajer, Salesman, Karyawan, UKM, Selebriti, Politisi, Negarawan, dan Diri Sendiri*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2017. *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah (LPKS) 2016*. Diunduh dari [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Laporan-Perkembangan-Perbankan-dan-Keuangan-Syariah-2016/Laporan%20Perkembangan%20Keuangan%20Syariah%20\(LPKS\)%202016.pdf](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Laporan-Perkembangan-Perbankan-dan-Keuangan-Syariah-2016/Laporan%20Perkembangan%20Keuangan%20Syariah%20(LPKS)%202016.pdf) pada tanggal 14 Maret 2019.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2018. *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah (LPKS) 2017*. Diunduh dari [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Laporan-Perkembangan-Keuangan-Syariah-2017/Laporan%20Perkembangan%20Keuangan%20Syariah%20Indonesia%20\(LPksi\)%202017%20%20\(final\).pdf](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Laporan-Perkembangan-Keuangan-Syariah-2017/Laporan%20Perkembangan%20Keuangan%20Syariah%20Indonesia%20(LPksi)%202017%20%20(final).pdf) pada tanggal 14 Maret 2019.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2018. *Statistik Perbankan Syariah (Maret 2018)*. Diunduh dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Maret-2018/SPS%20Maret%202018.pdf> pada tanggal 26 Mei 2018.
- Pinontoan, Wulan. 2013. *Pengaruh E-Banking, Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Mandiri Cabang Manado*. Jurnal EMBA, Vol.1 No.4 Desember 2013.
- Putri, Aditia Lissa. 2017. *Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada KJKSBMT Dana Mulia Mangu)*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Quthb, Sayyid. 2002. *Tafsir fi zhilalil Qur'an di bawah naungan Al-Qur'an jilid 3*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Rachmatiwi, Oni Dian, Achmad Fauzi, Kadarisman Hidayat. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Nasabah Tabungan PT. Bank Mandiri Persero Tbk Kantor Cabang Kota Batu)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 29 No. 1 Desember 2015.

- Rafidah. 2014. *Kualitas Pelayanan Islami pada Perbankan Syariah*. Nalar Fiqh Vol.10 No.2 Desember 2014.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Sari, Dewi Kartika & Ibnu Khajar. 2008. *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Riset Bisnis Indonesia, Vol. 4 No. 2 Juli 2008.
- Shihab, M Quraish. 2002. *Tafsir Al Mishbah: pesan, kesan, dan keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati.
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Solimun, dkk. 2017. *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WrapPLS*. Malang: UB Press
- Suwarman, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*, Cet. 1 Ed. 2. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality, & Satisfaction, Edisi 4*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Wahyuddin, dkk. 2009. *Pendidikan Agama Islam untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta: Grasindo.
- Widyasena, Bagaskara. 2019. *Pengaruh Trust in a Brand terhadap Brand Loyalty E-Banking Bank Syariah Mandiri (Studi pada Nasabah Pengguna E-Banking Bank Syariah Mandiri Branch Kaliurang)*. Skripsi. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Winarti, Ch. Endah. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan, Iklan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bukopin di Daerah Setiabudi, Jakarta Selatan*. Probank, Jurnal Ekonomi dan Perbankan, vol. 2 no. 2.
- Wiyono, Gendro. 2011. *3 in 1 Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Yusmad, Muammar Arafat. 2018. *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.

Zephan, Njei. 2018. *Relationship between Customer Satisfaction and Customer Loyalty*. Thesis. Centria University of Applied Sciences Kokkola.

<https://kbbi.web.id/kualitas>, diakses pada tanggal 6 Juni 2018 pukul 13.42 WIB.

<https://kbbi.web.id/layan>, diakses pada tanggal 6 Juni 2018 pukul 13.42 WIB.

<http://infobanknews.com/empat-tahun-pengguna-e-banking-meningkat-270/2/>, diakses pada tanggal 5 Juli 2018 pukul 00.03 WIB.

<http://www.beritasatu.com/bank-dan-pembiayaan/121684-perbankan-syariah-kekurangan-nasabah-loyal.html>, diakses pada tanggal 23 September 2018 pukul 20.23 WIB.

<https://www.republika.co.id/berita/breaking-news/ekonomi/09/08/05/66928--fitur-produk-syariah-harus-sesuai-dengan-karakteristik-nasabah->, diakses pada tanggal 23 September 2018 pukul 21.14 WIB.

<https://syariahmandiri.co.id/tentang-kami/penghargaan>, diakses pada tanggal 12 Oktober 2018 pukul 14.25 WIB.



