PENGARUH SERVICE QUALITY DAN CORPORATE IMAGE TERHADAP LOYALITAS NASABAH

(STUDI KASUS PADA NASABAH TABUNGAN BPRS BAKTIMAKMUR INDAH CABANG SEPANJANG, SIDOARJO)

SKRIPSI

OLEH :

ROCHMATIN NIKMAH

NIM : G94216127

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

SURABAYA

2020

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama	:	Rochmatin Nikmah
NIM	:	G94216127
Fakultas/Prodi	:	Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	:	Pengaruh Service Quality dan Corporate Image Terhaap Loyalias Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Tabungan BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo)

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 05 Juli 2020

Saya yang menyatakan,

Rochmatin Nikmah

NIM. G94216127

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Rochmatin Nikmah NIM. G94216127 ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidang munaqosahkan.

Surabaya, 05 Juni 2020

Pembimbing

Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM.

NIP. 196212141993031002

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang telah disusun oleh Rochmatin Nikmah NIM. G94216127 ini telah dipertahankan dan disetujui di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada Hari Rabu, 10 Juni 2020 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana Strata Satu (S1) dalam menempuh program studi Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi,

Penguji I	Penguji II
Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM.	**. Muhammad Yazid, S.Ag. M.Si.**
NIP. 196212141993031002	NIP.197311171998031003

Penguji III,	Penguji IV,
Hanafi Adi Putranto, S.Si, SE, M.Si.	**Riska Ayu Setiawati, S.E., M.SM.**
NIP. 198209052015031002	NIP. 199305032019032020

Surabaya, 10 Juni 2020

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan,

Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM.

NIP. 196212141993031002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ROCHMATIN NIKMAH
NIM : G94216127
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / EKONOMI SYARIAH
E-mail address : rochmatin15@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CORPORATE IMAGE* TERHADAP LOYALITAS NASABAH (Studi Kasus Pada Nasabah Tabungan BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 01 September 2020

Penulis

(ROCHMATIN NIKMAH)

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul "**Pengaruh *Service Quality* dan *Corporate Image* Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Tabungan BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo)"** ini merupakan hasil penelitian kualitatif yang bertujuan menjawab pertanyaan tetang permasalahan yang sering terjadi dalam dunia lembaga keuangan terutama dalam perbankan syariah. Penelitian ini dilakukan di BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo. Di mana penelitian ini mengambil fokus pada *Service Quality* (kualitas layanan) serta *Corporate Image* (Citra Perusahaan) yang merupakan variabel penting dalam menciptakan Loyalitas Nasabah.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan kuantitatif asosiatif melalui kuesioner dengan menggunakan skala likert. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Peneliti menggunakan *Non Probability Sampling*, yakni teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada saat penelitian adalah *Purposive Sampling*, yakni teknik pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian dan data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *service quality* **tidak berpengaruh signifikan** terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,028. Hal ini ditunjukkan bahwa nilai t-hitung 0,851 < dari t-tabel 3.592 artinya tidak signifikan, dan nilai p-*value* 0,39 > 0,05 artinya juga tidak signifikan. Sedangkan hasil analisis menunjukkan bahwa *corporate image* **berpengaruh signifikan** terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,260. Hal ini ditunjukkan bahwa nilai t-hitung 3.653 > dari t-tabel 3.592. Artinya signifikan, dan nilai p-value 0,000 < 0,05 artinya juga signifikan. Pengaruh variabel independen *service quality* (X1) dan *corporate image* (X2) secara simultan dengan loyalitas nasabah (Y) BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo **menunjukkan kriteria cukup kuat**.Pada permasalahan yang sedang diteliti diketahui bahwa F-hitung (8.696) > F-tabel 3.07) maka H_o ditolak dan Ha diterima sehingga regresi sudah benar dan layak.

Indikator yang memiliki pengaruh paling dominan dari variabel *Service Quality* terhadap loyalitas nasabah adalah indikator Memenuhi Harapan terutama dari segi layanan Pick Up Service yang diberikan oleh BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo. Indikator yang memiliki pengaruh paling dominan dari variabel *Corporate Image* terhadap loyalitas nasabah adalah indikator Karakteristik Perusahaan terutama dari segi Lokasi BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo yang strategis dan mudah diakses oleh nasabah.

Kata Kunci: *Service Quality, Corporate Image,* Loyalitas Nasabah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

COVER LUAR

COVER DALAM ..... **ii**

PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **iv**

DAFTAR ISI ..... **x**

LAMPIRAN-LAMPIRANDAFTAR TABEL ..... **xiii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**

DAFTAR TRANSLITERASI ..... **xviii**

BAB I1 PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah 12

1.3. Rumusan Masalah 13

1.4. Tujuan Penelitian 13

1.5. Kegunaan Hasil Penelitian 14

BAB II KAJIAN PUSTAKA **15**

2.1. Landasan Teori 15

2.1.1. Pengertian *Service* 15

2.1.2. Pengertian *Quality* 16

2.1.3. Pengertian Service Quality 17

2.1.4. Pengertian Corporate Image 18

2.1.5. Pengertian Loyalitas Nasabah 19

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2.1.6. Pengertian BPRS 20

2.1.7. Hubungan antar Variabel 22

2.2. Penelitian Terdahulu yang Relevan 24

2.3. Kajian Teoritik 34

2.4. Kerangka Konseptual 36

2.5. Hipotesis Penelitian 37

BAB III METODE PENELITIAN 39

3.1. Pendekatan Penelitian 39

3.2. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian 39

3.3. Data dan Sumber Data 41

3.4. Teknik Pengumpulan Data 42

1. Observasi 42

2. Kuesioner 43

3. Dokumentasi 44

4. Studi Pustaka 44

3.5. Variabel Penelitian 45

3.6. Definisi Operasional 45

3.7. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 56

1. Uji Validitas 56

2. Uji Reliabilitas 57

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3.8. Teknik Analisa Data.....57

1. Uji Asumsi Klasik.....58

2. Analisis Regresi Linier Berganda 61

3. Analisis Koefisien dan Determinasi Berganda.....62

4. Uji Hipotesis.....62

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN 65

4.1. Deskripsi Umum BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo 65

4.1.1. Sejarah Singkat BPRS Baktimakmur Indah Cabang.....65

Sepanjang, Sidoarjo.....65

4.1.2. Identitas Perusahaan.....67

4.1.3. Dasar Hukum 68

4.1.4. Visi dan Misi BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo 69

4.1.6. Struktur Organisasi BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo 71

4.1.7. Produk BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo 73

4.1.8. Budaya Kerja di BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.....73

4.2. Gambaran Responden (Penelitian) BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.....74

4.2.1. Deskripsi Variabel.....76

4.2.2. Analisis 112

BAB V PENUTUP 131

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5.1. Kesimpulan 131

5.2. Saran 132

DAFTAR PUSTAKA 134

LAMPIRAN-LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Table 1. Data Perkembangan Nasabah BPRS Baktimakmur Cabang Sepanjang, Sidoarjo periode September – Desember 2019 8

Table 2. Penelitian Terdahulu..... 30

Table 3. *Skala Likert*..... 43

Table 4. Operasionalisasi Variabel..... 46

Table 5. Karakteristik Responden 74

Table 6. Skala Kategori Berdasarkan Kategori Skor Responden..... 77

Table 7. Deskripsi Variabel *Service Quality* 79

Table 8. Deskripsi Variabel *Corporate Image* 96

Table 9. Deskripsi Variabel Loyalitas Nasabah 105

Table 10. *Uji Validitas* 112

Table 11. *Uji Reliabilitas* 115

Table 12. *Uji Normalitas*..... 116

Table 13. *Uji Multikolonieritas*..... 118

Table 14. Uji *Multikolonieritas*..... 120

Table 15. Analisis Regresi Berganda 121

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Table 16. Uji Koefisien Determinasi 122

Table 17. Hasil Uji F 123

Table 18. Jadwal Penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Konseptual..... 36

Gambar 2. Grafik Uji t..... 63

Gambar 3. Grafik Uji F (Simultan) 64

Gambar 4. Grafik Uji Normalitas 117

Gambar 5. Grafik *Uji Heteroskedastisitas* 119

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri perbankan dan lembaga keuangan syariah di Indonesia telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dari semakin maraknya lembaga-lembaga keuangan yang mulai muncul dan menunjukkan eksistensinya. Begitu pula perbankan syariah juga mengalami kemajuan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Salah satu perbankan syariah adalah BPRS. Keberadaan bank syariah seperti BPRS ini sangat penting untuk menopang dan membantu meningkatkan perekonomian masyarakat di negara berkembang seperti Indonesia. Hal ini dikarenakan BPRS mampu memberikan pembiayaan untuk investasi kecil, menengah dan yang nantinya akan bisa mempengaruhi siklus usaha dalam perekonomian secara keseluruhan.

Di era modern seperti saat ini, lembaga keuangan terutama bank harus memperhatikan dampak dari semakin ketatnya persaingan bisnis dalam berbagai bidang. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat ini memotivasi semua elemen organisasi yang ada untuk terus berkembang baik agar dapat memenuhi kebutuhan semua orang. Kunci keberhasilan suatu organisasi tergantung kepada jumlah pelanggan atau nasabah yang terus menggunakan layanan perusahaan baik layanan produk maupun layanan jasa secara berkelanjutan atau sering disebut sebagai loyalitas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nasabah. Loyalitas nasabah ini dapat dilihat dari beberapa aspek yang mempengaruhi, diantaranya adalah kualitas pelayanan *(service quality)* dan citra perusahaan *(corporate image).*

Griffin mengatakan bahwa yang disebut loyalitas adalah komitmen nasabah yang bertahan secara mendalam dengan terus melakukan pembelian ulang yang konsisten dalam jangka waktu panjang meskipun terdapat perubahan suatu hal yang berdampak pada perubahan perilaku.[1] Ada beberapa hal yang mempengaruhi keloyalitasan nasabah untuk terus melakukan transaksi terhadap suatu perusahaan yang dalam hal ini adalah perbankan, antara lain yaitu kualitas pelayanan (*service quality*) dan citra perusahaan (*corporate image*).

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan.[2] Manfaat penerapan *service quality* pada suatu perusahaan adalah untuk meningkatkan tingkat kesetiaan serta kepercayaan dari pelanggan atau nasabah. Dengan adanya *service quality* yang baik maka perusahaan tersebut akan terus berupaya memberikan pelayanan yang maksimal dan mendapat tempat tersendiri di hati nasabah. Salah satu bentuk *service quality* yang dapat dilakukan adalah dengan penanganan keluhan yang bijak. Islam pun mengajarkan bahwa apabila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan

[1] Jill Griffin, *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan mempertahankan pelanggan,* (Jakarta: Erlangga, 2002), 12.
[2] Tjiptono, Fandy&Andi Gregorius Chandra, S*ervice Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta: ANDI, 2011), 59.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau jasa maka hendaknya memberikan sesuatu yang berkualitas (yang unggul), dan jangan memberikan yang buruk kepada orang lain. Hal ini sesuai dengan Firman Allah dalam Al Quran Surah Al Baqarah ayat 267, yang berbunyi:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya:

> " Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya, Maha Terpuji. " [3]

Begitu juga sebaliknya, apabila suatu perusahaan tidak memiliki *service quality* yang baik maka akan berdampak pada persepsi serta kepercayaan dari nasabah itu sendiri. Bahkan hal terburuk yang akan terjadi apabila mengabaikan peningkatan *service quality* adalah akan mengalami kegagalan. Sebagai contoh nyata yang ada di masayarakat adalah perusahaan start-up Foodpanda. Foodpanda termasuk ke dalam perusahaan start-up yang gagal karena mereka gagal mengidentifikasi segmentasi pasar yang ada di Indonesia. Masyarakat Indonesia lebih menyukai banyaknya variasi makanan yang disediakan, dan tanpa terbatasnya jangkauan pengantaran seperti yang dilakukan Go-Jek melalui

[3] Departemen Agama RI, *Terjemahan Al Qur an*, (Jakarta: Maghfirah Pustaka, 2006), 45.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

aplikasi Go-Foodnya. Sedangkan yang dilakukan Foodpanda justru dengan menyediakan kotak penyimpanan khusus selama perjalanan dan membatasi jangkauan pengantaran, yakni maksimal 25 kilometer.[4]

Selain kualitas layanan (*service quality*), faktor yang mempengaruhi keloyalitasan nasabah adalah citra perusahaan (*corporate image*). Citra perusahaan merupakan gambaran dan kesan dari masyarakat terhadap suatu perusahaan, gambaran tentang suatu objek, seseorang maupun perusahaan yang sudah dipersepsikan.[5] Sebuah lembaga perbankan akan dianggap berhasil dalam membangun citra banknya apabila mampu menciptakan suatu hal yang menarik minat nasabah, baik yang baru maupun yang telah ada. Nasabah akan cenderung mendatangi atau akan bergabung menjadi bagian dari suatu perusahaan (bank) jika bank tersebut memiliki *trackrecord* serta gambaran yang baik di mata nasabah. Hal tersebut dapat diketahui dari informasi yang diperoleh nasabah melalui nasabah lain yang telah lebih dulu menggunakan jasa dari bank tersebut.

Maka dari itu, menciptakan dan membangun citra yang baik merupakan salah satu faktor penting bagi suatu perusahaan (bank) untuk mendapatkan loyalitas nasabah. Apabila perusahaan (bank) tersebut telah memilki citra yang baik di mata masyarakat maka akan lebih mudah untuk mendapatkan kepercayaan dari calon nasabah dan akhirnya memutuskan untuk bergabung. Begitu pula sebaliknya, apabila suatu perusahaan (bank)

---

[4] https://tirto.id/q/foodpanda-dK8?utm_source=Tirtoid&utm_medium=Lowkeyword diakses pada 24 November 2019, jam 21.21 WIB.

[5] Meriani Setiawan, "Efektivitas Iklan "1M3 Raja Voucher" dan Penggunaan Endorser Terhadap Citra Perusahaan Pada Masyarakat Surabaya", *Jurnal Universitas Negeri Semarang*, (2007), 45.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidak memiliki citra perusahaan (*corporate image*) yang baik maka akan berdampak pada keberlangsungan dari perusahaan (bank) itu sendiri.

Sebagai contoh perusahaan yang sedang menjadi perbincangan karena citranya yang buruk yakni Bank BJB. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (BJB) yang beberapa kali terlibat dalam kasus kredit fiktif. Baik Bank BJB selaku entitas induk maupun Bank BJB Syariah yang merupakan anak usaha. Yakni kredit bermasalah di Bank BJB Cabang Sukajadi Bandung pada 2008-2010, kredit fiktif Bank BJB Cabang Surabaya pada 2013, kredit fiktif Bank BJB Cabang Surabaya pada 2013, kredit fiktif Bank BJB Cabang Sukabumi pada 2012, dan Kredit Fiktif Bank BJB Syariah pada 2014-2016. Hal ini membuat kepercayaan para nasabahnya hilang dan menimbulkan citra buruk di mata nasabah. Bahkan hampir mengalami kebangkrutan di tahun 2018.[6]

Di dalam penelitian ini yang akan menjadi objek penelitian yakni BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo. Dan terfokus pada nasabah tabungan. Manfaat dari menabung sesuai dengan hadist-hadist sebagai berikut:

"Simpanlah sebahagian daripada harta kamu untuk kebaikan masa depan kamu, karena itu jauh lebih baik bagimu." *(HR. Bukhari)*

"Allah memberi rahmat kepada seseorang yang berusaha dengan baik, membelanjakan secara sederhana, dan dapat menyisihkan kelebihan untuk menjaga saat dia miskin dan membutuhkannya." *(HR Bukhari dan Muslim)*

[6] https://finansial.bisnis.com yang diakses pada Hari Rabu, 17 Juni 2020 jam 20.10 WIB.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang adalah suatu organisasi yang mempunyai visi untuk mengangkat derajat dan memakmurkan umat, khususnya golongan menengah kebawah melalui produk-produk jasa perbankan syariah. BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang terus memberikan program-program yang baik kepada semua nasabahnya. BPRS Baktimakmur Indah berdiri sejak tahun 1994 dan menjadi perbankan syariah tertua di daerah Sepanjang, di mana yang menjadi kantor pertama berlokasi di Sepanjang tersebut. Namun, sekarang kantor pusat dipindah ke Krian, dan BPRS Baktimakmur Indah yang berada di Sepanjang menjadi Kantor Cabang. Yang mana dibuktikan dengan beberapa legalitas perusahaan:

1. Ijin Prinsip dari Departemen Keuangan RI No. S-11088/MK.17/1993 tertanggal 29 Juli 1993.
2. Akta Pendirian No. 266 tertanggal 18 Agustus 1993 oleh Notaris Noor Irawati, SH.
3. Persetujuan Menteri Kehakiman RI No. C2-10924HT.01.01 Tahun 1993 tertanggal 18 Oktober 1993 dan No. C-29898 HT.01.04 TH. 2003 tertanggal 23 Desember 2003.
4. Ijin Usaha dari Menteri Keuangan RI No. Kep-024/KM.17/1994 tertanggal 9 Februari 1994.
5. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) No. 1.546.290.6-603

Dan masih mampu mempertahankan eksistensinya hingga saat ini. Kemudian disusul oleh lembaga keuangan syariah yang lainnya di tahun-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tahun berikutnya. Berikut merupakan daftar lembaga keuangan Syariah yang berada di Sepanjang:

a. BMT UGT Sidogiri Capem Sepanjang berdiri pada tahun 2003.
b. Bank Danamon Cabang Syariah, Sepanjang, Sidoarjo yang diresmikan bersamaan dengan 5 kantor cabang syariah lainnya yakni di Jakarta, Bukit Tinggi, Aceh, Martapura, dan Solo pada tanggal 17 Desember 2003 [7]
c. BMT Madani, JL.Raya Bebekan.No.276 Sepanjang, Sidoarjo yang didirikan pada tanggal 3 Maret 2007 kemudian disahkan dengan akta pendirian koperasi oleh Pemerintahan Kabupaten Sidoarjo melalui surat keputusan nomor 419/BHXVI.24/518/V2007 tanggal 10 Mei 2007 dan mulai operasional pada tanggal 29 Oktober 2007.
d. BMT Darul Syifa, JL.Raya Bebekan Tengah.No.37 Sepanjang Sidoarjo yang berdiri sejak April 2012.[8]
e. Bank Muamalat (Kantor Kas), JL.Kalijaten, Sepanjang, Sidoarjo.
f. BRI Syariah, JL.Ngelom, Sepanjang, Sidoarjo yang berdiri sejak 14 Juni 2013.[9]

Berdasarkan penuturan dari Head Officer BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo, perkembangan jumlah nasabah yang menggunakan tabungan baik tabungan wadhiah maupun deposito senantiasa mengalami kenaikan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun.

---

[7] Abdul Malik, *Pola Kerja Sama Bank Danamon Syariah dan Masyarakat Mandiri Dompet Dhuafa Republika dalam Pengelolaan Qardhul Hasan*, Skripsi Program Studi Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, (Jakarta, 2008), 35.

[8] http://kominfo.jatimprov.go.id/read/umum/33902 diakses pada 28 Januari 2020 pukul 12.30 WIB.

[9] Febiola Bunga, *Wawancara*, Operasional BRI Syariah Cabang Sepanjang, Sidoarjo pada 20 Januari 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hingga pada data terakhir Bulan Desember mencapai jumlah 11.627 nasabah dan hampir 75% dari jumlah tersebut adalah nasabah aktif, serta mayoritas pedagang di pasar sepanjang pun telah menjadi nasabah di BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang itu.[10] Berikut tabel data perkembangan nasabah tabungan di BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo:

Table 1. Data Perkembangan Nasabah BPRS Baktimakmur Cabang Sepanjang, Sidoarjo periode September – Desember 2019 [11]

NO	JENIS PEMBIAYAAN	BULAN			
		September	**Oktober**	**November**	**Desember**
1.	DEPOSITO	309	308	307	309
2.	WADHIAH	2.573	2.589	2.665	2.649
3.	MUDHARABAH	8.632	8.640	8.627	8.669
	JUMLAH	**11.514**	**11.537**	**11.599**	**11.627**

Angka tersebutlah yang menjadi alasan mengapa peneliti ingin meneliti tingkat loyalitas nasabah pada BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.