The logo of the State Islamic University Sunan Kalijaga Yogyakarta is centered in the background. It features a complex, symmetrical geometric pattern in a light beige color, resembling a stylized star or a traditional Islamic motif. Below this pattern is a large, stylized green letter 'U' that incorporates a vertical bar, forming a unique emblem.

LAMPIRAN

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas *E-Banking* dan Atribut Produk Islam terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening

Yth. Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang
Di tempat.

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Yang mengajukan permohonan untuk pengisian kuesioner ini:

Nama : Hasna Farah Wijaya

NIM : 14820020

Status : Mahasiswa Program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Dengan Hormat,

Kuesioner ini diajukan untuk keperluan skripsi mengenai “**Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas *E-Banking* dan Atribut Produk Islam terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening**”. Sehubungan dengan hal tersebut peneliti memohon bantuan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan penilaian secara objektif. Data yang Anda isikan ini akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis penelitian semata. Atas bantuan dan partisipasinya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Peneliti

Hasna Farah Wijaya

(lanjutan)

BAGIAN I: DATA RESPONDEN

Berilah tanda (✓) bagi jawaban yang mewakili Saudara/i.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan (*coret yang tidak sesuai)
3. Umur :
4. Pendidikan terakhir :

<input type="checkbox"/> SD	<input type="checkbox"/> Diploma
<input type="checkbox"/> SMP	<input type="checkbox"/> Sarjana
<input type="checkbox"/> SMA	
5. Pekerjaan saat ini :

<input type="checkbox"/> Pelajar/Mahasiswa	<input type="checkbox"/> Wiraswasta
<input type="checkbox"/> Pegawai Swasta	<input type="checkbox"/> Lainnya
<input type="checkbox"/> Pegawai Negeri	
6. Jenis layanan *E-Banking* yang digunakan? (boleh lebih dari satu)
 - ☐ ATM BSM
 - ☐ Mandiri Syariah Mobile (aplikasi mobile banking)
 - ☐ BSM Net Banking (website internet banking)
7. Berapa rata-rata penghasilan Anda perbulan?

<input type="checkbox"/> < 1 Juta	<input type="checkbox"/> > 3 – 5 Juta
<input type="checkbox"/> 1 – 3 Juta	<input type="checkbox"/> > 5 Juta
8. Sudah berapa lama Anda menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri?
 - ☐ < 1 Tahun
 - ☐ 1 – 3 Tahun
 - ☐ > 3 – 5 Tahun
 - ☐ > 5 Tahun

(lanjutan)

BAGIAN II: KUESIONER UTAMA

Berilah tanda (✓) pada kolom yang paling sesuai dengan jawaban Anda.

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

NO.	PERTANYAAN	PILIHAN JAWABAN			
		STS	TS	S	SS
	Variabel Kualitas Layanan				
1.	Bank Syariah Mandiri memberikan layanan yang akurat dan tepat waktu.				
2.	Karyawan Bank Syariah Mandiri merespon permintaan dengan baik dan cepat (segera).				
3.	Karyawan Bank Syariah Mandiri selalu bersikap sopan serta menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan.				
4.	Karyawan Bank Syariah Mandiri mendengarkan keluhan pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan.				
5.	Fasilitas kantor dan ruang tunggu di Bank Syariah Mandiri bersih dan nyaman.				
	Variabel Kualitas E-Banking	STS	TS	S	SS
1.	Informasi yang disediakan oleh layanan <i>e-banking</i> akurat, <i>up to date</i> dan mudah dipahami.				
2.	Pengoperasian layanan <i>e-banking</i> mudah dipelajari.				
3.	Layanan <i>e-banking</i> memiliki tampilan yang menarik dan rapih.				
4.	Layanan <i>e-banking</i> memproses transaksi dengan tepat dan dapat diakses setiap saat.				
5.	Layanan <i>e-banking</i> memproses transaksi dengan cepat dan menyediakan solusi masalah.				
6.	Layanan <i>e-banking</i> memiliki teknologi sistem keamanan yang baik.				
7.	Layanan <i>e-banking</i> menyediakan transaksi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.				

(lanjutan)

	Variabel Atribut Produk Islam	STS	TS	S	SS
1.	Menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri karena menghindari unsur Riba.				
2.	Menabung di Bank Syariah Mandiri karena operasionalnya menggunakan sistem bagi hasil (risiko dan keuntungan ditanggung bersama).				
3.	Menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri karena transaksi yang dilakukan terbebas dari unsur ketidak-pastian yang ekstrim (penuh risiko) dan judi.				
4.	Menabung di Bank Syariah Mandiri karena dana diinvestasikan ke usaha-usaha yang halal.				
	Variabel Kepuasan Nasabah	STS	TS	S	SS
1.	Saya puas menabung di Bank Syariah Mandiri.				
2.	Layanan yang diberikan Bank Syariah Mandiri telah memenuhi harapan Saya.				
3.	Bank Syariah Mandiri memberikan kualitas produk yang sesuai dengan apa yang seharusnya diberikan bank kepada nasabah.				
	Variabel Loyalitas Nasabah	STS	TS	S	SS
1.	Saya menggunakan layanan Bank Syariah Mandiri secara berulang.				
2.	Saya akan menggunakan layanan dan produk yang ada di Bank Syariah Mandiri untuk berbagai jenis transaksi dan akad.				
3.	Saya merekomendasikan Bank Syariah Mandiri kepada orang lain.				
4.	Saya tidak tertarik untuk berpindah ke bank lain.				
5.	Saya senantiasa menceritakan hal positif tentang Bank Syariah Mandiri kepada orang lain.				

Lampiran 2: Hasil Coding

No.	KL 1	KL 2	KL 3	KL 4	KL 5	JML. KL	KEB 1	KEB 2	KEB 3	KEB 4	KEB 5	KEB 6	KEB 7	JML. KEB	API 1	API 2	API 3	API 4	JML. API	K 1	K 2	K 3	JML. K	L 1	L 2	L 3	L 4	L 5	JML. L
1	4	3	4	4	3	18	4	3	3	4	4	4	4	26	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	4	2	2	3	14
2	3	3	4	4	4	18	3	3	3	3	3	3	4	22	4	3	2	4	13	4	4	4	12	3	3	4	3	4	17
3	3	3	4	4	3	17	3	4	2	3	3	4	3	22	4	4	4	2	14	3	2	4	9	4	3	4	2	3	16
4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	3	3	3	3	12	4	4	4	12	4	3	3	3	3	16
5	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
6	3	4	4	3	4	18	4	4	3	4	2	3	4	24	3	4	3	4	14	4	4	4	12	3	4	4	2	4	17
7	4	3	4	4	3	18	4	4	3	4	4	3	4	26	3	3	3	3	12	3	3	4	10	3	3	3	2	3	14
8	3	3	4	2	3	15	3	3	3	3	2	2	3	19	2	1	2	3	8	3	3	2	8	2	2	2	2	2	10
9	3	3	3	3	4	16	3	3	3	3	3	2	3	20	4	2	3	4	13	2	1	1	4	1	2	1	1	2	7
10	2	3	3	3	3	14	3	3	3	3	3	3	3	21	1	1	3	2	7	3	2	3	8	4	2	2	2	2	12
11	3	3	3	3	3	15	2	2	2	2	2	3	3	16	2	3	3	3	11	2	3	3	8	3	2	3	2	3	13
12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
13	3	4	4	3	4	18	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	3	3	14	4	4	4	12	4	4	4	3	4	19
14	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	3	3	21	4	3	3	4	14	4	4	4	12	4	3	3	3	3	16
15	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	3	3	24	4	3	3	3	13	4	4	3	11	4	3	3	2	3	15
16	3	3	3	3	4	16	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	12	3	3	3	9	2	2	3	2	3	12

(lanjutan)

17	3	3	4	3	3	16	3	3	4	4	3	3	3	23	3	2	3	3	11	4	3	3	10	3	4	3	3	4	17
18	4	3	3	3	4	17	3	3	3	3	3	3	4	22	4	3	4	3	14	4	4	4	12	3	3	3	2	3	14
19	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	3	4	4	26	3	3	3	4	13	4	4	3	11	3	3	4	2	3	15
20	4	4	3	3	4	18	4	4	3	4	4	3	4	26	4	3	3	4	14	3	4	4	11	4	3	3	3	3	16
21	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	3	3	3	22	4	3	3	4	14	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
22	3	3	2	3	3	14	3	3	2	3	3	3	3	20	4	3	4	4	15	3	3	3	9	3	3	2	2	2	12
23	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	3	3	24	4	4	4	4	16	4	3	3	10	4	4	4	3	4	19
24	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	3	4	15	3	2	3	8	2	2	3	2	2	11
25	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	3	4	27	4	4	4	4	16	4	3	4	11	4	4	4	4	3	19
26	4	4	3	4	3	18	4	3	4	4	3	3	4	25	4	3	4	3	14	4	3	3	10	4	4	4	3	3	18
27	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
28	3	3	4	3	4	17	3	3	3	3	3	4	3	22	4	4	4	4	16	3	3	4	10	3	3	4	3	3	16
29	3	3	3	1	4	14	3	3	2	3	3	3	3	20	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
30	4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	3	3	3	23	3	3	3	3	12	3	3	3	9	4	3	4	4	4	19
31	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	4	4	23	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	3	4	3	4	17
32	3	4	4	4	4	19	3	3	3	4	3	3	3	22	4	4	3	3	14	4	4	4	12	3	3	4	3	3	16
33	3	4	4	3	3	17	3	3	3	4	3	3	3	22	4	3	3	3	13	4	3	3	10	3	3	3	4	4	17
34	3	4	3	4	3	17	4	3	3	4	3	3	4	24	3	3	4	3	13	3	4	3	10	3	3	4	3	3	16
35	3	3	3	3	4	16	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	4	4	16	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
36	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	4	3	4	4	15	4	4	4	12	4	3	4	3	4	18
37	4	4	3	3	2	16	4	4	3	3	4	4	3	25	4	3	1	2	10	4	3	3	10	4	4	3	2	4	17