Untuk menilai kualitas pelayanan (*service quality*) yang diberikan oleh BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, peneliti memfokuskan

[10] Futty, *Wawancara*, Head Officer BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo pada 3 Oktober 2019.

[11] Data yang telah diolah oleh BPRS Baktimakmur Indah 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pada indikator memenuhi harapan, perhatian, dan ketanggapan. Dalam melaksanakan program kerjanya, BPRS Baktimakmur Indah terus memberikan pelayanan-pelayanan yang terbaik mulai dari menjemput bola untuk melakukan pengambilan angsuran agar lebih dekat dengan semua nasabahnya atau yang biasa disebut *pick up service*.

Jenis-jenis pelayanan dapat dibagi tiga macam di antaranya adalah:[12]

1. Core Service

Adalah pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan yang merupakan produk utamanya. Misalnya perbankan produk utamanya adalah sebagai sarana penyimpanan dana masyarakat.

2. Facilitating Service

Adalah fasilitas pelayanan tambahan kepada pelanggan. Facilitating service ini merupakan pelayanan tambahan tetapi sifatnya wajib. Sementara pelayanan tambahannya adalah adanya bagi hasil yang diberikan kepada nasabah penabung.

3. Supporting Service

Adalah pelayanan tambahan (pendukung) untuk meningkatkan nilai pelayanan atau untuk membedakan dengan pelayanan-pelayanan dari pihak "pesaing". Misalnya fasilitas *mobile-banking, internet banking, dan pick up service*.

Dan yang membedakan *pick up service* yang disediakan oleh BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo dari sistem *pick*

[12] M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 213.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

up service bank lain di sekitarnya adalah tanpa biaya yang meliputi wilayah kerja serta khusus untuk pengambilan di pasar atau pedagang sekitar minimal pengambilan untuk jumlah Rp10.000,00, dan untuk nasabah di sekolah-sekolah dilakukan *pick up* menggunakan mobil kas yang menjadi fasilitas tambahan dari BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo. Selain itu, dalam proses funding yang menggunakan metode jemput bola (*pick up service*) tersebut bisa juga dilakukan tarik tunai secara langsung di tempat oleh nasabah melalui petugas funding dengan *limit* pengambilan di bawah Rp10.000.000,00 karena petugas funding selalu membawa form bukti penarikan selama proses funding berlangsung. Dan uang diberikan langsung di tempat oleh petugas funding kepada nasabah tanpa menunggu waktu lama. Hal ini pun bertujuan untuk efisiensi dan efektivitas bagi nasabah yang ingin melakukan pencairan dana tabungan tanpa perlu repot-repot untuk datang ke kantor. Form bukti penarikan dana tabungan disertakan di halaman lampiran.

Sedangkan dari segi citra perusahaan (*corporate image*) BPRS Baktimakmur Indah senantiasa melakukan upaya-upaya yang terbaik terhadap semua nasabah, ini dilakukan untuk menciptakan budaya dan citra yang baik pula bagi perusahaan (bank). Hal tersebut dapat dilihat dari eksistensinya yang mampu bertahan dan terus berkembang dari tahun 1994 hingga sekarang ini dengan nasabah yang mencapai jumlah 11.627 nasabah.

Dari uraian diatas penulis mengangkat judul **"Pengaruh *Service Quality dan Corporate Image* Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi**

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kasus Pada Nasabah Tabungan BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo"

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1.2. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, penulis melakukan identifikasi masalah terkait dengan tema penelitian adalah sebagai berikut:

1. Persaingan bisnis yang semakin ketat dan konsumen yang semakin kritis.
2. Pentingnya Peningkatan Service Quality dan mempertahanakan Corporate Image bagi perusahaan maupun perbankan.
3. Hampir seluruh penjual di Pasar Sepanjang adalah Nasabah dari BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang.
4. Mayoritas nasabah adalah dari kalangan menengah ke bawah.
5. BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang merupakan penyumbang porsi terbesar terhadap kantor pusat baik dari nilai aset, pembiayaan, simpanan, dan perolehan laba.
6. Tidak semua nasabah pernah ke kantor.
7. Belum adanya tunjangan kesehatan bagi karyawan BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.
8. Belum menyediakan layanan kartu ATM.

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna, dan mendalam. Maka, penulis membuat batasan masalah sebagai berikut:

1. BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang memiliki kemampuan dalam bersaing dengan perbankan lain yang sejenis.
2. Fluktuasi jumlah nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang yang terus meningkat dari awal berdiri hingga sekarang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Hampir seluruh penjual di Pasar Sepanjang adalah Nasabah dari BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *service quality* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo?
2. Apakah *corporate image* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo?
3. Apakah *service quality* dan *corporate image* secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo?
4. Dalam variabel *service quality*, indikator apa yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo?
5. Dalam variabel *corporate image*, indikator apa yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Untuk mengetahui tingkat signifikansi *service quality* terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui tingkat signifikansi *corporate image* terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui besaran pengaruh service quality dan corporate image secara simultan terhadap loyalitas nasabah nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.
4. Untuk mengetahui indikator dalam variabel service quality yang memiliki pengaruh paling tinggi atau dominan terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.
5. Untuk mengetahui indikator dalam variabel *corporate image* yang memiliki pengaruh paling tinggi atau dominan terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.

1.5. Kegunaan Hasil Penelitian

Adapun kegunaan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

   Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan memberikan sumbangan pemikiran terkait penelitian mengenai pengaruh *service quality* dan *coporate image* terhadap loyalitas nasabah dalam perbankan terutama yang berbasis syariah.

2. Secara Praktis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Bagi perusahaan terkait, yakni sebagai masukan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah, serta sebagai bahan evaluasi dan perbaikan kualitas untuk ke depannya.
b. Bagi Peneliti, yakni sebagai bentuk penyelesaian tugas akhir serta menambah wawasan dan pengetahuan tentang pentingnya pengaruh *service quality* dan *corporate image* terhadap loyalitas nasabah dalam suatu perusahaan.
c. Bagi pembaca, yakni memberikan wawasan dan pengetahuan tentang pentingnya pengaruh *service* dan *corporate image* terhadap loyalitas nasabah, serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Pengertian *Service*

Pelayanan atau *service* diartikan sebagai suatu aktivitas yang merupakan kelebihan yang menghasilkan *benefit* yang ditawarkan oleh satu orang ke orang lainnya.[13] Pendapat lain mengatakan tentang pengertian pelayanan diartikan sebagai suatu rangkaian sebuah proses yang diisi dengan faktor tak berwujud (*intagible*) yang selalu dilakukan dan terus terjadi yang memicu adanya interaksi antara pengguna jasa dengan penyedia layanan jasa yang ada dengan tujuan memberikan solusi terkait permasalahan yang dihadapi pengguna jasa.[14]

Pelayanan juga dapat dikatakan sebagai suatu kegiatan dibidang ekonomi yang akan ditawarkan dari penyedia layanan kepada pengguna layanan sesuai dengan keinginan dan persepsi dari pengguna layanan.[15] Setiap perilaku yang menunjukkan kinerja yang diberikan dari satu pihak ke pihak lain yang tak berwujud serta tidak

[13] Wira Sutedja, *Panduan Layanan Konsumen*, (Jakarta: PT Grasindo, 2007), 5.
[14] Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: Andi, 2011), 17.
[15] Lovelock dan Wirtz, *Pemasaran Jasa Perspektif*, (Jakarta: Erlangga, 2011), 37.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berakibat kepada kepemilikan suatu hal.[16] *Service* juga dikatakan sebagai suatu kegiatan ataupun keuntungan yang dirasakan yang tidak terlihat atau tidak terwujud yang diberikan seseorang kepada orang lain.[17]

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa *service* adalah suatu kegiatan yang ditawarkan oleh penyedia layanan kepada pengguna layanan yang tidak berwujud tapi bermanfaat untuk orang lain dan sesuai dengan keinginan serta persepsi dari pengguna layanan.

2.1.2. Pengertian *Quality*

Kata kualitas mengandung banyak arti dan definisi serta makna yang berbeda-beda dengan persyaratan, tuntutan, kecocokan, terkait pemenuhan pelanggan dengan melakukan segala sesuatu yang dapat membahagiakan hati para pelanggan.

Quality dapat diartikan sebagai gabungan antara sifat dan karakter yang digunakan untuk menentukan seberapa besar *output* untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, jadi disini pelanggan memiliki peran untuk penentuan seberapa besar sifat dan karakter tersebut dapat memenuhi kebutuhannya.[18]

---

[16] Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 34.
[17] Chaffey, *E-business and E-commerce Management: Strategy, Implementation and Practice*, (Prentice Hall, 2009), 66.
[18] Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 63.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Secara singkat kualitas dapat diterjemahkan sebagai kecocokan dengan kebutuhan pelanggan pada pasar yang ada.[19] Pendapat lain juga menjelaskan bahwa *quality* dapat dikatakan sebagai sesuatu yang saling berhubungan mengenai penilaian mutu yang dapat mempengaruhi hasil kerja dalam memenuhi kebutuhan dan persepsi konsumen sesuai dengan harapannya.[20]

Kualitas merupakan suatu keadaan yang dinamis dimana keadaan tersebut berhubungan dengan jasa, produk, manusia, proses, dan lingkungan yang dapat memenuhi harapan sesuai persepsi pelanggan.[21]

Dari beberapa pengertian diatas dapat diartikan bahwa *quality* adalah ukuran standarisasi yang diinginkan pelanggan sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan bahkan harus melebihi standar tersebut.

2.1.3. Pengertian Service Quality

Service Quality dapat diartikan sebagai ukuran standarisasi seberapa baik tingkat layanan yang diberikan penyedia layanan kepada pelanggan sesuai dengan harapan dan ekspektasi pelanggan[22]. Pendapat berbeda dijelaskan pula tentang pengertian kualitas pelayanan, kualitas pelayanan merupakan tingkatan keunggulan yang diharapkan pelanggan kepada penyedia layanan

---

[19] Abubakar & Siregar, *Kualiutas pelayanan Penyuluhan dan Kepuasan Petani dalam Penanganan dan Pengolahan Hasil Ubi Jalar* (Jurnal Penyulihan Pertanian 5(1), Mei, 2010), 20.
[20] Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS, 2012), 5.
[21] Yamit, *Manajemen Kuaitas Produk & Jasa*, (Yogyakarta: Ekonesia, 2010), 63.
[22] Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: Andi, 2011), 18.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.[23]

Service quality adalah suatu sikap dari hasil membandingkan antara harapan pelanggan dengan hasil kerja dari penyedia layanan yang ada yang dirasakan pelanggan dalam keadaan tertentu.

Kualitas pelayanan merupakan suatu kegiatan dalam dunia ekonomi yang keluarannya bukan dalam bentuk produk namun bersifat sesuatu yang tidak berwujud yang sesuai dengan harapan pelanggan atas persepsinya dari awal. Kualitas pelayanan dikatakan baik apabila yang dirasakan pelanggan sesuai dengan yang diharapkannya.

2.1.4. Pengertian Corporate Image

Secara etimologi, Corporate image memiliki arti Citra perusahaan.[24] Citra perusahaan digunakan untuk mempengaruhi pikiran para pelanggan melalui kolaborasi antara periklanan, humas, bentuk fisik, dan berbagai pengalaman aktual selama menggunakan barang dan jasa. Menurut Kotler, menjelaskan bahwa Citra perusahaan merupakan gambaran dan kesan dari masyarakat terhadap suatu perusahaan, gambaran tentang suatu objek, seseorang maupun perusahaan yang sudah dipersepsikan.[25]

---

[23] Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Jakarta: PT Ghalia Indonesia, 2004), 114.

[24] Cambridge English Corpus.

[25] Yulimindra, Irawan dan Samsir, Gatot Wijayanto, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Inovasi Terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Riau Kepri", *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis Vol. VII No. 3* (September 2015), 421.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Citra perusahaan terbentuk dengan awalan adanya persepsi masyarakat mengenai perusahaan yang terbentuk dalam benak masyarakat. Dalam membuat citra perusahaan yang positif dan baik, perusahaan perlu mengirimkan pesan kepada masyarakat dan lingkungan baik internal maupun eksternal yaitu melalui karyawan, konsumen dan lainnya dimana semua elemen tersebut mempunya hubungan yang berbeda-beda dengan sudut pandang yang berbeda mengenai persepsi kepada suatu perusahaan.

2.1.5. Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas merupakan suatu kata yang digunakan untuk menggambarkan suatu kesetiaan dan kepatuhan terhadap gerakan atau individu. Loyalitas digunakan dalam konteks bisnis dan ekonomi yang menggambarkan kesetiaan pelanggan dalam artian selalu senantiasa menggunakan suatu produk tertentu pada perusahaan dalam jangka waktu yang panjang.[26]

Loyalitas dalam Islam digambarkan pada Al-Quran surat Ali Imran ayat 31, yang berbunyi:

"Jika memang kamu cinta kepada Allah, maka turutkanlah Aku, niscaya cinta pula Allah kepada kamu dan akan diampuniNya dosa-dosa kamu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang."

Loyalitas nasabah dapat diartikan sebagai suatu komitmen yang dapat dipegang secara mendalam untuk membeli dan terus

[26] Lovelock, *Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Erlangga, 2010), 76.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggunakan suatu produk yang ada dimasa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang mempengaruhi untuk berpindah ke produk atau perusahaan yang lain. Dalam hal ini loyalitas merupakan komitmen yang harus dipegang kuat dalam kondisi dan siatuasi apapun yang mempengaruhi dimasa yang akan datang.[27]

Nasabah yang loyal mempunyai komitmen untuk terus membela perusahaan yang dia pilih karena menggunakan produk yang dipilihnya yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhannya yang kemudian akan merekomendasikan kepada orang-orang terdekatnya untuk ikut menggunakan produk yang sama dalam perusahaan tersebut.

Sikap positif dan baik dari pelanggan yang timbul karena kepuasan terhadap suatu produk dalam perusahaan dan terus merekomendasikan kepada orang-orang disekitarnya dan melakukan pembelian ulang dalam jangka panjang dapat dikatakan sebagai loyalitas dari sebuah nasabah.

2.1.6. Pengertian BPRS

Sebelum lahirnya BPR Syariah di Indonesia, masyarakat terlebih dahulu mengenal adanya Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Menurut UU No. 21 Tahun 2008 disebutkan bahwa BPR adalah bank konvensional yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Di mana BPR konvensional masih

[27] Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Indeks, 2009), 138.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menerapkan sistem bunga dalam operasionalnya. Maka dari itu, harus dibedakan antara BPR Konvensional dan BPR Syariah. Ada beberapa perbedaan BPRS dengan BPR sebagai berikut: [28]

a. Dalam BPRS akad diawal yang dilakukan antara kedua belah pihak memiliki konsekuensi duniawi dan ukhrawi karena akad dilakukan beradasarkan hukum Islam.

b. Adanya dewan pengawas syariah dalam strukturalisasi yang bertujuan untuk mengawasi kegiatan operasional dari BPRS

c. Penyelesaian apabila terjadi sengketa diselesaikan melalui pengadilan agama

d. Bisnis dan usaha yang dibiayai tidak boleh bisnis yang haram.

Tujuan BPRS meliputi:

1. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam terutama masyarakat golongan ekonomi lemah
2. Meningkatkan pendapatan perkapita
3. Menambah lapangan pekerjaan terutama di kecamatan-kecamatan
4. Mengurangi urbanisasi
5. Membina semangat ukhuwah islamiyah melalui kegiatan ekonomi.[29]

[28] Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP, 2010), 78.

[29] Syafii Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, (Yogyakarta: PT Amanah Bunda Sejahtera, 1999), 95-96.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2.1.7. Hubungan antar Variabel

a. Hubungan Service Quality dengan Loyalitas

Service Quality merupakan suatu pengukuran nilai yang menyeluruh dari tingkat pelayanan yang baik. Sedangkan Loyalitas merupakan suatu proses kognitif yang mempersatukan memori, pemikiran, pemrosesan informasi dan penilaian secara evaluatif dalam mengambil keputusan.

Menurut Kotler, kualitas dari suatu jasa atau produk dapat memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat terhadap perusahaan. Dalam jangka panjang hal tersebut memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama terhadap harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.[30] Dengan demikian perusahaan dapat mencapai tujuan, yakni loyalitas nasabah dengan melakukan peningkatan kinerja perusahaan yang sesuai dengan harapan nasabah sehingga tercipta daya saing tinggi di pasar.

Menurut Griffin, apabila penilaian pelanggan merasa baik terhadap kualitas pelayanan, maka pelanggan akan melakukan pemakaina ulang (*repeat customer*), bahkan akan melakukan promosi *word of mouth* kepada rekan, saudara dan keluarga, serta memiliki kekebalan atas penawaran pesaing.[31] Di era sekarang,

---

[30] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesembilan (Jakarta: PT Indeks Gramedia, 2003), 121.

[31] Jill Griffin, *Customer Loyalty*, (Jakarta: PT Indeks Gramedia, 2003), 49.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konsumen dalam hal ini adalah nasabah sudah lebih agresif dan kritis dalam memenuhi keinginan dan harapan mereka. Bukan hanya sekedar menginginkan kualitas produk yang superior akan tetapi juga pelayanan yang *excellent*, cepat dan tanggap.

b. Hubungan Corporate Image dengan Loyalitas

Selain memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggannya, citra suatu perusahaan merupakan faktor yang sering mempengaruhi keputusan pembeli. Membina dan mempertahankan suatu citra yang kuat sangat penting bagi suatu perusahaan, jika ingin menarik konsumen dan mempertahankan loyalitasnya. Citra tidak dapat diciptakan seperti membuat barang dari pabrik, akan tetapi citra merupakan kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan dan pemahaman seseorang tentang sesuatu. Pelanggan cenderung untuk membentuk citra didasarkan pada inferensi mereka yang diperoleh dari stimuli pemasaran dan lingkungan. Hasil kajian empiris tentang pengaruh image terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dilakukan oleh Fony Pangandaheng (2015) dimana hasilnya adalah bahwa citra perusahaan yang baik memiliki tingkat kualitas yang diterima, nilai, kepuasan, dan loyalitas yang lebih tinggi.[32]

[32] Fony Pangandaheng, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Hadji Kalla Palu", *E-Jurnal Katalogis, Volume 3 Nomor 2: Universitas Tadulako*, (2015), 63.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2.2. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Di dalam jurnal penelitian yang berjudul **Pengaruh Kualitas Layanan dan Inovasi Terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Riau Kepri** yang ditulis oleh Irawan Yulimindra, Samsir, dan Gatot Wijayanto, menjelaskan bahwa kualitas layanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.[33] Kualitas layanan memiliki pengaruh langsung yang signifikan dan positif terhadap citra perusahaan. Semakin baik kualitas layanan yang diterapkan oleh PT. Bank Riau Kepri tersebut maka citra perusahaan juga akan semakin baik. Demikian sebaliknya, semakin buruk kualitas layanan yang dilakukan oleh PT. Bank Riau Kepri maka citra perusahaan akan semakin buruk pula. Selain itu, kualitas layanan juga memiliki pengaruh langsung yang signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah. Semakin baik kualitas layanan yang diterapkan oleh PT. Bank Riau Kepri semakin baik pula loyalitas nasabah yang didapatkan.