(lanjutan)

38	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
39	3	3	1	3	3	13	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	12	3	3	3	9	2	2	3	3	3	13
40	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	4	4	16	3	3	3	9	3	3	4	3	4	17
41	4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	4	3	4	24	3	3	3	3	12	4	4	4	12	4	4	4	3	4	19
42	4	4	3	2	4	17	4	4	4	3	4	4	4	27	3	1	2	2	8	2	3	3	8	3	3	2	2	2	12
43	3	4	3	3	4	17	4	4	3	4	4	4	4	27	4	2	4	4	14	4	3	4	11	3	3	2	1	1	10
44	3	4	2	3	4	16	3	3	3	4	3	3	4	23	3	2	2	4	11	3	2	3	8	3	3	2	3	2	13
45	4	3	2	3	3	15	4	3	3	4	3	3	3	23	3	3	4	3	13	3	3	3	9	3	4	4	3	4	18
46	4	4	3	3	4	18	4	4	3	4	3	3	4	25	3	4	3	3	13	4	3	3	10	3	3	4	2	3	15
47	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	3	4	4	4	15	4	4	4	12	4	4	4	3	4	19
48	3	3	3	3	4	16	4	3	3	4	4	3	3	24	2	3	3	3	11	3	3	3	9	3	2	4	2	3	14
49	3	3	3	3	4	16	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	4	4	16	3	3	3	9	3	2	3	3	3	14
50	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	3	3	24	4	4	4	3	15	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
51	3	3	3	3	3	15	2	3	2	2	2	2	2	15	3	4	3	4	14	2	2	3	7	2	2	2	1	3	10
52	3	3	3	3	3	15	3	3	2	3	3	3	3	20	4	3	3	3	13	3	3	3	9	3	3	3	2	3	14
53	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
54	3	3	3	3	3	15	2	3	3	3	3	3	3	20	2	2	2	2	8	3	3	3	9	3	3	3	2	3	14
55	4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	3	3	3	23	3	3	3	4	13	3	3	2	8	3	3	3	2	3	14
56	3	3	3	4	4	17	2	2	3	3	4	4	3	21	1	2	3	3	9	3	2	2	7	3	3	2	2	2	12
57	3	3	4	4	2	16	4	3	3	3	4	3	4	24	3	2	4	3	12	3	4	3	10	4	3	4	3	4	18
58	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	4	4	28	4	3	2	4	13	3	3	3	9	2	2	3	3	4	14

(lanjutan)

59	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	4	3	26	4	3	3	4	14	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
60	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16	3	4	4	11	4	4	4	4	4	20
61	3	3	3	4	3	16	3	3	2	2	2	2	3	17	2	2	2	2	8	3	1	2	6	3	2	1	1	2	9
62	3	3	3	3	3	15	2	3	3	4	4	3	3	22	3	3	4	3	13	3	2	3	8	3	2	3	2	3	13
63	4	4	3	4	3	18	4	4	4	4	3	3	3	25	4	4	4	4	16	3	3	4	10	4	4	4	4	3	19
64	3	3	4	4	4	18	4	4	3	3	3	3	3	23	3	3	3	3	12	4	4	4	12	3	3	3	3	3	15
65	3	4	3	3	3	16	3	4	4	3	3	3	3	23	2	2	3	3	10	3	3	3	9	3	3	3	2	3	14
66	4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	4	4	3	25	4	4	4	4	16	3	3	3	9	2	2	2	2	3	11
67	4	4	4	3	4	19	2	3	3	4	4	3	4	23	4	3	4	3	14	3	3	4	10	2	1	2	2	4	11
68	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	4	4	28	3	4	4	4	15	3	3	3	9	3	3	3	2	2	13
69	3	4	4	3	4	18	3	3	3	3	3	3	3	21	3	4	4	4	15	3	3	3	9	3	3	3	2	3	14
70	3	3	4	3	3	16	3	3	3	3	3	4	4	23	3	3	4	3	13	4	3	3	10	3	3	4	2	3	15
71	3	3	3	3	4	16	3	4	3	3	3	3	3	22	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	2	3	14
72	3	2	4	4	3	16	3	3	3	3	4	4	3	23	4	3	2	4	13	3	2	3	8	4	3	3	2	2	14
73	3	3	2	3	3	14	3	3	3	3	2	3	2	19	3	3	2	3	11	3	3	3	9	3	2	3	2	3	13
74	3	3	3	3	2	14	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	2	4	14	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
75	3	4	3	4	2	16	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	4	4	16	4	3	3	10	3	3	3	2	3	14
76	4	4	4	4	4	20	3	4	3	3	3	3	3	22	4	4	4	4	16	4	4	3	11	3	3	4	3	3	16
77	3	3	4	3	4	17	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	2	2	13
78	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	4	4	3	24	4	4	4	4	16	3	4	4	11	4	4	4	2	4	18
79	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	3	4	15	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15

(lanjutan)

80	3	3	4	3	4	17	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	12	4	3	3	10	3	3	3	2	2	13
81	4	4	4	3	4	19	4	3	4	4	4	4	4	27	4	3	4	4	15	4	4	4	12	4	3	3	3	3	16
82	3	3	4	4	4	18	2	3	3	3	3	4	3	21	3	3	3	3	12	3	4	3	10	3	3	3	2	4	15
83	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
84	4	4	4	4	4	20	2	4	3	2	3	3	4	21	3	4	3	4	14	4	4	3	11	4	4	4	2	4	18
85	3	4	4	4	4	19	2	3	2	3	3	2	2	17	3	3	3	3	12	3	2	3	8	4	3	4	2	3	16
86	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	2	3	3	14
87	3	3	4	3	4	17	3	3	4	4	3	4	4	25	3	3	4	4	14	4	4	3	11	3	3	3	2	3	14
88	3	4	3	3	3	16	3	3	3	3	3	3	3	21	4	3	3	3	13	4	3	3	10	4	2	4	3	2	15
89	4	4	4	3	4	19	3	3	3	3	3	4	4	23	3	4	4	3	14	4	4	3	11	4	3	4	3	4	18
90	3	3	4	4	4	18	3	2	3	3	3	3	3	20	3	4	3	4	14	4	3	3	10	4	4	3	2	3	16
91	3	4	4	4	3	18	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	12	3	4	3	10	4	3	3	3	3	16
92	3	3	3	3	3	15	2	3	2	2	3	3	2	17	2	3	3	3	11	3	2	2	7	2	2	3	2	2	11
93	3	3	3	3	3	15	3	4	3	3	3	3	3	22	4	3	3	3	13	3	3	3	9	3	3	3	2	3	14
94	2	2	3	2	3	12	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	12	3	3	3	9	2	2	3	2	3	12
95	4	4	4	3	3	18	4	4	3	3	3	3	3	23	4	4	4	3	15	3	3	3	9	4	3	2	3	3	15
96	3	3	4	3	3	16	3	4	2	3	3	3	3	21	4	3	2	3	12	4	3	4	11	3	4	3	4	3	17
97	4	4	4	3	3	18	3	4	3	3	4	3	3	23	3	3	2	3	11	3	4	3	10	3	3	3	3	3	15
98	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
99	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	1	2	2	2	10
##	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	4	3	26	4	4	4	3	15	4	4	3	11	4	4	4	3	3	18

Lampiran 3: Output Analisis *Outer Model*

Outer Loadings

LOYALITAS.splsm

PLS Algorithm (Run No. 1)

Outer Loadings

Matrix

	Atribut Produk...	Kepuasan	Kualitas E-Ban...	Kualitas Layanan	Loyalitas
API1	0.786				
API2	0.865				
API3	0.683				
API4	0.699				
K1		0.795			
K2		0.869			
K3		0.825			
KEB1			0.761		
KEB2			0.609		
KEB3			0.759		
KEB4			0.745		
KEB5			0.728		
KEB6			0.697		
KEB7			0.759		
KL1				0.778	
KL2				0.772	
KL3				0.732	
KL4				0.689	
KL5				0.540	
L1					0.745
L2					0.786
L3					0.817
L4					0.711
L5					0.733

(lanjutan)

Cross Loadings

LOYALITAS.splsm

PLS Algorithm (Run No. 1)

Discriminant Validity

Fornell-Larcker Criteri...