Inovasi memiliki pengaruh langsung yang signifikan dan positif terhadap citra perusahaan dan loyalitas nasabah. Dengan demikian, semakin baik inovasi yang dilakukan oleh PT. Bank Riau Kepri maka akan semakin baik pula citra perusahaan dan loyalitas

[33] Yulimindra, Irawan dan Samsir, Gatot Wijayanto, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Inovasi Terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Riau Kepri", *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis Vol. VII No. 3* (September 2015), 471.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nasabah. Karena citra perusahaan memiliki pengaruh langsung yang signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah.

Di dalam jurnal penelitian yang berjudul **Pengaruh Kualitas dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Ajb Bumiputera Cabang Setiabudi Bandung** yang ditulis oleh Ginanjar Pratama, menjelaskan bahwa variabel kinerja kualitas pelayanan berada pada kategori baik. Hal tersebut diketahui dari indikator Reliability, Responsiveness, Assurance, Empaty, yang berdasarkan tanggapan responden dalam kategori cukup baik, karena sesuai dengan harapan nasabah. Sedangkan variabel kualitas pelayanan dengan indikator Reliability, Responsiveness, Assurancce, Empaty dalam kategori cukup baik. Hal tersebut disebabkan karena harapan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan sangat tinggi sehingga diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanannya.

Sedangkan untuk variabel citra perusahaan dalam kategori cukup. Dilihat dari indikator Personality, Reputation, Value, Corporate identity yang berada dalam kategori rendah. Hal ini disebabkan karena citra perusahaan yang dimiliki oleh Ajb Bumiputera Cabang Setiabudi Bandung belum dapat meyakinkan nasabah untuk melakukan asuransi di perusahaan tersebut.[34]

[34] Ginanjar Pranata, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Ajb Bumiputera Cabang Setiabudi Bandung", *Jurnal Management, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia*, (2016), 19.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk variabel loyalitas nasabah berada pada kategori rendah yang diketahui dari indikator melakukan pembelian secara teratur, melakukan pembelian di semua lini produk atau jasa, dan merekomendasikan produk lain menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk pesaing berada dalam kategori rendah. Sehingga mengakibatkan minimnya loyalitas nasabah unntuk menggunakan jasa asuransi Ajb Bumiputera. Secara simultan kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh signifkan terhadap loyalitas pelanggan.

Di dalam jurnal **"Pengaruh Kualitas Pealayanan dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Area Manado (The Effect Of Quality Service And Innovation Toward Customer Satisfaction On PLN (Persero) Area Manado"** yang ditulis oleh Siskawati Rahman, menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu bagian dari strategi manajemen pemasaran. Kualitas pelayanan adalah satu factor yang dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi. Pengembangan kualitas suatu perusahaan sangat didorong oleh kondisi persaingan, kemajuan teknologi, dan tahapan perekonomian serta sosial budaya dari masyarakat. Dengan demikian, kualitas pelayanan haruslah dilakukan oleh perusahaan yang ingin terus bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Kualitas pelayanan secara parsial, berpengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Area Manado. Hal ini didukung juga oleh penelitian yang dilakukan oleh Panjaitan dan Yulianti (2016), di mana kualitas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pelayanan berpengauh terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Cabang Bandung.

Beberapa usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang baik dapat dimulai dari pemenuhan pelanggan, yaitu:

1. Memberikan interaksi yang positif dan menyenangkan kepada pelanggan;
2. Sopan dan perhatian saat penyajian;
3. Tepat waktu dalam memenuhi kebutuhan pelanggan;
4. Kenali pelanggan;
5. Mendapatkan perbandingan yang tepat antara jumlah pelayan dan pelanggan;
6. Memberikan rekomendasi fasilitas yang dibutuhkan oleh pelanggan.[35]

Di dalam jurnal **"Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Layanan Nasabah"** yang ditulis oleh Mutmainah, menjelaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan. Setelah dilakukan Analisis SEM, didapatkan hasil koefisien jalur sebesar 0,45 dengan p-value 0,01 < α 0,05 yang memiliki arti signifikan. Berdasarkan hasil

[35] Siskawati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Terhadap Keputusan Pelanggan PT. PLN (Persero) Area Manado (The Effect Of Quality Service And Innovation Toward Customer Stisfaction On Pln (Persero) Area Manado", *Jurnal EMBA Vol. 7 No. 1*, (Januari 2019), 309.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

analisis dapat diuraikan bahwa kualitas layanan yang prima dapat memberikan kepuasan nasabah, di mana kualitas layanan yang diberikan PD BPR Bahteramas Bombana, yaitu meliputi lokasi kantor yang strategis dekat dengan pusat perdagangan, sarana parkir yang terpisah dengan tempat parkir umum sehingga bisa memberikan rasa aman saat nasabah melakukan penyetoran dan pengambilan uang tunai.

Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan. Analisis SEM menghasilkan koefisien jalur sebesar 0,55 dengan p-value 0,00 < α 0,05 yang berarti signifikan. Citra perusahaan akan secara langsung memengaruhi loyalitas nasabah PD BPR Bahteramas Bombana. Dengan demikian, loyalitas nasabah akan meningkat apabila mampu memberikan kesan yang baik melalui pencitraan serta apabila PD BPR Bahteramas Bombana tetap konsisten dalam menjaga kepercayaan nasabah dengan menjadi bank yang sehat dan selalu menjalankan praktik-praktik perbankan yang bersih.

Namun, kepuasan nasabah tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan pada PD BPR Bahteramas Bombana. Hal ini dijelaskan dalam analisis SEM yang menghasilkan jalur 0,13 dengan p-value sama dengan 0,42 > α 0,05 yang berarti tidak signifikan. Kepuasan nasabah secara langsung tidak memengaruhi loyalitas nasabah PD BPR Bahteramas Bombana, artinya bahwa pelanggan tidak merasa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

loyal dan masih mempunyai keinginan untuk tidak menabung di PD BPRS Bahteramas Bombana.[36]

Di dalam skripsi penelitian oleh Riza Helmawan Wahyudi yang berjudul **"Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPR Tanmiya Artha Kediri"**, menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu factor penting bagi keberhasilan bank sebagai perusahaan jasa saat ini. Hal ini dikarenakan masalah kepuasan dan loyalitas nasabah melalui kualitas pelayanan terbaik telah menjadi komitmen bagi perbankan dalam menjalankan roda bisnisnya. [37]Di mana terdapat lima aspek dalam kualitas pelayanan, yaitu *Responsiveness* (Ketanggapan), *Reability* (Keandalan), *Empaty* (Empati), *Assurance* (Jaminan), *Tangible* (Bukti Langsung).[38]

Pada dasarnya loyalitas pelanggan adalah kesetiaan seseorang terhadap suatu hal atau ukuran keterikatan konsumen terhadap suatu hal. Di mana kesetiaan ini timbul tanpa adanya paksaan melainkan dari kesadaran diri. Loyalitas pelanggan dapat dilihat dari indikator sebagai berikut:

1. *Say positive things*, yakni penyampaian kepada orang lain dalam bentuk kata-kata secara positif tentang perusahaan.

[36] Mutmainah, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah", *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa Vol. 10 No.2,* (September 2017), 212.

[37] Riza Helmawan Wahyudi, "Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPRS Tanmiya Artha Kediri, Skripsi Perbankan Syariah", (Institut Agama Islam Negeri Tulungagung: 2015), 18.

[38] *Ibid*, Pengaruh Penangan Keluhan…, 30.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. *Recommended friends*, yaitu proses mengajak pihak lain untuk ikut serta menikmati suatu hal yang menjadi pengalaman positif yang diarasakan.

3. *Continue purchasing*, adalah sikap untuk melakukan transaksi ulang terus-menerus oleh pelanggan dan dilandasi oleh kesetiaan.

Table 2. Penelitian Terdahulu

NO	Penelitian Terdahulu	Persamaan dan Perbedaan
1.	**Pengaruh Kualitas Layanan dan Inovasi Terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Riau Kepri**	**Persamaan :** variabel (X1) yang digunakan adalah kualitas layanan dengan indikator keandalan dan daya tanggap, variabel (X2) adalah citra perusahaan terhadap variabel (Y) loyalitas nasabah. **Perbedaan :** Indikator yang digunakan dalam variabel kualitas layanan (X1) adalah bukti fisik, jaminan, dan empati.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		Objek penelitian : pada penelitian tersebut adalah PT. Bank Riau Kepri sedangkan penelitian ini adalah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.
2.	**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada AJB Bumiputera Cabang Setiabudi Bandung**	**Persamaan :** Variabel (X1) dan (X2) yang digunakan sama yakni kualitas pelayanan dengan indikator responsiveness dan citra perusahaan dengan indikator personality, reputasion, value, dan corporate identity terhadap loyalitas nasabah (Y). **Perbedaan :** Indikator pada variabel Kualitas Layanan (X1) adalah Reliability, Assurance, Empaty, dan Tangibles.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		Objek Penelitian: Pada penelitian tersebut mengambil objek penelitian pada AJB Bumiputera Cabang Setiabudi Bandung.
3.	**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Area Manado**	**Persamaan :** Variabel yang digunakan adalah Kualitas Pelayanan. **Perbedaan :** variabel (Y) yang digunakan adalah Kepuasan Pelanggan. **Objek Penelitian :** PT. PLN (Persero) Area Manado.
4.	**Pengaruh Kualitas Layanan**	**Persamaan :** variabel yang digunakan adalah Kualitas Layanan (X1) dan Citra Perusahaan (X2) terhadap Variabel Loyalitas Nasabah (Y).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah	**Perbedaan** : Indikator yang digunakan pada masing-masing variabel berbeda dan menggunakan Hipotesis Pengaruh Kepuasasn Nasabah terlebih dahulu baru menju pada tingkat pengaruh dan signifikansi terhadap Loyalitas Nasabah. **Objek Penelitian :** Pada penelitian tersebut menggunakan PD BPR Bahteramas Bombana sebagi objek penelitian.
5.	**Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kualitas**	**Persamaan :** Variabel yang digunakan adalah Kualitas Layanan (X1) dan Loyalitas Nasabah (Y), serta menggunakan BPRS sebagai objek penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada BPRS Tanminya Artha Kediri	**Perbedaan :** Variabel X kedua yang digunakan adalah Penanganan Keluhan yang di dalam penelitian ini termasuk dalam Kualitas layanan pada indikator Perhatian. **Objek Penelitian :** Pada penelitian tersebut mengambil BPRS Tanmiya Artha Kediri sebagai objek penelian.

2.3. Kajian Teoritik

Di dalam buku **Manajemen Pemasaran Islam** yang ditulis oleh Ririn Tri Ratnasari, SE., MSi, menjelaskan bahwa para pemasar perlu kembali kepada cara dagang dan pemasaran yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW. Salah satunya adalah dalam hal melakukan perdagangan, beliau telah menemukan formulasi untuk menarik pelanggan sebanyak-banyaknya dengan menciptakan loyalitas di benak setiap pelanggannya.[39] Hal ini dikarenakan Nabi Muhammad memiliki sifat-sifat seperti jujur, tabligh, amanah, fathonah, ikhlas dalam melakukan berbagai hal termasuk berdagang.

[39] Ririn Tri Ratnasari, *Manajemen Pemasaran Islam*, (Universitas Airlangga: 2012), 12.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Di dalam buku **Membudayakan Etos Kerja Islami** yang ditulis oleh Toto Tasmara, menjelaskan bahwa adapun prinsip-prinsip pelayanan, antara lain sebagai berikut:

a. Melayani itu ibadah dan harus ada rasa cinta serta semangat yang membara dalam hati pada setiap tindakan pelayanan.

b. Memberi dahulu dan Anda akan menerima ROSE (*Return On Service Excellent*).

c. Mengerti orang lain terlebih dahulu sebelum ingin dimengerti.

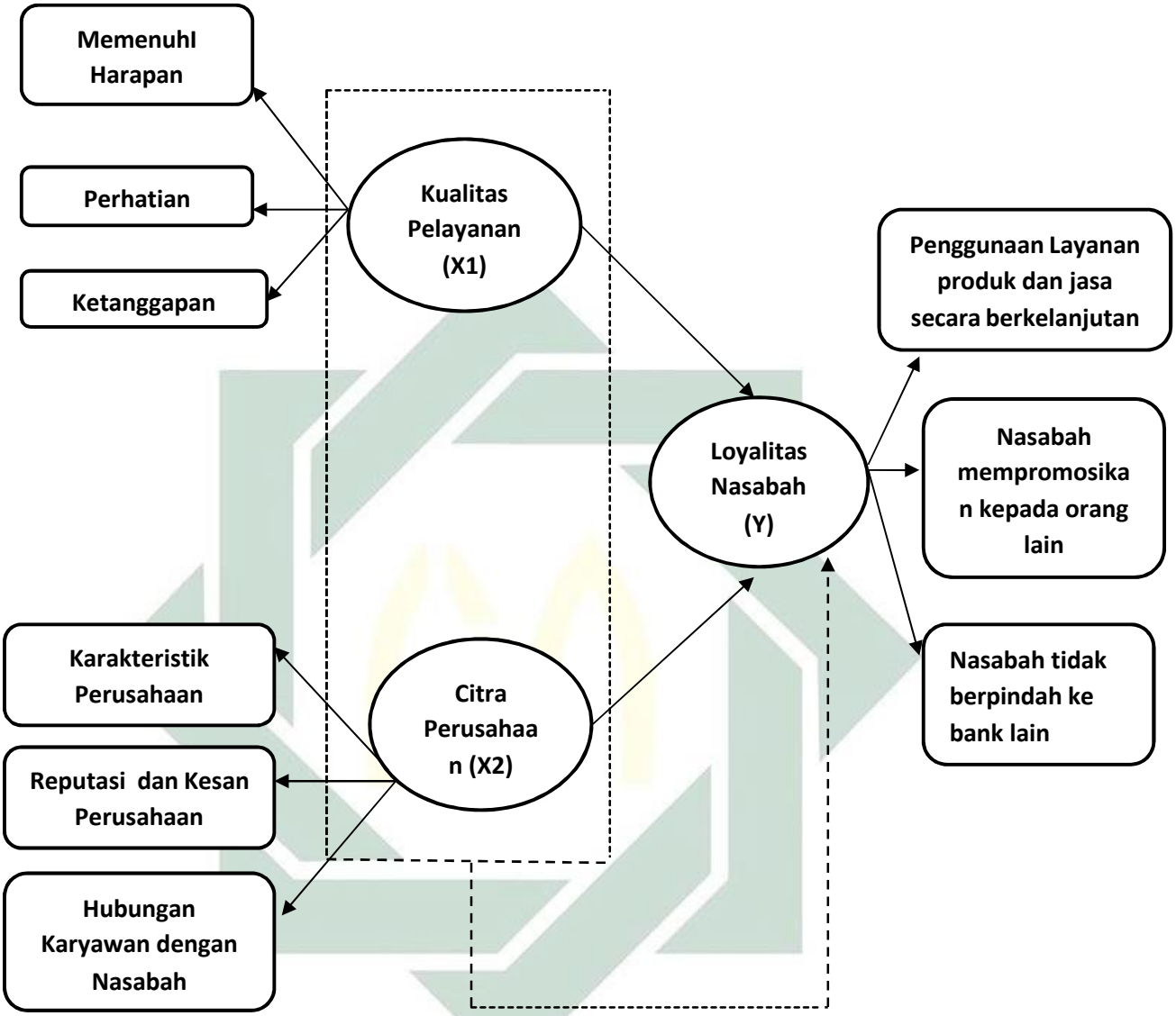
d. Bahagiakanlah orang lain sebagaimana diri Anda ingin dihargai.[40]

Di dalam buku **Manajemen Mutu Terpadu** yang ditulis oleh M.N. Nasution, menjelaskan bahwa perusahaan harus benar-benar dapat memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan. Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia, proses atau tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.[41]

[40] Toto Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, Cet. Ke-1, 2002), l97.
[41] M.N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), 2-3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2.4. Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Keterangan:

X1 = Variabel independen pertama

X2 = Variabel independen kedua

Y = Variabel dependen

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2.5. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara oleh peneliti terhadap rumusan masalah yang akan diteliti. Yang dimaksud sementara adalah jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori-teori yang relevan, dan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.[42] Berdasarkan landasan teori dan kerangka konseptual yang telah dijelaskan maka dapat diajukan hipotesis dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. **H0** : Kualitas layanan (*Service Quality*) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.

   H1 : Kualitas layanan (*Service Quality*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.

2. **H0** : Citra perusahaan (*Corporate Image*) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.

   H1 : Citra perusahaan (*Corporate Image*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.

[42] Sugiyono, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Alfa Beta, 2001), 5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. **H0** : tidak ada pengaruh secara simultan antara service quality dan corporate image terhadap loyalitas nasabah di BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang.

   H1 : Ada pengaruh secara simultan antara service quality dan corporate image terhadap loyalitas nasabah di BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang.

4. **H0**: Dalam variabel *service quality*, indikator yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo adalah memenuhi harapan.

   H1: Dalam variabel *service quality*, indikator yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo adalah ketanggapan.

5. **H0**: Dalam variabel *corporate image*, indikator yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo adalah reputasi dan kesan perusahaan.

   H1: Dalam variabel *corporate image*, indikator yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo adalah karakteristik perusahaan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau pada sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.[43] Penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui bagaiamana hubungan antara dua variabel atau lebih.[44] Penelitian awal yang dilakukan adalah Penelitian Kepustakaan (Library Research). Kemudian dilanjutkan dengan Penelitian Lapangan (Field Research). Hal ini dikarenakan penelitian dilakukan langsung ke objek penelitian yakni BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.

3.2. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian

Salah satu langkah yang ditempuh dalam penelitian adalah menentukan objek yang akan diteliti dan besarnya populasi yang ada, yang dimaksud dengan populasi adalah kelompok besar individu yang

[43] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RnD,* (Bandung: Alfabeta, 2011), 18.
[44] Masyhuri & Zainuddin, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif,* (Bandung: PT Refika Aditama, 2008), 47.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempunyai karakteristik yang sama.[45] Dalam penelitian ini, populasinya adalah nasabah tabungan BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo sebanyak 11.627 nasabah. Sedangkan sampel yang diambil adalah sebagian dari karakteristik yang dimilki oleh populasi tersebut.[46] Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan Rumus Slovin dengan taraf kepercayaan 90% (error 0,10) adalah sebagai berikut:[47]

$$n = N / (1 + N (e^2))$$

$$= 11.627 / (1 + 11.627 (0,10^2))$$

$$= 11.627 / (1 + 109)$$

$$= 99,147266 = 100 \text{ nasabah.}$$

Dengan demikian, peneliti mengambil 100 orang sebagai responden sampel. Peneliti menggunakan *Non Probability Sampling*, yakni teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada saat penelitian adalah *Purposive Sampling*, yakni teknik pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan

[45] Ibnu Hadjar, *Dasar-dasar Metodologi Kuantitatif Dalam Pendidikan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996), 133.
[46] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RnD*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 11.
[47] Umar Husein, *Metode Riset dan Perilaku Konsumen Jasa*, (Jakarta: PT. Ghalia Indonesia, 2003), 108.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian dan data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif.[48]

Kriteria sampel yang dibutuhkan antara lain:

1. Merupakan nasabah tabungan di BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.
2. Memiliki minimal pendidikan SMA, SMK dan sederajat.
3. Berusia lebih dari 18 tahun.