Cross Loadings

Heterotrait-Monotrait R...

Heterotrait-Monotrait R...

	Atribut Produk...	Kepuasan	Kualitas E-Ban...	Kualitas Layanan	Loyalitas
API1	0.786	0.394	0.331	0.332	0.325
API2	0.865	0.382	0.145	0.365	0.449
API3	0.683	0.300	0.316	0.312	0.278
API4	0.699	0.235	0.277	0.296	0.161
K1	0.312	0.795	0.411	0.482	0.528
K2	0.349	0.869	0.497	0.520	0.610
K3	0.443	0.825	0.488	0.398	0.548
KEB1	0.276	0.391	0.761	0.437	0.352
KEB2	0.192	0.348	0.609	0.424	0.277
KEB3	0.196	0.343	0.759	0.486	0.392
KEB4	0.304	0.412	0.745	0.399	0.319
KEB5	0.227	0.308	0.728	0.450	0.280
KEB6	0.292	0.444	0.697	0.393	0.319
KEB7	0.200	0.548	0.759	0.438	0.315
KL1	0.358	0.443	0.564	0.778	0.425
KL2	0.287	0.416	0.499	0.772	0.404
KL3	0.286	0.472	0.368	0.732	0.402
KL4	0.352	0.327	0.347	0.689	0.413
KL5	0.228	0.307	0.287	0.540	0.125
L1	0.198	0.519	0.356	0.478	0.745
L2	0.325	0.538	0.420	0.430	0.786
L3	0.412	0.566	0.311	0.387	0.817
L4	0.332	0.439	0.343	0.270	0.711
L5	0.344	0.501	0.267	0.408	0.733

(lanjutan)

Composite Reliability

LOYALITAS.splsm	PLS Algorithm (Run No. 1)
-----------------	---------------------------

Construct Reliability and Validity

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted ...	Copy to Clipboard:
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	
Atribut Produk Islam	0.762	0.800	0.846	0.580	
Kepuasan	0.774	0.779	0.869	0.689	
Kualitas E-Banking	0.848	0.854	0.885	0.525	
Kualitas Layanan	0.749	0.771	0.831	0.500	
Loyalitas	0.816	0.821	0.872	0.577	

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Lampiran 4: Output Analisis *Inner Model*

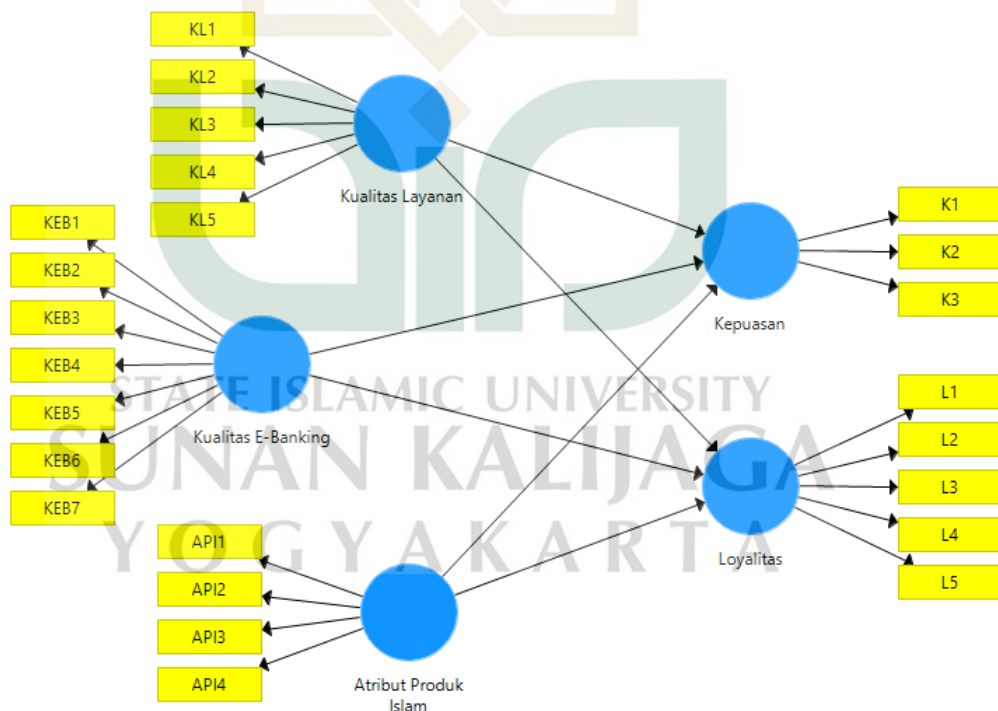
Adjusted R²

LOYALITAS.splsm PLS Algorithm (Run No. 1)