3.3. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *cross-sectional*. Di mana data tersebut dikumpulkan hanya pada saat riset lapangan saat penelitian ini terjadi. Data merupakan keadaan yang menggambarkan kejadian yang akan diolah lebih lanjut melalui suatu model untuk menjadi suatu informasi dengan tujuan untuk menjawab pertanyaan yang ada pada rumu san masalah.[49]

Sumber data pada penelitian ini antara lain:

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data yang berasal dari responden.[50] Jenis data

[48] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RnD*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 85.
[49] Tata Sutabri, *Analisa Sistem Informasi*, (Yogyakarta: Adi Yogyakarta, 2012), 22.
[50] Burhan Buangin, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), 128.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ini sering disebut data mentah atau *raw data*.[51] Pengumpulan data ini biasanya diperoleh melalui kuesioner, kelompok fokus dan panel, atau juga data hasil wawancara.[52] Dalam penelitian ini data primer didapat dengan cara memberikan kuesioner dan interview langsung kepada nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Sumber sekunder meliputi komentar, interpretasi, atau pembahasan tentang materi original.[53] Data sekunder yang diperoleh berupa data terkait perusahaan yang telah dipublikasikan, studi pustaka, peneliti terdahulu, jurnal dan literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Pengumpulan data tahap pertama pada penelitian ini yaitu melakukan observasi. *Observasi* merupakan proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. dua diantara yang terpenting adalah proses-proses

[51] Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada: 2001), 122.
[52] Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014), 73.
[53] Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: Refika Aditama, 2012), 291.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengamatan dan ingatan.[54] Yang berarti peneliti melakukan pengamatan secara langsung di lapangan.[55]

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Dalam skala pengukurannya, penelitian ini menggunakan skala likert. Dimana setiap responden mengisi jawaban dari setiap pernyataan yang di berikan dengan tingkatan penilaian sangat positif hingga sangat negatif**.** Tingkatan skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Table 3. *Skala Likert*

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Alasan peneliti hanya menggunakan empat indikator jawaban yakni SS, S, TS, dan STS tanpa mencantumkan CS (Cukup Setuju) adalah untuk menghindari jawaban netral dari responden.

[54] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RnD*, (Bandung: Alfabeta: 2011), 145.
[55] Hasyim Hasanah, *Teknik-Teknik Observasi*, (Jurnal at-Taqaddum, Vol 8 No.1, 2016), 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan-catatatn, transkip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat, agenda dan sebagainya.[56] Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dalam penelitian ini, dokumentasi yang digunakan adalah dokumentasi berupa gambar dan berita seputar objek penelitian yakni BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo yang telah dipublikasikan baik di media cetak maupun media sosial.

4. Studi Pustaka

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Selain itu studi kepustkaan sangat penting dalam melakukan penelitian. Hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah.[57]

---

[56] Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 231.

[57] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RnD,* (Bandung: Alfabeta: 2011), Hal 291

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3.5. Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu atribut atau sifat dari objek yang memiliki variasi tertentu kemudian diterapkan oleh peneliti dalam mempelajari dan mengambil kesimpulannya.[58] Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel bebas atau independen (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau dianggap menentukan variabel terikat, baik berpengaruh positif maupun negatif.[59] Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas yakni *Service Quality* (X_1) dan *Corporate Image* (X_2).
2. Variabel dependen atau variabel terikat (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.[60] Dalam penelitian ini terdapat variabel terikat yaitu Loyalitas Nasabah (Y).

3.6. Definisi Operasional

Penelitian ini berjudul **" Pengaruh Service Quality dan Corporate Image terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo) "**, terdapat

[58] Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 38.
[59] Saryono Mekar Dwi Anggraeni, *Metodologi Penelitian dan Kualitatif dalam Bidang Kesehatan*, (Yogyakarta : Nuha Medika, 2013), 145.
[60] Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 50.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

beberapa istilah yang membutuhkan penjelasan lebih detail dari judul tersebut, antara lain:

Table 4. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Contoh
Service Quality Gronross (1998) dalam Tjiptono (1996 : 2011) dan Kotler & Keller (2014)	1. Memenuhi Harapan	Dimensi yang mengukur kesesuaian tingkat service quality yang diberikan oleh BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo terhadap apa yang diharapkan oleh para nasabah secara umum	1. Menyediakan layanan pick up service. 2. Akad sesuai dengan prinsip syariah Islam. 3. Menyediakan fasilitas tambahan, seperti mobil kas, ATM, dan aplikasi *go mobile*. 4. Ruangan Bersih dan Rapi. 5. Mempunyai produk yang dibutuhkan oleh nasabah. 6. Karyawan BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

			Sidoarjo berpenampilan rapi dan bersih. 7. Standar pelayanan kurang lebih tiga menit. 8. Funding selalu datang sesuai jadwal yang ditentukan. 9. Memenuhi pelayanan yang dijanjikan, yakni free biaya admin bulanan. 10. Akurasi dalam pencatatan.
	1. Perhatian	Dimensi yang berhubungan dengan kepedulian BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo	1. Keramahan petugas dalam melayani nasabah. 2. Memberikan perhatian secara pribadi kepada nasabah, seperti memberikan bentuk *empathy* kepada nasabah yang sedang sakit atau terkena musibah,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		terhadap nasabah.	pemberian souvenir ketika pembukaan tabungan. 3. Menjalin Komunikasi yang baik dengan nasabah. 4. Selalu menerapkan Senyum, Sapa, Salam setiap melayani nasabah.
	2. Ketanggapan	Dimensi yang mengukur kecepatan petugas BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo dalam memberikan pelayanan dan kesigapan pegawai dalam memberikan penyelesaian terhadap masalah	1. Kecepatan dalam melayani masalah yang dihadapi nasabah. 2. Kecepatan dan ketepatan dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah. 3. Kesigapan petugas dalam menjawab pertanyaan nasabah.[61]

[61] Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasaan Pelanggan* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2002), 57.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		nasabah.	
Corporate Image Jurnal Irawan Yulimindra, Samsir, dan Gatot Wijayanto (2015) Dan Mohamad Khilmi (2013)	1. Karakteristik BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang yang diketahui dan dipahami nasabah	Ciri-ciri yang dimiliki oleh BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo yang diketahui oleh nasabah.	1. Ciri khas dari BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, seperti dikenal dengan sebutan "Bank Hijau" karena bangunannya identik dengan warna hijau. 2. Nama BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang dikenal di masyarakat. 3. Logo dari BPRS Baktimakmur Indah. 4. Lokasi BPRS Baktimakmur Indah yang strategis (dekat dengan pusat perbelanjaan dan pusat bisnis masayarakat di sepanjang), serta mudah diakses oleh nasabah karena berada di pinggir

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

			jalan raya.
	2. Reputasi dan kesan BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang di mata nasabah	Hasil evaluasi keseluruhan secara langsung dari nasabah yang berkaitan dengan BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.	1. Menurut persepsi nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, seperti Bu Widya, Pak Anton, Bu Sari dan yang lainnya mengatakan bahwa pelayanan dari BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang cepat dan mudah karena menggunakan layanan *pick up service*. 2. Menurut Bu Alif, salah satu nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, karyawan di sana senantiasa memberikan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah, misalnya menginfokan adanya produk baru seperti produk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

			tabungan haji, simpanan gaul untuk pelajar tanpa buku tabungan (*by aplikasi*), dan informasi lain yang terkait dengan layanan jasa dan produk dari BPRS itu sendiri. 3. Para Pedagang di hampir seluruh Pasar Sepanjang yang berhasil diwawancarai yakni sebanyak 60 orang mengatakan terkesan dengan kinerja dari BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang yang rapi, ramah dan tidak memilih terhadap para nasabah baik itu nasabah yang memiliki dana besar maupun tidak, mereka akan mendapatkan pelayanan yang baik (dalam hal *pick up service*)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

			4. Menurut beberapa pedagang di pasar sepanjang, BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo kurang memberikan sosialisasi terencana dengan para nasabah hanya sebatas penyampaian karyawan secara personal kepada nasabah.
	3. Hubungan karyawan BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang dengan nasabah	Pengalaman dari hubungan antara BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo dengan nasabah.	1. Para Petugas Funding senantiasa menjalin keakraban dengan para nasabah, seperti Pak Haris (*Funding*) menjalin keakraban dengan para pedagang di Pasar Sepanjang dan Bu Alif (*Funding*) menjalin keakraban dengan para siswa sekaligus guru dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

			staf karyawan di setiap sekolah yang menjadi nasabah tetap. Begitu juga yang dilakukan oleh karyawan yang bekerja di kantor terhadap nasabah.
Loyalitas Nasabah Griffin dalam octafiana (2015)	1. Penggunaan layanan produk dan jasa oleh nasabah secara berkelanjutan		1. Nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Futichatuz Zuhriyah senantiasa menjadi nasabah aktif sejak tahun 2007. 2. Ibu Mutimmatur yang berprofesi sebagai pemilik percetakan dan fotokopi juga menjadi nasabah tabungan aktif sekaligus melakukan pembiayaan di BPRS Baktimakmur Indah untuk memperbesar usahanya. 3. Rata-rata nasabah dari BPRS Baktimakmur Indah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

			yang masih aktif adalah nasabah yang sudah bergabung sejak lima sampai dengan sepuluh tahun yang lalu hingga saat ini.
	2. Nasabah mempromosikan produk dan jasa dari BPRS Baktimkamur Indah Cabang Sepanjang kepada orang lain		1. Nasabah bernama Futichatuz Zuhriyah turut mempromosikan sekaligus mengajak kakaknya yang bernama Fauziah Mufidah dan suaminya yang bernama Mirzami Abdillah Mahrus untuk menjadi nasabah di BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang pula. 2. Nasabah yang bernama Ibu Ana merupakan pedagang Ayam di Pasar Sepanjang juga mengajak saudara dan keluarganya yang sesama

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

			pedagang di pasar untuk menjadi nasabah di BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang karena merasa senang dengan pelayanan yang mudah dan cepat.
	3. Nasabah tidak berpindah ke bank lain.	1.	2. Ibu Aida yang merupakan seorang penjual sembako di Pasar Sepanjang mengatakan bahwa hanya menggunakan layanan perbankan dari BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang atau tidak membuka rekening di bank lain. 3. Bapak Agung yang merupakan seorang pedagang pun mengatakan bahwa hanya tertarik dengan layanan perbankan dari BPRS Baktimakmur

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

			Indah Cabang Sepanjang dan tidak berminat untuk membuka rekening di bank lain karena kemudahan transaksi terutama dengan sistem *pick up service* yang diberikan.

3.7. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas data digunakan untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Dan suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.[62] Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} (untuk setiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlations*, dengan r_{tabel} dengan mencari *degree of freedom (df)* = N – k, dalam hal ini N adalah jumlah sampel, dan k adalah jumlah variabel independen penelitian.

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus koefisien korelasi product moment menurut Pearson yang sekaligus menghitung persamaan regresi dengan taraf signifikasi

[62] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RnD,* (Bandung: Alfabeta: 2011), 121

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(α) = 5% atau 0,05. Jika r hitung ≥ r tabel, dan bernilai positif, maka pertanyaan (indikator) tersebut dikatakan valid. Dan apabila r hitung < r tabel maka data dinyatakan tidak berkorelasi signifikan atau tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan dalam mengukur suatu gejala atau kejadian.[63] Uji reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini, adalah dengan menggunakan fasilitas SPSS, yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Apabila suatu nilai Alpha Cronbach yang dihasilkan adalah > 0,60 maka alat ukur yang digunakan dianggap reliabel atau dapat dipercaya dan sebaliknya jika nilai Alpha Cronbach yang dihasilkan < 0,6 menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan tidak reliabel.[64]

3.8. Teknik Analisa Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah

[63] Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung, Alfabeta: 2010), 99.
[64] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009), 4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diajukan.[65] Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, dengan sebelumnya menguji kualitas data yang diperoleh dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Dan menggunakan uji penyimpangan asumsi klasik serta uji hipotesis.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah penaksir dalam regresi merupakan penaksir kolinear tak bias terbaik. Untuk memperoleh persamaan yang paling tepat digunakan parameter regresi yang dicari dengan metode kuadrat terkecil atau *Ordinary Least Square (OLS).*[66] Metode regresi OLS akan dapat dijadikan alat estimasi yang tidak bias jika telah memenuhi persyaratan *Beast Linear Unbiased Estimation (BLUE).* Oleh karena itu diperlukan adanya uji asumsi klasik terhadap model yang telah diformulasikan, yang mencakup pengujian Uji normalitas, Uji multikolinieritas, dan Uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

[65] Azka, Al Afifah, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang)*, (Skripsi UIN Raden Fatah Palembang, 2016), 58.

[66] Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: BP Universitas Diponegoro, 2011), 110.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dasar pengambilan keputusannya adalah :

a. Jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau garfik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal maka model regrsi tidak memenuhi asumsi normalitas.
c. Atau dengan menggunakan uji Kolmogrov Smirnov, dengan melihat hasil signifikansi harus diatas 0,05 yang menunjukkan data terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas (multiko). mengukur multikolinieritas dapat dilihat dari nilai TOL (*Tolerance*) dan VIF (*Varian Inflation Faktor*). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai Tolerance $\leq$ 0.1 atau sama dengan nilai VIF $\geq$ 10.

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian multikolinieritas adalah:

a. H0: VIF > 10, terdapat multikolinieritas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. H1: VIF < 10, tidak terdapat multikolinieritas

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot. Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik dapat dilihat apabila termasuk homoskesdastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang tidak diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. Dengan menggunakan dasar analisis sebagai berikut: (1) jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas, (2) jika tidak ada yang jelas, serta titik-titik

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.[67]

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi dipergunakan untuk menggambarkan garis yang menunjukan arah hubungan antar variabel, serta dipergunakan untuk melakukan prediksi. Analisa ini dipergunakan untuk menelaah hubungan antara dua variabel atau lebih, terutama untuk menelusuri pola hubungan yang modelnya belum diketahui dengan sempurna. Dalam penelitian ini model persamaan dalam analisis regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y	= Loyalitas Nasabah
α	= Koefisien konstanta
β_1	= Koefisien regresi *service quality*
β_2	= Koefisien regresi *corporate image*
X_1	= *Service Quality*
X_2	= *Corporate Image*
e	= Estimasi *error*

[67] Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: BP Universitas Diponegoro, 2011), 142.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Analisis Koefisien dan Determinasi Berganda

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen mamberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model, setiap tambahan satu variabel independen maka R^2 pasti meningkat tidak perduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai R^2 saat mengevaluasi model regresi terbaik.[68]

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

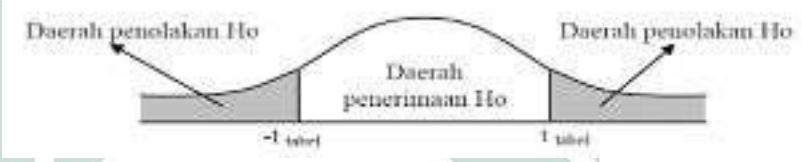
Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap

[68] Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: BP Universitas Diponegoro, 2011), 97.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

variabel dependen.[69] Dalam penelitian ini pengujian pengaruh variabel independen (X) yang terdiri dari: *service quality* (X_1) dan *corporate image* (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel dependen (Y) yaitu loyalitas nasabah (Y).

Gambar 2. Grafik Uji t



H0 diterima ketika nilai thitung < ttabel dengan signifikansi lebih dari 0,05 dan H0 di tolak ketika nilai thitung > ttabel dengan signifikansi kurang dari 0,05.

b. Uji F (Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya adalah untuk menunjukkan apakah semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.[70] Dalam penelitian ini pengujian hubungan variabel independen (X) yang terdiri dari: *service quality* (X_1) dan *corporate image* (X_2)

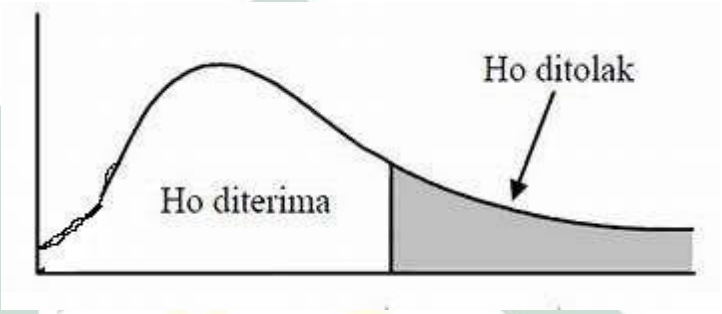
[69] Ulinuha, Ahmad, *Pengaruh Pelayanan dan Citra Pegadaian Syariah terhadap Keptusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai pada Pegadaian syariah Cabang Majapahit Semarang*, (Jurnal: IAIN Walisongo Semarang, 2010), 34.

[70] Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*, (Yogyakarta: MediaKom, 2008), 81.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

secara simultan berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel dependen (Y) yaitu loyalitas nasabah (Y).

Gambar 3. Grafik Uji F (Simultan)



H0 diterima ketika nilai Fhitung < Ftabel dengan signifikansi lebih dari 0,05 dan H0 di tolak ketika nilai Fhitung > Ftabel dengan signifikansi kurang dari 0,05.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Umum BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo

4.1.1. Sejarah Singkat BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo

Perusahaan PT. Bank Perkreditan Rakyat Syari ah (BPRS) Baktimakmur Indah dengan Kantor Pusat yang berkedudukan di Ruko Graha Niaga Citra Krian Blok 6-7, Jalan Raya Surabaya Krian KM. 29 Krian Sidoarjo Jawa Timur, merupakan salah satu Bank Perkreditan Rakyat Syari ah pertama di wilayah Jawa Timur yang didirikan berdasarkan permintaan umat di Jawa Timur akan Lembaga Keuangan Syari ah berbentuk bank yang dalam operasionalnya senantiasa mengacu pada Al-Qur an dan Al-Hadits.

Pendirian PT. BPR Syariah Baktimakmur Indah diawali pada tahun 1993 yang diprakarsai oleh tokoh agama, tokoh masyarakat dan pengusaha muslim serta pejabat pemerintah seperti halnya KH. Zaki Goefron, KH. Imron Hamzah (alm), DR. H. Tjuk K Sukiadi, SE., HRP Moh. Noer, HMY Bambang Sujanto, HM. Aldjufri, HM. Saleh Aldjufri (alm), H. Makbul Thohir (alm) dll.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selama proses pendirian mengalami berbagai kendala yang tidak mudah baik dari sisi permodalan, perijinan maupun persiapan operasionalnya, mengingat bank syariah saat itu relatif baru dikenal di Indonesia, sehingga Bank Indonesia selaku Bank Sentral yang membuat kebijakan perbankan masih membutuhkan waktu yang cukup lama dalam memberikan ijin pendiriannya.

Demikian juga halnya dengan masyarakat, walaupun awalnya memberikan dukungan penuh, namun dalam pelaksanannya masyarakat masih meragukan keberhasilan pendirian dan operasional PT. BPRS Baktimakmur Indah Pendirian PT. BPRS Baktimakmur Indah disahkan sebagai badan hukum pada tanggal 9 Februari 1994 dengan mendapat ijin usaha dari Menteri Keuangan RI pada saat itu yakni bapak H. Moch. Mar'ie Muhammad dengan No. kep-024/km.17/1994 tanggal 9 februari Pendirian PT. BPRS Baktimakmur Indah diawali dengan modal sebesar Rp 262 juta dari modal dasar sebesar Rp 1 milyar. Pada tahun 2005 modal dasar ditingkatkan menjadi Rp 3 milyar dengan modal disetor sebesar Rp 1,5 milyar, yang dimiliki oleh 186 pemegang saham. Dalam tahun 2006, rasio permodalan (CAR) mencapai 25,72 % dan tingkat kesehatan bank mencapai nilai 96 dengan kategori "sehat".

Hingga saat ini PT BPRS Baktimakmur Indah telah membuka cabang di Jl. Raya Bebekan No. 21 Sepanjang Taman

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sidoarjo Jawa Timur Indonesia.Telp (Hunting/fax.) serta telah memiliki beberapa Kantor Pelayanan Kas, antara lain : 1. Kantor Pelayanan Kas Candi di Jl. Raya Candi No. 220 Candi Sidoarj Telp. (031) Kantor Pelayanan Kas Mojokerto Jl. KH. Nawawi No. 31 Mojokerto Telp. (0321).[71]

4.1.2. Identitas Perusahaan

a. Nama Perusahaan

Nama perusahaan PT Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah Baktimakmur Indah disingkat menjadi PT. BPR Syari'ah Baktimakmur Indah.

b. Nama Populer

Masyarakat lebih mengenal dengan sebutan Bank Syari'ah BMI.

c. Logo Perusahaan

Lingkaran berwarna hijau dengan tulisan huruf arab "syari'ah" di dalamnya dengan kandungan makna bahwa Bank yang

[71] www.bprsyariah.com diakses pada Hari Sabtu, 17 Mei 2020 jam 10.30 WIB.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berlandaskan syari'ah Islam harus benar-benar ditanamkan dan diterapkan sebenar-benarnya di bumi kita ini minimal di Negara Indonesia yang kita huni saat ini.

d. Motto Pada Logo

Kotak hijau dengan tulisan " Mengangkat Derajat, Memakmurkan Ummat " di dalamnya dengan kandungan makna bahwa dalam operasional Bank Syari'ah harus dijalankan secara benar/lurus sesuai dengan ketentuan yang ada dengan tetap memperhatikan sasaran yang hendak dituju yaitu mengangkat derajat dan memakmurkan ummat golongan menengah ke bawah.

e. Logo iB

Logo iB sebagai kepanjangan dari Islamic Banking (Perbankan Syari'ah) dimaksudkan bahwasannya BPRS Baktimakmur Indah dalam operasionalnya menjalankan Prinsip Syari'ah sebagaimana ketentuan Perbankan Syari'ah.

4.1.3. Dasar Hukum

"Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan tinggalkanlah sisa riba (yang belum dipungut) jika kalian orang-orang yang beriman. Maka jika kalian tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba) maka ketahuilah, bahwa Allah dan rasul-Nya akan memerangi kalian. Dan jika kalian bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagi kalian pokok

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

harta kalian; kalian tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya".

(QS. Al-Baqarah : 278-279).

4.1.4. Visi dan Misi BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo

a. Visi BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo

"Mengangkat Derajat, Memakmurkan Ummat", khususnya golongan menengah ke bawah melalui produk-produk jasa Perbankan Syari'ah.

b. Misi BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo

Memberikan pelayanan yang islami dan profesional dengan berpegang teguh pada Al-Qur'an dan Al-Hadits serta menjadikan PT. BPRS Baktimakmur Indah sebagai BPR 2Syari'ah terbaik di Indonesia. Dalam menjalankan amanah ummat yaitu mengelola dana titipan ummat PT. BPRS Baktimakmur Indah senantiasa mengacu pada prinsip kerja yang dimiliki yaitu :

1. ***Keadilan***, yaitu bertindak adil terhadap nasabah, baik dalam pemberian imbalan atas simpanan berupa bagi hasil maupun penentuan margin keuntungan dan nisbah bagi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hasil untuk pembiayaan dengan memperhatikan keuntungan kedua belah pihak.

2. ***Kemitraan***, yaitu Bank memandang nasabah penyimpan maupun pengguna dana berada dalam posisi yang sejajar, yaitu sebagai mitra usaha yang amanah dan saling menguntungkan.

3. **Transparan**, yaitu Nasabah dapat mengetahui laporan keuangan Bank yang ditampilkan sesuai kondisi sebenarnya secara nyata dan transparan, sehingga secara langsung dapat mengetahui dan menilai kondisi keuangan dan kualitas manajemen Bank.

4. ***Universal***, yaitu pelayanan jasa Perbankan Syari'ah yang ditawarkan diperuntukan bagi seluruh lapisan masyarakat tanpa memandang status kehidupan, suku maupun golongan.

4.1.5. Legalitas Perusahaan

1. Ijin Prinsip dari Departemen Keuangan RI No. S-11088/MK.17/1993 tertanggal 29 Juli 1993.

2. Akta Pendirian No. 266 tertanggal 18 Agustus 1993 oleh Notaris Noor Irawati, SH.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

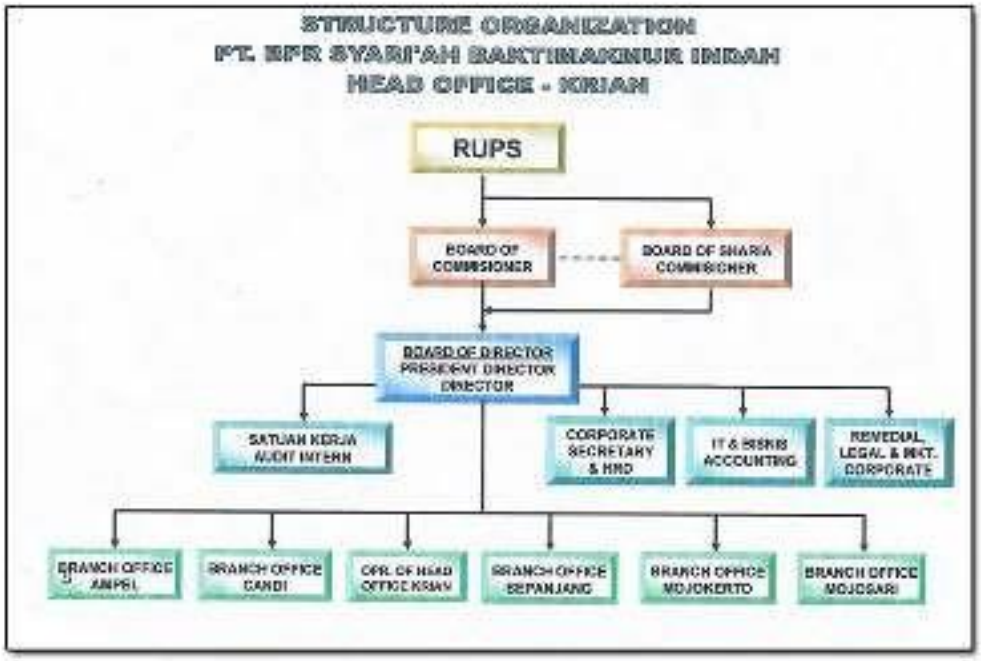
3. Persetujuan Menteri Kehakiman RI No. C2-10924HT.01.01 Tahun 1993 tertanggal 18 Oktober 1993 dan No. C-29898 HT.01.04 TH. 2003 tertanggal 23 Desember 2003.

4. Ijin Usaha dari Menteri Keuangan RI No. Kep-024/KM.17/1994 tertanggal 9 Februari 1994.

5. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) No. 1.546.290.6-603

4.1.6. Struktur Organisasi BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo

Gambar 4. Struktur Organisasi BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Susunan Pengurus:

DEWAN KOMISARIS

1. Dr. dr. H. Budi Siswanto Sp.OG,(K), SH. (Komisaris Utama)
2. Sutrisno, SE, MM
3. Mohammad Norman Muttaqien, LC, MH

DEWAN PENGAWAS SYARIAH

1. Prof. Dr. H. M. Roem Rowi (Ketua)
2. Prof. Dr. H. Syafiq A. Mughni
3. Drs. KH. Syafrudin Syarif

DIREKSI

1. Hj. Dwi Emi Subekti, S.Hut (Direktur Utama)
2. Drs. H. Muchib Romdhoni (Direktur Operasional)
3. H. M. Zainuri, ST (Direktur Bisnis)

Kepala Cabang Sepanjang : Dicky

Head Officer : Futichatuz Zuhriyah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4.1.7. Produk BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo

PRODUK PENDANAAN	PRODUK PEMBIAYAAN	JASA LAINNYA
1 Akad Wadi'ah/Titipan	1 Akad Mudharabah	1. Pengurusan Haji/Umroh
- Simpanan iB Wadi'ah	- Pembiayaan iB Modal Kerja	2. Pembayaran Kartu Kredit, Finance
a. Haji/Umroh	- Pembiayaan iB Investasi	3. Pembayaran Tagihan PLN/Telp.
b. Qurban		4. Pembelian pulsa & tiket
c. Infaq, Zakat, Shodaqoh	2 Akad Musyarakah	5. Transfer/RTGS via Bank Koresponden
d. Qordhiyuu	- Pembiayaan iB Modal Kerja	6. Payroll
	- Pembiayaan iB Investasi	7. Pembayaran Pajak Kendaraan
2 Akad Mudharabah/Bagi Hasil		8. Pembayaran PBB
- Simpanan iB Mudharabah	3 Akad Murabahah	9. Pengurusan Sertifikat Masal
a. Umum	- Pembiayaan iB Modal Kerja	10. Penukaran Uang Asing
b. Pelajar	- Pembiayaan iB Investasi	11. Asuransi Jiwa & Umum
- Simpanan iB Pendidikan Berjangka	- Pembiayaan iB Mobil/Motor	
a. Jangka Waktu 2 tahun	- Pembiayaan iB Rumah/Toko	
b. Jangka Waktu 3 tahun		
c. Jangka Waktu 6 tahun	4 Akad Ijarah	
- Deposito iB Mudharabah Berjangka	- Pembiayaan iB Rumah/Toko	
a. Jangka Waktu 1 bulan		
b. Jangka Waktu 3 bulan	5 Akad Ijarah Multijasa	
c. Jangka Waktu 6 bulan	- Pembiayaan iB Anak Sekolah	
d. Jangka Waktu 12 bulan	- Pembiayaan iB Konsumtif Lainnya	
- Deposito iB Mudharabah Khusus		
a. Jangka Waktu 1 tahun	6 Akad Qordh	
b. Jangka Waktu 2 tahun	- Pembiayaan iB Modal Kerja	
c. Jangka Waktu 3 tahun	- Pembiayaan iB Talangan Haji	
	- Pembiayaan iB Kebajikan	
3 Saham		

4.1.8. Budaya Kerja di BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo

1) HONESTY (Jujur)
2) FASTER (Cepat)
3) SMARTER (Cerdas)
4) HARDER (Semangat)
5) SIMPLE (Sederhana)
6) UNIQUE (Berciri Khas)
7) PRODUCTIVE (Menghasilkan)
8) EDUCATIVE (Bersifat Mendidik)
9) PROFESSIONAL (Ahli Dibidangnya)
10) POSITIVE THINKING (Chusnudzon)
11) QUALIFIED (Memenuhi Persyaratan)
12) ONE STOP SERVICE (Pelayanan Menyeluruh)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

13) BEYOND THE CALL OF DUTY (Tidak Dibatasi Waktu)

4.2. Gambaran Responden (Penelitian) BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan pada BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo. Sebagaimana penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 nasabah baik tabungan wadhiah maupun mudharabah. Sebagai hasil pendahuluan, berikut akan diberikan tinjauan mengenai karakteristik responden yang dinyatakan dalam bentuk tabulasi identitas responden:

Table 5. Karakteristik Responden

	Frekuensi	Persen (%)
Umur		
21 – 30 Tahun	68	68.0
31 – 40 Tahun	32	32.0
41 – 50 Tahun	0	0
> 50 Tahun	0	0
Total	100	100.0

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen (%)
Laki – Laki	58	58.0
Perempuan	42	42.0
Total	100	100.0
Pendidikan		
SD/SMP	0	0
SMA/SMK	12	12.0
DIPLOMA/SARJANA	46	46.0
Lainnya	42	42.0
Total	100	100.0
Pekerjaan		
Belum/Tidak Bekerja	0	0
Wirausaha	69	69.0
Pegawai/PNS	19	19.0
Lainnya	12	12.0
Total	100	100.0

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Frekuensi	Persen (%)
Frekuensi Menabung		
1 sampai 4 kali	35	35.0
5 sampai 8 kali	52	52.0
Lebih dari 8 kali	13	13.0
Total	100	100.0

Sumber: Output SPSS Ver. 23 Diolah (2020)

4.2.1. Deskripsi Variabel

Hasil uji statistik deskriptif antar variabel didapatkan hasil dengan menghitung besarnya nilai indeks yaitu dengan menentukan besarnya nilai skor yang dipetakan ke rentang skala dengan mempertimbangkan informasi interval. Skala interval tersebut akan menghasilkan skor bernilai 1 (satu) hingga 5 (lima), dari kategori sangat rendah sampai sangat tinggi. Kemudian untuk mengkategorikan rata-rata jawaban respoden dibuat skala interval yang dihitung dari skor tertinggi yang dikurangi skor terendah dibagi lima, diperoleh interval untuk kategori sebesar 0,80, dengan demikian kategori jawaban respoden ditentukan berdasarkan skala diferensial sematik dengan katagori sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, sangat tinggi (Riduwan, 2005).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Table 6. Skala Kategori Berdasarkan Kategori Skor Responden

Skala Kategori Jawaban	Skor	Kategori Skor
1,00 – 1,80	1	Sangat Rendah
1,81 - 2,60	2	Rendah
2,61 - 3,40	3	Sedang
3,41 - 4,20	4	Tinggi
4,21 - 5,00	5	Sangat Tinggi

Sumber: Riduwan (2005)

Sebagaimana rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah di paparkan sebelumnya yaitu tentang pengaruh *service quality* dan *corporate image* terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo, maka penulis akan memaparkan hasil penelitian kuesioner sebagai berikut:

1) Service Quality

Hasil pengujian statistik deskriptif menunjukkan bahwa *service quality* (X1) yang terdiri dari 17 (tujuh belas) butir pernyataan kuesioner. Masing-masing pernyataan terdiri 4 (empat) alternatif alternatif jawaban Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS) yang harus dipilih dan dianggap sesuai dengan indikator *service quality* yang dirasakan nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adapun hasil uji statistik deskriptif *service quality* adalah sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Table 7. Deskripsi Variabel *Service Quality*

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
X1.1	BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo menyediakan layanan antar jemput (*pick up service*) layanan pengambilan/penjemputan uang tunai dan atau non tunai untuk disetorkan dan dibuku pada rekening nasabah.					BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo telah lama menyediakan layanan jemput bola dalam proses *funding*, **64 nasabah** yang menjawab **setuju** dan **1 nasabah** yang menjawab **sangat setuju** adalah mayoritas nasabah pedagang di Pasar Sepanjang dan nasabah di sekolah sehingga mendapatkan layanan *pick up service*. Sedangkan untuk **35 nasabah** yang menjawab **tidak setuju** merupakan nasabah yang mengaku baru saja mengetahui adanya layanan *pick up service*. Dan indikator ini merupakan indikator yang cukup dominan dalamvariabel kualitas layanan. Tujuan diadakannya layanan tersebut merupakan untuk memberikan kemudahan bagi nasabah yang ingin menabung namun tidak bisa datang ke bank. Hal ini sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh **Tjiptono, Fandy dan Andi Gregorius Chandra** di dalam bukunya yang berjudul **"*Service Quality & Satisfaction*"** mendefinisikan kehandalan adalah "kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan".[72] Namun, tidak semua nasabah
	STS	0	0	2.66	Sedang	
	TS	35	35.0			
	S	64	64.0			
	SS	1	1.0			
	Total	100	100.0			

[72] Tjiptono, Fandy&Andi Gregorius Chandra, *Service Quality & Satisfaction*. (Yogyakarta: Andi, 2011), 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
						dapat merasakan layanan tersebut karena dirasa masih mampu dan bersedia untuk datang ke bank dengan alasan lebih meyakinkan apabila langsung datang ke bank.
X1.2	BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo memiliki akad sesuai dengan prinsip syariah Islam.					Sesuai dengan namanya, BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo senantiasa berpedoman pada syariat-syariat Islam dalam operasionalnya. Hasil penelitian yang berjudul ***"Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya"*** yang ditulis oleh **Rizky Pratama Putra**, di mana menjelaskan bahwa besarnya koesifien estimate dari kualitas pelayanan Islami terhadap kepuasan konsumen adalah bersifat positif. Apabila semakin tinggi kualitas pelayanan Islami yang diterima nasabah maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah yang nantinya akan mempengaruhi loyalitas nasabah pula.[73] Hal ini dikarenakan dalam pemberian pelayanan, setiap aktifitas yang terkait harus didasari oleh kepatuhan terhadap syariah yang penuh dengan nilai-nilai moral dan etika (Othman dan Owen 2001). Akan tetapi, **52 nasabah** BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo
	STS	0	0	2.49	Rendah	
	TS	52	52.0			
	S	47	47.0			
	SS	1	1.0			
	Total	100	100.0			

[73] Rizky Pratama Putra, *"Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya"* , (Jurnal Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis: Universitas Airlangga, 2014), 630.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
						yang menjawab **tidak setuju** merasakan bahwa untuk sistem perbankan baik itu bank konvensional maupun bank syariah tidak jauh beda hanya menggunakan perbedaan dalam istilah, seperti dalam penentuan margin dan bunga. Untuk **47 nasabah** yang mengatakan **setuju** dan **1 nasabah** yang mengatakan **sangat setuju** merasa akad yang dilakukan oleh BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo sudah sesuai dengan syariat Islam.
X1.3	BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo menyediakan fasilitas tambahan, seperti mobil kas, ATM, dan aplikasi *go mobile*.					Sebagaimana **Oliver (1997) dalam Mujiharjo (2006)** mendefinisikan kepuasan sebagai tanggapan pelanggan, yaitu penilaian atas fitur-fitur suatu produk atau jasa, bahkan produk atau jasa itu sendiri, yang memberikan tingkat kesenangan dalam mengkonsumsi yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan. Di mana kepuasan tersebut berhubungan erat dengan loyalitas nasabah.[74] Akan tetapi, **63 nasabah** yang menjawab **tidak setuju** menjelaskan bahwa tidak semua perbankan syariah yang sekelas BPRS memiliki fasilitas penunjang, termasuk di BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo hanya menyediakan fasilitas tambahan mobil kas yang dioperasikan di hari-hari tertentu
	STS	0	0	2.37	Rendah	
	TS	63	63.0			
	S	37	37.0			
	SS	0	0			

[74] Mujiharto, *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta: Budi Pustaka, 2006), 56.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
	Total	100	100.0			dan sudah memiliki aplikasi berbasis online bagi nasabah yang ingin memantau perkembangan tabungan setiap saaat yang baru saja lauching pada bulan februari kemarin. Meskipun belum menyediakan ATM. Sehingga, hal inilah yang masih perlu peningkatan sistem oleh BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo. Sedangkan **37 nasabah** lainnya yang menjawab **setuju** mengaku sudah ada fasilitas mobil kas yang disediakan oleh BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.
X1.4	BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo memiliki ruangan bersih dan rapi.					Menurut Othman dan Owen (2001) di dalam penelitian yang ditulis oleh Rizky Pratama Putra yang berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Bri Syariah Surabaya,** menjelaskan bahwa konsep kualitas pelayanan dalam perspektif Islam adalah bentuk evaluasi kognitif dari konsumen atas penyajian jasa oleh organisasi jasa yang menyandarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral dan sesuai kepatuhan yang telah dijelaskan oleh syariat Islam. Salah satu syariat dalam Islam adalah pentingnya menjaga kebersihan, karena apabila fasilitas yang diberikan kepada nasabah baik maka akan mempengaruhi kenyamanan dan kepuasan nasabah sehingga dapat
	STS	0	0	2.44	Rendah	
	TS	56	56.0			
	S	44	44.0			
	SS	0	0			