R Square

Matrix	R Square	R Square Adjusted
	R Square	R Square Adjusted
Kepuasan	0.434	0.416
Loyalitas	0.500	0.479

Gambar Model Struktural untuk Uji Efek Utama (Variabel Independen ke Variabel Dependen) dan Uji Pengaruh Variabel Independen ke Variabel Mediasi [langkah 1 dan 2]

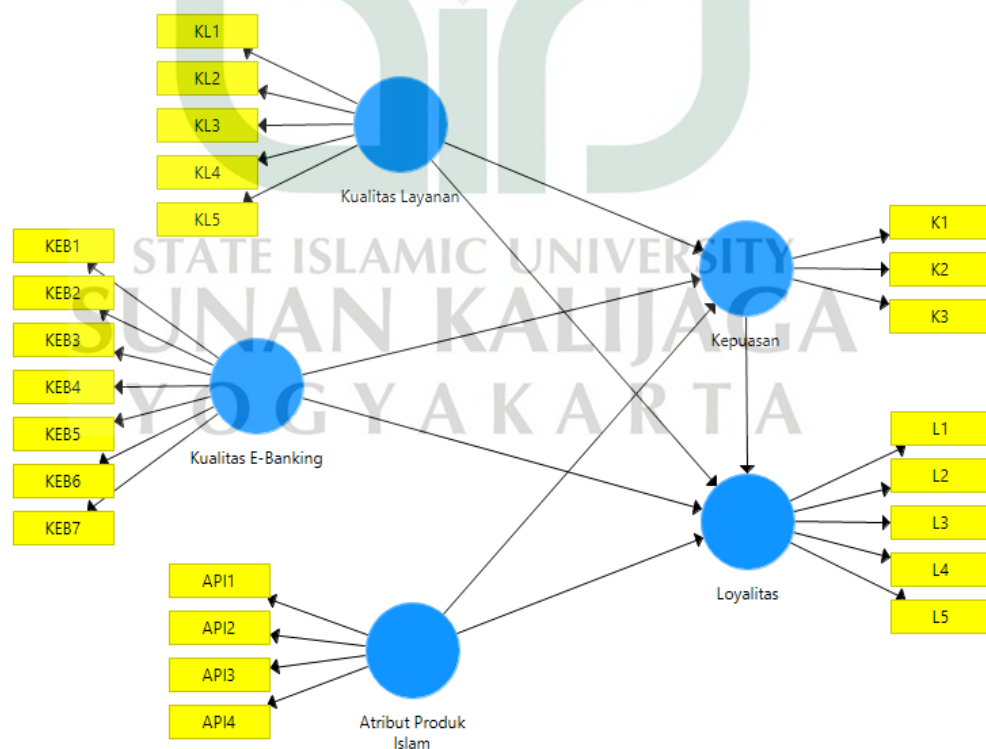


(lanjutan)

Output *Path Koefisien* untuk Uji Efek Utama (Variabel Independen ke Variabel Dependen) dan Uji Pengaruh Variabel Independen ke Variabel Mediasi [langkah 1 dan 2]

*LOYALITAS II.splsm PLS Algorithm (Run No. 1) Bootstrapping (Run No. 1)						
Path Coefficients						
Mean, STDEV, T-Values, P-Values	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias C...	Samples	Copy to Clipboard:	Excel Format	
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	
Atribut Produk Islam -> Kepuasan	0.218	0.214	0.078	2.807	0.005	
Atribut Produk Islam -> Loyalitas	0.226	0.231	0.093	2.437	0.015	
Kualitas E-Banking -> Kepuasan	0.326	0.339	0.095	3.426	0.001	
Kualitas E-Banking -> Loyalitas	0.183	0.206	0.118	1.554	0.121	
Kualitas Layanan -> Kepuasan	0.274	0.283	0.096	2.861	0.004	
Kualitas Layanan -> Loyalitas	0.318	0.315	0.112	2.846	0.005	

Gambar Model Struktural untuk Uji Simultan Pengaruh Efek Utama dan Pengaruh Variabel Mediasi terhadap Variabel Dependen [Langkah 3: Uji Full Model Mediasi]



(lanjutan)

Output *Path Koefisien* untuk Uji Simultan Pengaruh Efek Utama dan Pengaruh Variabel Mediasi terhadap Variabel Dependen [Langkah 3: Uji Full Model Mediasi]