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
	Total	100	100.0			mendorong loyalitas nasabah terhadap bank.[75] Hasil kuesioner menujukkan bahwa **56 nasabah** menjawab **tidak setuju**, karena sebagian besar responden merupakan pedagang pasar yang mayoritas jarang datang ke bank sehingga tidak mengetahui kondisi di dalam bank. Untuk **44 nasabah** yang menjawab **setuju** merupakan nasabah yang sering mengunjungi bank dan merasa nyaman karena bank dalam kondisi rapi dan bersih.
X1.5	BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo mempunyai produk yang dibutuhkan oleh nasabah.					Di era digitalisasi seperti saat ini, banyak masyarakat yang membutuhkan kemudahan dalam segala aktivitas, tidak terkecuali dalam proses transaksi dalam perbankan. Menurut **Kotler dan Armstrong** di dalam bukunya yang berjudul "***Marketing Management"*** (2001), di mana mereka mendefinisikan pemasaran dan pemberian layanan yang baik adalah sebagai proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan
	STS	0	0	2.37	Rendah	
	TS	63	63.0			
	S	37	37.0			

[75] Rizky Pratama Putra, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Bri Syariah Surabaya*, (Jurnal Mahasiswa Program Studi S-1 Ekonomi Islam : Universitas Airlangga, 2014), 627.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
	SS	0	0			melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain.[76] Namun, BPRS Baktimakmur Indah belum sepenuhnya memberikan produk yang bersifat *digital*, seperti *go mobile* atau fintech yang dibutuhkan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari hasil tersebut yang menunjukkan bahwa **63 nasabah** menjawab **tidak setuju** dengan alasan belum ada ATM dan aplikasi lain yang memudahkan. Sedangkan untuk **37 nasabah** yang menjawab **setuju** merasa sudah terpenuhi kebutuhan akan produk yang diberikan oleh BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.
	Total	100	100.0			
X1.6	Karyawan BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo berpenampilan rapi dan bersih.					Hal ini sesuai dengan teori menurut Kotler dan Keller di dalam bukunya yang berjudul "***Manajemen Pemasaran*** (2009), menjelaskan Gagasan bahwa konsumen akan menyukai produk yang mempunyai mutu terbaik, kinerja terbaik, penampilan terbaik, dan sifat paling inovatif sehingga organisasi harus mencurahkan energi
	STS	0	0	2.35	Rendah	

[76] Kotler dan Amstrong, *Marketing Management*, (Jakarta: Erlangga, 2001), 67.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
	TS	65	65.0			untuk terus-menerus melakukan perbaikan produk.[77] Dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa **65 nasabah** yang menjawab **tidak setuju** mengaku bahwa belum mengetahui hal tersebut karena kurangnya informasi yang didapatkan. Sedangkan untuk **35 nasabah** yang menjawab **setuju** mengaku mengetahui dan menggunakan produk tersebut.
	S	35	35.0			
	SS	0	0			
	Total	100	100.0			
X1.7	Standar pelayanan BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo kurang lebih tiga menit.					Kebanyakan nasabah memandang baik suatu perusahaan (bank) adalah dari kecepatan dan ketepatan dalam proses yang dilakukan dan diberikan yang merupakan bagian dari kualitas layanan yang baik.. Menurut Tjiptono (1996:56) ciri- ciri atau atribut-artribut yang ada dalam kualitas layanan, yaitu:[78] 1. Ketetapan waktu pelayanan yang meliputi waktu tunggu dan
	STS	0	0	2.37	Rendah	
	TS	63	63.0			
	S	37	37.0			

[77] Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran. (*Jakarta: Erlangga, 2009), 35.

[78] Mutiara Nistyia Rohmaningtyas, *Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah di Lembaga Keuangan Mikro Syariah,* (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: IAIN Salatiga, 2016), 37.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
	SS	0	0			waktu proses. 2. Akurasi pelayanan, yang meliputi bebas dari kesalahan kesalahan. 3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan. 4. Kemudahan mendapat pelayanan, misalnya banyaknya petugas yang melayani dan banyaknya fasilitas pendukung seperti komputer. 5. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, tempat parkir, kesediaan informasi, dan lain-lain. Dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa **hanya 37 nasabah** yang menjawab **setuju** dan **63 nasabah** lainnya menjawab **tidak setuju** dengan alasan terkadang
	Total	100	100.0			

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
						proses lebih dari 10 menit.
X1.8	*Funding* BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo selalu datang sesuai jadwal yang ditentukan.					Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh **Fony Pangandaheng** dengan judul **Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Hadji Kalla Palu**, menjelaskan bahwa Faktor kehandalan (reliability) juga memiliki kontribusi yang tinggi terhadap terbentuknya kepuasan pelanggan. Pelanggan menganggap bahwa PT. Hadji Kalla tepat menepati janji, memberikan layanan secara tepat sejak awal, menyediakan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan, serta selalu mengupayakan catatan (records) bebas kesalahan.[79] Akan tetapi dari hasil kuesioner menujukkan bahwa: Dari Poin X1.8, hanya **35 nasabah** yang menjawab **setuju** sedangkan untuk **65 nasabah** lain menjawab **tidak setuju** dengan alasan sering terjadi keterlambatan meskipun tidak terlalu signifikan. Hal ini tentu saja mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan serta pandangan nasabah terhadap layanan yang diberikan,
	STS	0	0	2.35	Rendah	
	TS	65	65.0			
	S	35	35.0			
	SS	0	0			
	Total	100	100.0			
X1.9	BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo memenuhi pelayanan yang dijanjikan, yakni free biaya admin bulanan.					

[79] Fony Pangandaheng, *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Hadji Kalla Palu*, (e-Jurnal Katalogis, Volume 3 Nomor 2: Universitas Tadulako, 2015), 60.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
	STS	0	0	2.75	Sedang	serta mengharapkan peningkatan kualitas pelayanan oleh BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo untuk ke depannya. Dari Poin X1.9, **75 nasabah** menjawab **setuju** dengan alasan bahwa pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan apa yang dijanjikan di awal yakni tidak ada biaya administrasi bulanan. Sehingga ini menjadi salah satu indikator dalam variabel service quality yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan **25 nasabah** lain menjawab **tidak setuju** karena merasa masih belum puas dengan pelayanan yang diberikan oleh BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.
	TS	25	25.0			
	S	75	75.0			
	SS	0	0			
	Total	100	100.0			
X1.10	BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo memiliki akurasi dalam pencatatan.					Dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa **65 nasabah** menjawab **setuju** dengan keakurasian pencatatan yang dilakukan oleh BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo, hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh **Tjiptono (2011: 26)**,[80] kehandalan adalah "kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan". Dan kehandalan merupakan
	STS	0	0	2.65	Sedang	
	TS	35	35.0			

[80] Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima. (*Yogyakarta: Andi, 2011), 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
	S	65	65.0			salah satu indikator dalam kualitas layanan yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas seorang nasabah. Sedangkan untuk **35 nasabah** yang menjawab **tidak setuju** menyarankan untuk adanya peningkatan dalam hal pencatatan salah satunya melalui aplikasi *gadget* yang setiap saat bisa dipantau oleh nasabah sendiri.
	SS	0	0			
	Total	100	100.0			
X1.11	Petugas BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo ramah dalam melayani nasabah.					Menurut Tjiptono (1996:56) ciri- ciri atau atribut-artribut yang ada dalam kualitas layanan, yaitu:[81] 1. Ketetapan waktu pelayanan yang meliputi waktu tunggu dan waktu proses. 2. Akurasi pelayanan, yang meliputi bebas dari kesalahan kesalahan.
	STS	0	0	2.48	Rendah	
	TS	52	52.0			
	S	48	48.0			
	SS	0	0			

[81] Mutiara Nistyia Rohmaningtyas, *Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: IAIN Salatiga, 2016), 37.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori
		F	%	Rata-Rata (Mean)	
	Total	100	100.0		
X1.12	BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo memberikan perhatian secara pribadi kepada nasabah.				
	STS	0	0	2.44	Rendah
	TS	56	56.0		
	S	44	44.0		
	SS	0	0		
	Total	100	100.0		
X1.13	BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo menjalin komunikasi yang baik dengan nasabah.				
	STS	0	0	2.37	Rendah
	TS	63	63.0		

Pembahasan

3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan.

4. Kemudahan mendapat pelayanan, misalnya banyaknya petugas yang melayani dan banyaknya fasilitas pendukung seperti komputer.

5. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, tempat parkir, kesediaan informasi, dan lain-lain.

Selain itu, menurut Paraasuraman, Zeithml, dan Berry dalam **Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta** yang ditulis oleh Jackson R.S. Weenas, menjelaskan bahwa salah satu indikator dalam mengukur *brand image* atau *corporate image* adalah dengan melihat dari perhatian yang diberikan baik secara pribadi atau komunikasi secara berkelanjutan.hal ini akan mendorong nasabah agar merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bank. Salah satu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
	S	37	37.0			hal kecil yang dilakukan untuk menunjukkan keramahan adalah dengan menerapkan senyum, sapa, salam sehingga menjadi budaya islmai yang baik di mata nasabah.[82]
	SS	0	0			
	Total	100	100.0			Dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa:
X1.14	Pegawai BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo menerapkan senyum, sapa, salam setiap melayani nasabah.					Dari poin X1.11, **52 nasabah** menjawab **tidak setuju** dan **48 nasabah** menjawab **setuju**, ini berarti masih perlu peningkatan kinerja terutama dalam hal keramahan kepada nasabah.
	STS	0	0	2.35	Rendah	Dari X1.12, **56 nasabah** menjawab **tidak setuju** dan **44 nasabah** menjawab **setuju**, sehingga ini juga berarti perlu adanya *empathy* kepada nasabah terutama nasabah yang sedang terkena musibah.
	TS	65	65.0			
	S	35	35.0			Dari X1.13, **63 nasabah** menjawa **tidak setuju** karena meanggap bahwa komunikasi yang terjalin hanya sebatas ketika transaksi saja, sedangkan untuk **37 nasabah** yang menjawab **setuju** merasa sudah menjalin komunikasi yang baik tidak hanya saat bertransaksi melainkan di luar jam kerja juga. Dari angka tersebut
	SS	0	0			
	Total	100	100.0			

[82] Jackson R.S. Weenas, *Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*, (Jurnal Manajemen Vol.1 No.4: Universitas Sam Ratulangi Manado, 2013), 610.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
						dapat disimpulkan bahwa perlu adanya komunikasi lebih yang mampu menjalin keakraban antara pegawai dan nasabah sehingga mampu tercipta kenyamanan dan kepercayaan. Dari X1.14, **65 nasabah** menjawab **tidak setuju** dengan alasan tidak terlalu memperhatikan hal tersebut dan mayoritas adalah pedagang pasar yang jarang berkunjung ke bank, sedangkan untuk **35 nasabah** yang menjawab **setuju** mengaku bahwa karyawan BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo sudah melakukan senyum, sapa, salam baik saat memasuki BPRS maupun sebelum melakukan transaksi oleh CS *Teller*, ataupun *Funding*.
X1.15	BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo cepat melayani masalah yang dihadapi nasabah.					Menurut **Kotler (2000) dalam Tjiptono (2011)** menyatakan bahwa ada empat metode dalam pengukuran kepuasan dan loyalitas nasabah, salah satunya adalah "*setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan yang seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka.*"[83]
	STS	0	0	2.32	Rendah	
	TS	68	68.0			

[83] Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima.* (Yogyakarta: Andi, 2011), 74.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
	S	32	32.0			Dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa **68 nasabah dan 56 nasabah** menjawab **tidak setuju** merasa BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo kurang cepat dan terkadang kurang efektif dalam menyelesaikan masalah. Sedangkan untuk **32 nasabah dan 44 nasabah** yang menjawab **setuju**, mengaku sudah puas dengan penanganan masalah yang menurut mereka sudah cepat dan tepat dalam mengatasinya.
	SS	0	0			
	Total	100	100.0			
X1.16	BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo tepat dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah.					
	STS	0	0	2.44	Rendah	
	TS	56	56.0			
	S	44	44.0			
	SS	0	0			
	Total	100	100.0			
X1.17	Petugas BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo sigap menjawab pertanyaan nasabah.					Dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa **35 nasabah** menjawab **setuju** dan **65 nasabah** lainnya menjawab **tidak setuju** dengan alasan masih perlu peningkatan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
	STS	0	0	2.44	Rendah	dalam kesigapan dalam menjawab pertanyaan serta dalam pemberian informasi yang dibutuhkan. Menurut **Tjiptono (2001: 26)** di dalam penelitian yang dilakukan oleh Rizky Pratama Putra dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Bri Syariah Surabaya** menjelaskan daya tanggap adalah keinginan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat dan tepat sehingga nantinya akan terbentuk pandangan positif dari pelanggan dan menimbulkan sikap loyal dari pelanggan tersebut.[84]
	TS	65	65.0			
	S	35	35.0			
	SS	0	0			
	Total	100	100.0			

Sumber: Output SPSS Ver. 23 Diolah (2020)

Tabel 7. menunjukkan bahwa hasil statistik deskriptif variabel *service quality* (X1) yang terdiri dari 17 (tujuh belas) butir pernyataan kuesioner memiliki nilai rata – rata (mean) berada pada 1,81 – 2,75 yang dikategorikan "Rendah". Artinya, secara keseluruhan masing-masing pernyataan variabel *service quality* yang dirasakan nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo dinilai sudah memenuhi syarat, namun rendah.

[84] Rizky Pratama Putra, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Bri Syariah Surabaya*, (Jurnal Mahasiswa Program Studi S-1 Ekonomi Islam : Universitas Airlangga, 2014), 625.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) *Corporate Image*

Hasil pengujian statistik deskriptif menunjukkan bahwa *corporate image* (X2) yang terdiri dari 9 (sembilan) butir pernyataan kuesioner. Masing-masing pernyataan terdiri 4 (empat) alternatif alternatif jawaban Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS) yang harus dipilih dan dianggap sesuai dengan indikator *corporate image* dirasakan nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo. Adapun hasil uji statistik deskriptif *corporate image* adalah sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Table 8. Deskripsi Variabel *Corporate Image*

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
X2.1	BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo dikenal "Bank Hijau" karena bangunannya identik dengan warna hijau.					Menurut **Helgesen dan Nesset dalam Falla (2013)**, Citra suatu perusahaan bisa berasal dari nama perusahaan, bentuk bangunan kantornya, variasi produk dan layanan serta kesan akan kualitas dari karyawannya dalam menjalin hubungan dengan nasabah, dengan adanya hal-hal tersebut maka dengan sendirinya akan diuntungkan dengan tumbuhnya citra positif dari nasabah yang bisa berakibat tumbuhnya loyalitas dari nasabah tersebut.[85] Berdasarkan hasil kuesioner tersebut menunjukkan: Dari Poin X2.1, **19 nasabah** menjawab **tidak setuju** dengan alasan tidak menyebut Bank Hijau akan tetapi Bank BMI, sedangkan untuk **60 nasabah** yang menjawab **setuju** dan **21 nasabah** yang menjawab **sangat setuju** mengaku lebih identik menyebut dengan nama Bank Hijau. Dari Point X2.2, **12 nasabah** menjawab **tidak setuju** karena tidak mengetahui
	STS	0	0	3.02	Sedang	
	TS	19	19.0			
	S	60	60.0			
	SS	21	21.0			
	Total	100	100.0			
X2.2	Nama BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo dikenal di masyarakat.					

[85] Falla Ilhami Saputra, *Kualitas Layanan, Citra dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada PT Bank Bni 46 Sentra Kredit Kecil Surabaya)*, (Jurnal Program Studi Magister Manajemen: FEB Universitas Barawijaya Malang, 2013), 447.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
	STS	0	0	3.03	Sedang	identitas nama lengkap dari BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, sedangkan untuk **73 nasabah** yang menjawab **setuju** dan **15 nasabah** yang menjawab **sangat setuju** mengaku mengetahui dan memahami nama lengkap dari BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo. Dari Point X2.3, **10 nasabah** menjawab **tidak setuju** karena tidak mengetahui logo dari BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo, sedangkan untuk **75 nasabah** yang menjawab **setuju** mengaku sekedar mengetahui logo dari BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo, dan **14 nasabah** yang menjawab **sangat setuju** mengaku mengetahui dan memahami arti dari logo BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.
	TS	12	12.0			
	S	73	73.0			
	SS	15	15.0			
	Total	100	100.0			
X2.3	Logo dari BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo diketahui masyarakat.					
	STS	1	1.0	3.02	Sedang	
	TS	10	10.0			
	S	75	75.0			
	SS	14	14.0			
	Total	100	100.0			

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
X2.4	Lokasi BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo strategis dan mudah diakses oleh nasabah.					Dari hasil kuesioner tersebut menunukkan bahwa **75 nasabah** menjawab **sangat setuju dan 10 nasabah** menjawab **setuju** dengan lokasi BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo yang strategis dan mudah diakses karena berada di pusat kecamatan dan dekat dengan pasar Sepanjang, ini mempermudah mereka dalam mencari transportasi umum dan bertransaksi di perbankan karena tidak jauh dari rumah. Hal ini sesuai dengan teori yang menjelaskan bahwa dalam konteks jasa, kepuasan pelanggan sering dihubungkan dengan faktor kualitas layanan dan fitur layanan seperti kemudahan (convenience), daya saing (competitiveness) dan lokasi yang disediakan penyedia jasa. Kepuasan pelanggan sering tergantung pada kualitas produk atau jasa layanan yang ditawarkan **(Naser et al, 1999 dalam Sasono, 2006).** Sedangkan **hanya 1 nasabah** yang menjawab **tidak setuju** karena bertempat tinggal di luar Kecamatan Sepanjang. Sehingga indikator ini merupakan indikator yang memiliki pegaruh paling tinggi dalam variabel *corporate image*.
	STS	0	0	3.10	Sedang	
	TS	1	1.0			
	S	10	10.0			
	SS	75	75.0			
	Total	14	14.0			
X2.5	Pelayanan BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo cepat dan mudah.					Hasil kuesioner menunjukkan, **70 nasabah** menjawab **setuju** dan **19 nasabah** menjawab **sangat setuju** dengan alasan mendapatkan pelayanan yang relatif cepat baik dalam bertransaksi ataupun dalam penanganan keluhan, serta prosedur yang diberikan cukup mudah dibandingkan dengan bank lain, misalnya ketika terjadi kehilangan buku rekening. Hal ini sesuai dengan teori yang ada di dalam penelitian
	STS	0	0	3.08	Sedang	
	TS	11	11.0			

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
	S	70	70.0			yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Hadji Kalla Palu"** yang ditulis oleh Fony Pangandaheng, menjelaskan bahwa Faktor daya tanggap (responsiveness) berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. Pelanggan merasa manajemen PT. Hadji Kalla selalu memberitahu pelanggan kapan persisnya layanan akan diberikan, cepatan melayani pelanggan, bersedia membantu pelanggan dan bersedia merespon permintaan pelanggan.[86] Sedangkan untuk **11 nasabah** yang menjawab **tidak setuju** merasa kurang puas dengan dengan efektivitas pelayanan yang diberikan selama mereka melakukan transaksi sehingga perlu dilakukan peningkatan.
	SS	19	19.0			
	Total	100	100.0			
X2.6	Karyawan BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo senantiasa memberikan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah.					Dari hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa **72 nasabah** menjawab **setuju** dan **15 nasabah** menjawab **sangat setuju** karena informasi yang diberikan oleh BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo sudah sesuai dengan apa