LOYALITAS.splsm PLS Algorithm (Run No. 1) Bootstrapping (Run No. 1)

Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Values... Confidence Intervals Confidence Intervals Bias C... Samples Copy to Clipboard: Excel Format

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Atribut Produk Islam -> Kepuasan	0.216	0.222	0.073	2.981	0.003
Atribut Produk Islam -> Loyalitas	0.114	0.128	0.080	1.422	0.156
Kepuasan -> Loyalitas	0.524	0.508	0.110	4.777	0.000
Kualitas E-Banking -> Kepuasan	0.326	0.336	0.096	3.401	0.001
Kualitas E-Banking -> Loyalitas	0.010	0.029	0.110	0.092	0.927
Kualitas Layanan -> Kepuasan	0.276	0.276	0.093	2.956	0.003
Kualitas Layanan -> Loyalitas	0.174	0.171	0.125	1.393	0.164

Output *Total Effect* untuk Uji Simultan Pengaruh Efek Utama dan Pengaruh Variabel Mediasi terhadap Variabel Dependen [Langkah 3: Uji Full Model Mediasi]

LOYALITAS.splsm PLS Algorithm (Run No. 1) Bootstrapping (Run No. 1)

Total Effects

Mean, STDEV, T-Values, P-Values... Confidence Intervals Confidence Intervals Bias C... Samples Copy to Clipboard: Excel Format R

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Atribut Produk Islam -> Kepuasan	0.216	0.222	0.073	2.981	0.003
Atribut Produk Islam -> Loyalitas	0.228	0.240	0.086	2.646	0.008
Kepuasan -> Loyalitas	0.524	0.508	0.110	4.777	0.000
Kualitas E-Banking -> Kepuasan	0.326	0.336	0.096	3.401	0.001
Kualitas E-Banking -> Loyalitas	0.181	0.199	0.117	1.545	0.123
Kualitas Layanan -> Kepuasan	0.276	0.276	0.093	2.956	0.003
Kualitas Layanan -> Loyalitas	0.319	0.311	0.113	2.826	0.005

Lampiran 5: Dokumentasi Penelitian

Lampiran 6: Surat Keterangan Penelitian



PT Bank Syariah Mandiri
Branch Office Kaliurang
Jl. Kaliurang Km. 6.4 No B6-A
Yogyakarta 55283
Telp. (0274) 887041 887053
Fax. (0274) 887047
www.syariahmandiri.co.id

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

No: 21/024-3/094

Assalamualaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Anif Triyono Supriyadi
Jabatan : Branch Operation & Service Manager
Unit Kerja : PT Bank Syariah Mandiri Branch Kaliurang

Memberikan keterangan bahwa

Nama : Hasna Farah Wijaya
NIM : 14820020
Universitas : UIN Sunan Kalijaga
Program studi : Perbankan Syariah

Telah selesai melakukan penelitian selama 4 hari mulai 7 Januari s.d. 10 Januari 2019 di Bank Syariah Mandiri Branch Kaliurang.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya

Wassalamualaikum Wr. Wb

PT BANK SYARIAH MANDIRI
BRANCH OFFICE KALIURANG


Anif Triyono Supriyadi
Branch Operation & Service Manager

Lampiran 7: Curriculum Vitae

CURRICULUM VITAE

A. Biodata Pribadi

Nama : Hasna Farah Wijaya
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Tempat, Tgl Lahir : Magelang, 25 September 1996
 Alamat : Perum Bumi Mentari Permai, Blok F
 No.8 RT.02/RW.13, Kelurahan Pondok
 Petir, Kecamatan Bojongsari, Kota
 Depok, Jawa Barat 16517
 Email : hasnafarah25@gmail.com
 Nomor HP : 083879020123



B. Latar Belakang Pendidikan Formal

2001 – 2002 : TK AT-Taubah
 2002 – 2005 : SD Muhammadiyah 12
 2005 – 2008 : SDN Pondok Petir 03
 2008 – 2011 : MTs Al-Iman
 2011 – 2014 : SMA Muhammadiyah 08
 2014 – 2019 : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

C. Pengalaman Organisasi

2015 – 2017 : Anggota Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) UIN
 Sunan Kalijaga Yogyakarta
 2015 – 2017 : Koordinator Latihan – Komunitas Tari Tradisional Aceh
 SERAMBI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

D. Pengalaman Lainnya

2017 : Delegasi Lomba Tari Tradisional se-Indonesia dalam acara
 11th *National Folklore Festival* (11th NFF), Universitas
 Indonesia