[86] Fony Pangandaheng, *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Hadji Kalla Palu*, (e-Jurnal Katalogis, Volume 3 Nomor 2: Universitas Tadulako, 2015), 62.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
	STS	0	0	3.02	Sedang	yang mereka harapkan. Hal ini sesuai dengan teori dalam penelitian yang ditulis oleh **Riza Helmawan Wahyudi, Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada BPRS Tanmiya Artha Kediri**, menjelaskan bahwa nasabah saat ini sudah mulai cerdas dan kritis dalam memilih suatu perbankan, sehingga perbankan tersebut harus selalu memberikan sesuatu yang sesuai dengan harapan nasabah salah satunya adalah informasi yang dibutuhkan oleh para nasabah.[87] Sedangkan untuk **13 nasabah** yang menjawab **tidak setuju** beralasan terkadang informasi yang diberikan kurang dan masih perlu peningkatan lagi.
	TS	13	13.0			
	S	72	72.0			
	SS	15	15.0			
	Total	100	100.0			
X2.7	Kinerja BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo rapi, ramah dan tidak memilih terhadap para nasabah baik itu nasabah yang memiliki dana besar					Dari hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa 60 nasabah menjawab setuju dan 21 nasabah menjawab sangat setuju karena merasa bahwa kinerja BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang sudah baik, ramah, dan tidak membeda-

[87] Riza Helmawan Wahyudi, *Pengaruh Penanganan Keluhan Dan Kualitas Pelayanan Terhadaployalitas Nasabah Pada Bprs Tanmiya Artha Kediri*, (Skripsi Perbankan Syariah: IAIN Tulungagung, 2015), 45.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
	maupun tidak.					bedakan. Hal ini sesuai dengan teori di dalam penelitian yang dilakukan oleh Agung Purwo Atmojo dengan judul **Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bni Syariah Cabang Semarang)**, menunjukan bahwa tingkat kepuasan terhadap pelayanan yang ditawarkan bank Islam yang tertinggi adalah nama dan citra bank, diikuti kemampuan untuk membuat pelanggan percaya, jaringan luas dari fasilitas yang ditawarkan, tidak ada diskriminasi, serta kecakapan karyawan bank .[88]Sedangkan untuk **19 nasabah** yang **menjawab tidak setuju** dengan alasan masih harus ditingkatkan lagi dalam keramahan.
	STS	0	0	3.02	Sedang	
	TS	19	19.0			
	S	60	60.0			
	SS	21	21.0			
	Total	100	100.0			
X2.8	BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo memberikan sosialisasi terencana dengan para nasabah.					Dari hasil kuesioner menunjukkan bahawa **63 nasabah** menjawab **setuju** dan **28 nasabah** menjawab **sangat setuju** mengaku bahwa BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo telah melakukan sosialisasi seperti melalui brosur, dan dari mulut ke mulut. Sedangkan untuk **9 nasabah** yang menjawab **tidak**
	STS	0	0	3.19	Sedang	

[88] Agung Purwo Atmojo, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bni Syariah Cabang Semarang)*, (Skripsi S1 Prodi Fakultas Ekonomi: Universitas Diponegoro Semarang, 2010), 56.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
	TS	9	9.0			**setuju** beralasan tidak ada perkumpulan terencana seperti *gathering* nasabah yang dilakukan, dan menyarankan untuk dilakukan agar meningkatkan keakraban dan kekeluargaan antar nasabah dan karyawan. Menurut **Wira Sutedja (2007)**, salah satu kunci keberhasilan adalah melakukan promosi dan sosialisasi yang terencana dan terstruktur, sehingga mampu menyebarkan informasi secara relevan kepada konsumen (nasabah).[89]
	S	63	63.0			
	SS	28	28.0			
	Total	100	100.0			
X2.9	Petugas BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo senantiasa menjalin keakraban dengan para nasabah.					Hasil kuesioner menunjukkan bahwa **73 nasabah** yang menjawab **setuju** dan **15 nasabah** yang menjawab **sangat setuju** mengaku bahwa hampir semua petugas BPRS Baktimakmur Indah baik dan cukup akrab. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh **Macaulay dan Sarah (1996)**, bahwa ada tiga komponen yang mencerminkan *image* perusahaan, yaitu: 1) Kualitas produk dan layanan yang dihasilkan.
	STS	0	0	3.03	Sedang	
	TS	12	12.0			
	S	73	73.0			

[89] Wira Sutedja, *Panduan Layanan Konsumen*, (Jakarta: PT Grasindo, 2007), 73.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
	SS	15	15.0			2) Cara memberikan pelayanan 3) Hubungan antar pribadi yang terbentuk melalui layanan tersebut.[90] Sedangkan untuk **12 nasabah** yang menjawab **tidak setuju** mengaku bahwa tingkat keakraban masih kurang dirasakan.
	Total	100	100.0			

Sumber: Output SPSS Ver. 23 Diolah (2020)

Tabel 8. menunjukkan bahwa hasil statistik deskriptif variabel *corporate image* (X2) yang terdiri dari 9 (sembilan) butir pernyataan kuesioner memiliki nilai rata – rata (mean) berada pada 2,61 - 3,40 yang dikategorikan "Sedang". Artinya, secara keseluruhan masing-masing pernyataan variabel *corporate image* dirasakan nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo dinilai sudah memenuhi syarat, namun sedang.

[90] Garry Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2, Edisi ke8*, (Jakarta: Erlangga, 2001), 56.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Loyalitas Nasabah

Hasil pengujian statistik deskriptif menunjukkan bahwa loyalitas nasabah (Y) yang terdiri dari 7 (tujuh) butir pernyataan kuesioner. Masing-masing pernyataan terdiri 4 (empat) alternatif alternatif jawaban Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS) yang harus dipilih dan dianggap sesuai dengan indikator loyalitas nasabah yang dirasakan nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo. Adapun hasil uji statistik deskriptif loyalitas nasabah adalah sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Table 9. Deskripsi Variabel Loyalitas Nasabah

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
Y1	Saya senantiasa menjadi nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.					Mayoritas responden yang merupakan nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo mengaku bahwa mereka merupakan nasabah aktif dan merasa nyaman menabung di BPRS Baktimakmur Indah tersebut. **Menurut Zeithaml dan Bitner (2005) yang dikutip oleh Freddy Rangkuti**, kepuasan konsumen merupakan "*costumer's evaluation of a product or service in term of whether that product or sevice has met their needs and expectation*". Konsumen yang merasa puas pada produk atau jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan. Hal ini akan membangun kesetiaan konsumen.[91] Mayoritas nasabah tabungan BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo juga merupakan nasabah pembiayaan karena notabennya mereka adalah pedagang dan wiraswasta yang sebagian besar membutuhkan modal dengan sistem pinjaman yang mudah dan cepat. BPRS Baktimakmur Indah memberikan
	STS	0	0	3.09	Sedang	
	TS	8	8.0			
	S	75	75.0			
	SS	17	17.0			
	Total	100	100.0			
Y2	Saya menjadi nasabah tabungan aktif sekaligus melakukan pembiayaan di BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.					

[91] Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction cct.3*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), 46.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
	STS	2	2.0	2.96	Sedang	layanan tersebut dengan proses yang cepat dan persyaratan yang mudah. Untuk beberapa nasabah yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju adalah nasabah yang tidak melakukan pembiayaan melainkan hanya sekedar menabung.
	TS	7	7.0			
	S	84	84.0			
	SS	7	7.0			
	Total	100	100.0			
Y3	Saya sudah lama (bergabung sejak dua sampai dengan sepuluh tahun yang lalu hingga saat ini) sebasgai nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.					Berdasarkan hasil penelitian berjudul **"Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah di Lembaga Keuangan Mikro Syariah"** yang ditulis oleh Mutiara Nistyia Rohmaningtyas, menjelaskan bahwa loyalitas nasabah dapat diukur dari intensitas penggunaan jasa atau produk dari suatu bank adalah di atas dua tahun.[92] Dan mayoritas dari responden yang berpartisipasi merupakan nasabah yang sudah menjadi nasabah lebih dari dua tahun.
	STS	0	0	3.25	Sedang	
	TS	0	0			

[92] Mutiara Nistyia Rohmaningtyas, *Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: IAIN Salatiga, 2016), 45.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
	S	75	75.0			
	SS	25	25.0			
	Total	100	100.0			
Y4	Saya turut mempromosikan sekaligus mengajak teman atau keluarga untuk menjadi nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.					**Menurut Tjiptono (2011, 439)**, Kepuasan Pelanggan terdiri dari 7 Elemen: 1) Barang dan Jasa Berkualitas, 2) Relationship Marketing, 3) Program Promosi Loyalitas, 4) Fokus Pada Pelanggan Terbaik, 5) Sistem Penanganan Konplain Secara Efektif,
	STS	0	0	3.08	Sedang	
	TS	8	8.0			
	S	76	76.0			
	SS	16	16.0			

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
	Total	100	100.0			6) Unconditional Guarantees, 7) Program PayFor-Performance.[93] Hasil kuesioner menunjukkan bahwa **76 responden** yang menjawab **setuju** dan **16 responden** yang menjawab **sangat setuju** juga melakukan promosi kepada keluarga, tetangga, dan teman se-profesi. Sedangkan untuk **8 responden** yang **tidak setuju** mengaku tidak melakukan promosi kepada orang lain dengan alasan belum melakukannya.
Y5	Saya merekomendasikan BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo karena senang dengan pelayanan yang mudah dan cepat.					Menurut **Supranto (2001)** istilah kepuasan pelanggan merupakan label yang digunakan oleh pelanggan untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa. Contohnya bila seorang pelanggan tersenyum saat melihat produk atau jasa yang sedang dipromosikan serta turut serta merekomendasikan kepada orang lain, maka seseorang itu telah merasakan kepuasan pada produk atau jasa yang dilihat.[94]
	STS	2	2.0	2.95	Sedang	
	TS	7	7.0			

[93] Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima.* (Yogyakarta: Andi, 2011), 439.
[94] Supranto, *Maksimalisasi Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Graha Pers, 2001), 54.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
	S	85	85.0			Alasan **91 nasabah** yang mengatakan **setuju** dan **sangat setuju** turut serta melakukan promosi adalah berdasarkan pengalaman yang mereka dapatkan sesuai dengan harapan sehingga menimbulkan kenyamanan dan kepuasan.
	SS	6	6.0			
	Total	100	100.0			Sedangkan untuk **2 nasabah** yang mengatakan **sangat tidak setuju** dan **7 orang** mengatakan **tidak setuju** adalah karena mereka sekedar menabung tanpa melakukan promosi.
Y6	Saya tidak membuka banyak rekening di bank lain.					Menurut **Griffin (2003: 31)**, Loyalitas nasabah merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh bank, salah satunya adalah tidak menggunakan fasilitas dari bank lain.[95]
	STS	0	0	3.25	Sedang	
	TS	0	0			
	S	75	75.0			Dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa **75 nasabah** yang mengatakan **setuju** dan **25 nasabah** yang mengatakan **sangat setuju** karena mereka hanya menggunakan kurang dari 2 rekening bank, dan mengaku memprioritaskan
	SS	25	25.0			

[95] Jill Griffin, *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan mempertahankan pelanggan*, (Jakarta: Erlangga, 2003), 31.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indikator	Pernyataan	Indeks			Kategori	Pembahasan
		F	%	Rata-Rata (Mean)		
	Total	100	100.0			tabungan di BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo dengan alasan sudah merasa nyaman menabung di BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo.
Y7	Saya tertarik dengan pelayanan BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo berupa sistem *pick up service* yang diberikan.					Mayoritas nasabah dari BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo mengaku tertarik dengan adanya layanan *pick up service* yang memudahkan mereka dalam bertransaksi, meskipun belum semua merasakan layanan tersebut, akan tetapi berencana memanfaatkan layanan *pick up service* ketika membutuhkan. Hal ini sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh **Tjiptono, Fandy dan Andi Gregorius Chandra** di dalam bukunya yang berjudul **"*Service Quality & Satisfaction*"** mendefinisikan kehandalan adalah "kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan".[96]
	STS	0	0	3.25	Sedang	
	TS	0	0			
	S	75	75.0			
	SS	25	25.0			
	Total	100	100.0			

Sumber: Output SPSS Ver. 23 Diolah (2020)

[96] Tjiptono, Fandy&Andi Gregorius Chandra, *Service Quality & Satisfaction*. (Yogyakarta: Andi, 2011), 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 9. menunjukkan bahwa hasil statistik deskriptif variabel loyalitas nasabah (Y) yang terdiri dari 7 (tujuh) butir pernyataan kuesioner memiliki nilai rata – rata (mean) berada pada 2,61 - 3,40 yang dikategorikan “Sedang”. Artinya, secara keseluruhan masing-masing pernyataan variabel loyalitas nasabah yang dirasakan nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo dinilai sudah memenuhi syarat, namun sedang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4.2.2. Analisis

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Berikut rangkuman uji validitas tiap – tiap variabel dapat dilihat pada Tabel 10. berikut:

Table 10. *Uji Validitas*

No.	Variabel		r – Hitung	r – Tabel	Keterangan
1.	*Service quality* (X1)	X1.1	.572		Valid
		X1.2	.808		Valid
		X1.3	.808		Valid
		X1.4	.834		Valid
		X1.5	.808		Valid
		X1.6	.795	0.19	Valid
		X1.7	.808		Valid
		X1.8	.795		Valid
		X1.9	.324		Valid
		X1.10	.561		Valid
		X1.11	.810		Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

No.	Variabel		r – Hitung	r – Tabel	Keterangan
		X1.11	.834		Valid
		X1.11	.808		Valid
		X1.11	.795		Valid
		X1.11	.752		Valid
		X1.11	.834		Valid
		X1.11	.795		Valid
2.	*Corporate image* (X2)	X2.1	.411		Valid
		X2.2	.553		Valid
		X2.3	.435		Valid
		X2.4	.401		Valid
		X2.5	.380	0.19	Valid
		X2.6	.343		Valid
		X2.7	.411		Valid
		X2.8	.235		Valid
		X2.9	.553		Valid
3.	Loyalitas nasabah	Y1	.277	0.19	Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

No.	Variabel		r – Hitung	r – Tabel	Keterangan
	(Y)	Y2	.219		Valid
		Y3	.546		Valid
		Y4	.284		Valid
		Y5	.228		Valid
		Y6	.546		Valid
		Y7	.546		Valid

Sumber: Output SPSS Ver. 23 Diolah (2020)

Tabel 10. menjelaskan bahwa uji validitas tiap-tiap variabel, dari variabel *service quality* (X1), *corporate image* (X2) dan loyalitas nasabah (Y). Pada masing-masing variabel yang diuji memiliki r-Tabel yang dilihat berdasarkan jumlah responden sebanyak 100 nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo, diperoleh dari df = 100 – 2 = 98 dengan tingkat signifikansi 5%, maka didapat nilai r-Tabel sebesar 0.19. Sebagaimana paparan Tabel 10 rata-rata masing-masing indikator tiap-tiap variabel, dari variabel *service quality* (X1), *corporate image* (X2) dan terhadap loyalitas nasabah (Y) dinyatakan "valid" karena r-Hitung > r-Tabel (0.19).

2) Uji Reliabilitas

Berikut rangkuman uji validitas tiap – tiap variabel dapat dilihat pada Tabel 11. berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Table 11. *Uji Reliabilitas*

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Reliability	Keterangan
1.	*Service quality* (X1)	.888	0,6	Reliabel
2.	*Corporate image* (X2)	.809		Reliabel
3.	Loyalitas nasabah (Y)	.813		Reliabel

Sumber: Output SPSS Ver. 23 Diolah (2020)

Tabel 11. menjelaskan bahwa uji reliabilitas tiap – tiap variabel, dari variabel *service quality* (X1), *corporate image* (X2) dan loyalitas nasabah (Y). Pada masing-masing variabel yang diuji memiliki reliabilitas dengan *cronbach alpha* dengan tingkat signifikansi > 0,6 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel adalah "reliabel". Sebagaimana pada variabel *service quality* (X1), *corporate image* (X2) dan loyalitas nasabah (Y) memiliki *cronbach alpha* sebesar 0,654 dengan tingkat signifikansi >0,6 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur tiap-tiap variabel adalah "reliabel".

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas ditujukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk menguji normalitas dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

statistik dengan parametrik *Kolmogrorov-Smirnow test* (K-S). Hasil olah data terlihat seperti Tabel 12. berikut:

Table 12. *Uji Normalitas*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
N	.134
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000[c]

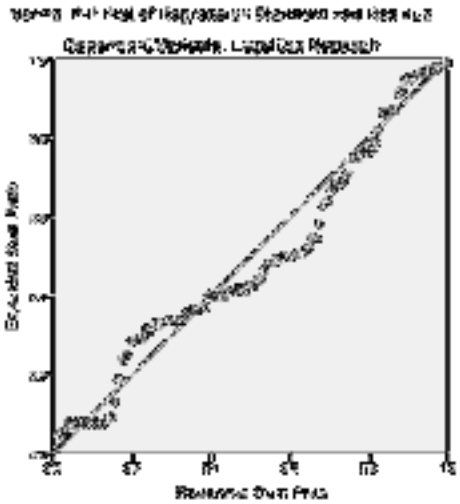
Sumber: Output SPSS Ver. 23 Diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 12. pada hasil uji normalitas, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas dengan *KolmogorovSmiirnov* (K-S), dapat disimpulkan bahwa Ho diterima, yang artinya bahwa data residual berdistribusi normal atau dapat dikatakan telah lolos uji normalitas.

Selanjutnya, uji normalitas juga melihat model regresi yang baik, dimana data berdistribusi normal atau mendekatai normal. Jika data tidak tidak berada disekitar wilayah garis diagonal dan tidak mengikuti garis diagonal atau tidak mengikuti pola sebaran distribusi normal maka akan diperoleh taksiran yang bias. Pengujian normalitas dalam penelitian ini yaitu melalui *normal probability plot* dengan menggunakan SPSS dan diperoleh hasil sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 5. Grafik Uji Normalitas



Sumber: Output SPSS Ver. 23 Diolah (2020)

Gambar 4. menunjukkan uji normalitas dengan *normal probability plot* dengan mensyaratkan bahwa penyebaran data harus berada disekitar wilayah garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi syarat *normal probability plot* sehingga model regresi dalam penelitian memenuhi asumsi normalitas (berdistribusi normal). Artinya data dalam penelitian ini berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji ada tidaknya korelasi antara variabel independen (*service quality* dan *corporate image*) dan variabel dependen (loyalitas nasabah) dalam model regresi. Uji

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

multikolinieritas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Table 13. *Uji Multikolonieritas*

Coefficients[a]			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Service Quality	.914	1.094
	Corporate Image	.914	1.094

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Output SPSS Ver. 23 Diolah (2020)

Tabel 13. menunjukkan bahwa nilai VIF dikatakan memiliki gejala multikolinieritas apabila VIF > 10 dan nilai *Tolerance* < 0,10. Pada masing-masing variabel nilai VIF dapat dijelasakan sebagai berikut:

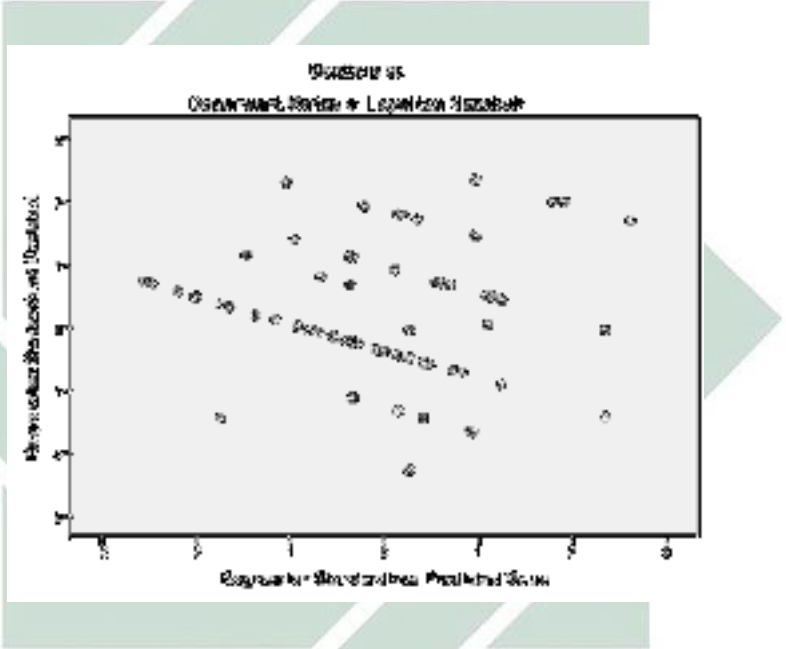
1. *Service Quality*: VIF 1.094 > 10 dan nilai *Tolerance* 0,914 < 0,10, artinya terdapat multikolinieritas dalam variabel *service quality* atau antara variabel *service quality* dan loyalitas nasabah saling mengganggu atau mempengaruhi.
2. *Corporate Image* : VIF 1.094 > 10 dan nilai *Tolerance* 0,914 < 0,10, artinya terdapat multikolinieritas dalam variabel *corporate image* atau antara variabel *corporate image* dan loyalitas nasabah saling mengganggu atau mempengaruhi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskodesitas dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi perbedaan *variance* dari residual data yang ada. Dalam penelitian ini uji heteroskodesitas dilakukan dengan analisa grafik plot (*scatter plot*) antaranilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Adapun hasilnya adalah sebagai berikut:

Gambar 6. Grafik *Uji Heteroskedastisitas*



Sumber: Output SPSS Ver. 23 Diolah (2019)

Gambar 5. menunjukkan dasar analisa uji heteroskodesitas dengan *scatter plot*, dimana jika titik dalam grafik tersebar (tidak membentuk pola) maka tidak terjadi heteroskodesitas. Berdasarkan gambar tersebut dapat dilihat bahwa titik-titik yang ada membentuk pola yang teratur. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada data dalam penelitian ini terjadi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

heteroskodesitas. Artinya dalam fungsi regresi di penelitian muncul gangguan karena varian yang tidak sama.

Guna memperkuat hasil di atas dilakukan uji park yaitu meregresikan variabel bebas terhadap nilai Ln residual kuadrat. Jika regresi menghasilkan nilai signifikansi t > 0,05 (α=5%), maka disimpulkan dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil uji park:

Table 14. Uji *Multikolonieritas*

Coefficients[a]			
Model		T	Sig.
1	*Service Quality*	.851	.397
	Corporate Image	3.653	.000

Sumber: Output SPSS Ver. 23 Diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 14. dapat diketahui bahwa uji *park* menghasilkan nilai signifikansi t > 0,05, maka disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi, dengan demikian asumsi tidak ada heteroskedastisitas telah terpenuhi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Uji Regresi

1) Analisis Regresi Linier Berganda

Berikut hasil regresi lineer berganda dapat dilihat pada Tabel 15:

Table 15. Analisis Regresi Berganda

Coefficients[a]					
Model		Unstandardized Coefficients		T	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	13.509	2.049	3.592	.000
	Service Quality	.028	.033	.851	.397
	Corporate Image	.260	.071	3.653	.000

Sumber: Output SPSS Ver. 23 Diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 15. di dapatkan hasil persamaan regresi sebagai berikut:

LOYAL (Y) = 13.509 + 0,028*SERVICE* + 0,260*COIMAGE* + *e*

Persamaan ini dapat dijelaskan:

1. Konstanta (β_0) memiliki nilai 13.509 menunjukan bahwa jika nilai X1 (*service quality*) dan X2 (*corporate image*) sama dengan nol, maka nilai Y (loyalitas) sebesar 13.509. Dengan kata lain bahwa loyalitas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nasabah yang dirasakan nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo hanya terwujud sejumlah 13.509 tanpa adanya variabel lain.

2. Koefisien *service quality* memberikan nilai sebesar 0,028 yang berarti jika *service quality* semakin tinggi dengan asumsi variabel lain tetap maka *service quality* akan mengalami kenaikan atau peningkatan.
3. Koefisien *corporate image* memberikan nilai sebesar 0,260 yang berarti jika tingkat *corporate image* semakin baik dengan asumsi variabel lain tetap maka *corporate image* akan mengalami peningkatan.

2) Koefisien Determinasi

Hasil uji secara determinasi dengan mengunakan SPSS sebagaimana ditampilkan Tabel 16. berikut ini:

Table 16. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]		
;Model	R	R Square
1	.390[a]	.152

a. Predictors: (Constant), *Corporate Image, Service Quality*

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Output SPSS Ver. 23 Diolah (2020)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 16. menjelaskan bahwa R *Square* (koefisien determinasi) dalam perhitungan adalah 0,152 atau 15,2%. Artinya, variabel loyalitas nasabah yang terjadi dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel *service quality* dan *corporate image* berpengaruh sebesar 15,2%. Sedangkan sisasnya 39% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi.

3) Uji F

Uji stastistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 (α=5%). Hasil uji simultan F dapat dilihat pada Tabel 17. berikut:

Table 17. Hasil Uji F

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88.809	2	44.405	8.696	.000[b]
	Residual	495.301	97	5.106		
	Total	584.110	99			

Sumber: Output SPSS Ver. 23 Diolah (2020)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 17. menjelaskan bahwa:

H_o : $\beta_o=0$ Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *service quality* dan *corporate image* terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo.

Ha : $\beta a \neq 0$ Terdapat pengaruh yang signifikan *service quality* dan *corporate image* terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo.

Atas dasar paparan tersebut, besarnya F-hitung 8.696 > F-tabel 3.07 berarti model regresi sudah benar dan layak. Sehingga, angka signifikansi 0,000 < 0,05 tingkat signifikansi yang ditetapkan, berarti F-hitung > F-tabel maka H_o ditolak dan Ha diterima sehingga regresi ini juga sudah benar dan layak. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan *service quality* dan *corporate image* terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo.

Catatan: Nilai F tabel dicari berdasarkan distribusi nilai r tabel pada signifikansi 5% atau 0,05 dengan berpedoman pada rumus F tabel = (k ; n-k) dengan menghasilkan angka (2 ; 100-2) = (2 ; 98). Maka ditemukan nilai F tabel adalah sebesar 3.07.

4) Uji t

Uji t-Test dipergunakan untuk mengukur pengaruh tingkat signifikansi hubungan secara parsial antara masing-masing variabel bebas yang meliputi variabel: *service quality* dan *corporate image* terhadap

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

variabel terikat loyalitas nasabah. Hal demikian sebagaimana ditampilkan pada Tabel 14. pada uji regresi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. H_1 = *Service Quality* → Loyalitas Nasabah (-)

   H_o : β_1=0 Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *service quality* terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo.

   H_1 : $\beta_1 \neq 0$ Terdapat pengaruh yang signifikan *service quality* terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo.

   Atas dasar paparan Tabel 14., bahwa *service quality* **tidak berpengaruh signifikan** terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,028. Hal ini ditunjukkan bahwa nilai t-hitung 0,851 < dari t-tabel 3.592 artinya tidak signifikan, dan nilai p-*value* 0,39 > 0,05 artinya juga tidak signifikan. Dengan demikian H_1 ditolak dan H_o ditolak artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *service quality* terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo.

2. H_2 = *Corporate Image* → Loyalitas Nasabah (+)

   H_o : β_2=0 Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *corporate image* terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo.

   H_2 : $\beta_2 \neq 0$ Terdapat pengaruh yang signifikan *corporate image* terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Cabang Sepanjang Sidoarjo.

Atas dasar paparan Tabel 14., bahwa *corporate image* **berpengaruh signifikan** terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,260. Hal ini ditunjukkan bahwa nilai t-hitung 3.653 > dari t-tabel 3.592. Artinya signifikan, dan nilai p-value 0,000 < 0,05 artinya juga signifikan. Dengan demikian H_2 diterima dan H_o ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan *corporate image* terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo terbukti.

d. Uji Hipotesis

1) Pengaruh *Service Quality* terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil analisis menunjukkan bahwa *service quality* **tidak berpengaruh signifikan** terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,028. Hal ini ditunjukkan bahwa nilai t-hitung 0,851 < dari t-tabel 3.592 artinya tidak signifikan, dan nilai p-*value* 0,39 > 0,05 artinya juga tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa jika *service quality* semakin rendah dengan asumsi variabel lain tetap maka *service quality* akan mengalami penurunan. Rendahnya *service quality* dapat dilihat pada tiap-tiap indikator yang secara terukur berdasarkan aspek memenuhi harapan, perhatian dan ketanggapan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan empiris Napitupulu & Lukiyana (2017) yang menyatakan bahwa *service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Arah pengaruh yang diberikan adalah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

negatif, yang berarti pengaruhnya tidak searah dan tidak signifikan. Hal ini berarti hipotesis pertama ditolak. Bahwa, nasabah yang enggan menaruh harapan pada suatu *service quality* akan cenderung rendah loyalitasnya. Sebaliknya, perusahaan yang memberikan komitmen pada kualitas dan secara konsisten memberikan kualitas pelayanan akan menikmati keunggulan persaingan sehingga perusahaan dapat dengan mudah membina loyalitas dan membina hubungan pelanggan dengan sukses. Ini berarti *service quality* merupakan salah satu aspek yang memberikan kontribusi pada keberhasilan suatu organisasi.

2) Pengaruh *Corporate Image* terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil analisis menunjukkan bahwa *corporate image* **berpengaruh signifikan** terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,260. Hal ini ditunjukkan bahwa nilai t-hitung 3.653 > dari t-tabel 3.592. Artinya signifikan, dan nilai p-value 0,000 < 0,05 artinya juga signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa jika *corporate image* yang tinggi, maka loyalitas nasabah pelanggan akan mengalami peningkatan. Tingginya *corporate image* dapat dilihat pada tiap-tiap indikator yang secara terukur berdasarkan aspek karakteristik, reputasi dan kesan, serta hubungan karyawan BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang dengan nasabah BPRS.

Penelitian ini sejalan dengan empiris Mutmainah (2010) bahwa *corporate image* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah akan meningkat apabila mampu memberikan kesan yang baik melalui pencitraan serta apabila BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang tetap konsisten dalam menjaga kepercayaan nasabah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan menjadi bank yang sehat dan selalu menjalankan praktik-praktik perbankan yang bersih.

3) Pengaruh *Service Quality* dan *Corporate Image* terhadap Loyalitas Nasabah

Pengaruh variabel independen *service quality* (X1) dan *corporate image* (X2) secara simultan dengan loyalitas nasabah (Y) BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo menunjukkan kriteria cukup kuat. Pada permasalahan yang sedang diteliti diketahui bahwa F-hitung (8.696) > F-tabel 3.07) maka H_o ditolak dan Ha diterima sehingga regresi sudah benar dan layak. Artinya, secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan *service quality* dan *corporate image* terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo. Kendati nilai R *Square* (koefisien determinasi) dalam perhitungan adalah 15,2%. Artinya, variabel loyalitas nasabah yang terjadi dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel *service quality* dan *corporate image* berpengaruh sebesar 15,2%. Sehingga besar kecil loyalitas nasabah tidak hanya dipengaruhi variabel independen tersebut, namun juga dapat dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya, seperti halnya penelitian Irawan dkk., (2015); Rahman (2010); Wahyudi (2015) yang tidak hanya meneliti variabel *service quality* namun juga meneliti variabel lain seperti inovasi dan penanganan keluhan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Indikator dalam Variabel *Service Quality* yang Memiliki Pengaruh Paling Dominan Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil dari perhitungan Rata-rata atau *Mean* dari masing-masing indikator variabel, maka dapat diketahui bahwa indikator yang memiliki pengaruh paling dominan dari variabel *Service Quality* terhadap loyalitas nasabah adalah indikator Memenuhi Harapan terutama dari segi layanan Pick Up Service yang diberikan oleh BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 2,66 dan Konsistensi Pemenuhan Pelayanan sesuai dengan yang dijanjikandengan nilai rata-rata (mean) sebesar 2,75.

5) Indikator dalam Variabel *Corporate Image* yang Memiliki Pengaruh Paling Dominan Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil dari perhitungan Rata-rata atau *Mean* dari masing-masing indikator variabel, maka dapat diketahui bahwa indikator yang memiliki pengaruh paling dominan dari variabel *Corporate Image* terhadap loyalitas nasabah adalah indikator Karakteristik Perusahaan terutama dari segi Lokasi BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo yang strategis dan mudah diakses oleh nasabah dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 2,66 dan Konsistensi Pemenuhan Pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, yakni bebasa biaya admin bulanan pada semua tabungan dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 2,75.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa *service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo tidak sepenunya merasakan adanya *service quality* berdasarkan aspek memenuhi harapan, perhatian dan ketanggapan. Ini berarti hipotesis H0 diterima dan H1ditolak.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa *corporate image* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa *corporate image* bagi nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo sepenuhnya merasakan adanya *corporate image* berdasar aspek karakteristik, reputasi dan kesan, serta hubungan karyawan BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang dengan nasabah BPRS. Ini berarti hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak.
3. Nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo yang telah diteliti diketahui bahwa secara simultan variabel independen/bebas (*service quality* dan *corporate image*) memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam mempengaruhi loyalitas nasabah dengan nilai F-hitung (8.696) > F-tabel 3.07), kendati nilai koefisien determinasi dalam perhitungan adalah 15,2%. Ini berarti hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Dalam variabel *service quality*, indikator memenuhi harapan terutama dalam memberikan *pick up service* dan kesesuaian layanan yang dijanjikan merupakan indikator yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo. Ini berarti hipotesis H0 diterima dan H1 ditolak.
5. Dalam variabel *corporate image*, indikator Lokasi BPRS Baktimakmur Indah strategis dan mudah diakses oleh nasabah yang merupakan karakteristik perusahaan merupakan indikator yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang Sidoarjo. Ini berarti hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak.

5.2. Saran

1. Untuk hasil yang lebih baik pada *service quality*, pada perusahaan sebaiknya meningkatkan kemampuan karyawan yaitu dengan memberikan *training*, serta memberi pengarahan kepada karyawan agar dapat melayani nasabah dengan lebih baik lagi. Disamping konsep strategi manajemen perlu diperhatikan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan nasabah, sehingga nasabah menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya untuk loyal atau tidak terhadap *service quality* bank.
2. Kajian penelitian ini hanya terbatas pada pengaruh *service quality* dan *corporate image* terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan faktor-faktor lain yang juga berpengaruh terhadap loyalitas nasabah yang belum diungkap berapa besar pengaruhnya, hendaknya pada penelitian selanjutnya yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapat membahas faktor-faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini seperti *brand image, product quality,* inovasi dan penanganan keluhan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Abubakar & Siregar. 2010. *Kualiutas pelayanan Penyuluhan dan Kepuasan Petani dalam Penanganan dan Pengolahan Hasil Ubi Jalar*. Jurnal Penyulihan Pertanian.

Al Afifah, Azka. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang).* Skripsi UIN Raden Fatah Palembang.

Al Arif, M.Nur Rianto. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.

Amstrong, Garry. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2, Edisi ke8*. Jakarta: Erlangga

Anggraeni, Saryono Mekar Dwi. 2013. *Metodologi Penelitian dan Kualitatif dalam Bidang Kesehatan*. Yogyakarta : Nuha Medika.

Antonio, Syafii. 1999. *Apa dan Bagaimana Bank Islam*. Yogyakarta: PT Amanah Bunda Sejahtera.

Atmojo, Agung Purwo. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bni Syariah Cabang Semarang).* Skripsi S1 Prodi Fakultas Ekonomi: Universitas Diponegoro Semarang

Buangin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Airlangga University Press.

Bunga, Febiola, *Wawancara*, Operasional BRI Syariah Cabang Sepanjang, Sidoarjo pada 20 Januari 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Chaffey. 2009. *E-business and E-commerce Management: Strategy, Implementation and Practice,*. Prentice Hall.

Cambridge English Corpus.

Departemen Agama RI. 2006. Terjemahan Al Quran. Jakarta: Maghfirah Pustaka.

Futty. Wawancara. Head Office BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang, Sidoarjo pada 3 Oktober 2019.

Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.

Griffin, Jill, *Customer Loyalty*. 2002. *Menumbuhkan dan mempertahankan pelanggan*. Jakarta: Erlangga.

Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty*. Jakarta: PT Indeks Gramedia.

Hadjar, Ibnu. 1996. *Dasar-dasar Metodologi Kuantitatif Dalam Pendidikan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Hasanah, Hasyim. 2016. *Teknik-Teknik Observasi. Jurnal at-Taqaddum*. Vol 8 No.1. Hal 26.

https://finansial.bisnis.com yang diakses pada Hari Rabu, 17 Juni 2020 jam 20.10 WIB.

http://kominfo.jatimprov.go.id/read/umum/33902 diakses pada 28 Januari 2020 pukul 12.30 WIB.

http://repository.unpas.ac.id/39958/4/BAB%20III.pdf diakses pada tanggal 24 November 2019, jam 22.04 WIB.

https://tirto.id/q/foodpandadK8?utm_source=Tirtoid&utm_medium=Lowkeyword diakses pada 24 November 2019, jam 21.21 WIB.

Husein, Umar . 2003. *Metode Riset dan Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: PT.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ghalia Indonesia.

Hadjar, Ibnu. 1996. *Dasar-dasar Metodologi Kuantitatif Dalam Pendidikan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Imam Ghozali. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Irawan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasaan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Irawan, Handi. 2006. *10 Prinsip Kepuasan Pelannggan.* Jakarta: Elex Media Komputindo.

Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.

Kotler dan Amstrong, 2001. *Marketing* Management. Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesembilan. Jakarta: PT Indeks Gramedia.

Lovelock dan Wirtz. 2011. *Pemasaran Jasa Perspektif*. Jakarta: Erlangga.

Lovelock. 2010. *Pemasaran Jasa.* Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta: Salemba Empat.

Malik, Abdul. 2008. *Pola Kerja Sama Bank Danamon Syariah dan Masyarakat Mandiri Dompet Dhuafa Republika dalam Pengelolaan Qardhul Hasan*. Skripsi Program Studi Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Mujiharto. 2006. *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Budi Pustaka.

Muhammad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Muhammad. 2013. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP.

Mutmainah. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah*. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa Vol. 10.

Nasution, M.N.. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Nasution. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.

Pangandaheng, Fony. 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Hadji Kalla Palu*. e-Jurnal Katalogis, Volume 3 Nomor 2: Universitas Tadulako.

Putra, Rizky Pratama. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Bri Syariah Surabaya*. Jurnal Mahasiswa Program Studi S-1 Ekonomi Islam : Universitas Airlangga.

Pratama, Ginanjar. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Ajb Bumiputera Cabang Setiabudi Bandung*. Jurnal Management, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.

Priyanto, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik).* Yogyakarta: MediaKom, 2008.

Ratnasari, Ririn Tri, SE., MSi. 2012. *Manajemen Pemasaran Islam*. Universitas Airlangga.

Rangkuti, Freddy. 2006. *Measuring Customer Satisfaction cct.3*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Rohmaningtyas, Mutiara Nistyia. 2016. *Pengaruh Brand Image, Kualitas*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah di Lembaga Keuangan Mikro Syariah. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: IAIN Salatiga.

Saputra, Falla Ilhami. 2013. *Kualitas Layanan, Citra dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada PT Bank Bni 46 Sentra Kredit Kecil Surabaya).* Jurnal Program Studi Magister Manajemen: FEB Universitas Barawijaya Malang.

Setiawan, Meriani. 2007. *Jurnal Efektivitas Iklan "1M3 Raja Voucher" dan Penggunaan Endorser Terhadap Citra Perusahaan Pada Masyarakat Surabaya*. Jurnal Universitas Negeri Semarang.

Silalahi, Ulber Silalahi. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.

Siskawati. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Terhadap Keputusan Pelanggan PT. PLN (Persero) Area Manado (The Effect Of Quality Service And Innovation Toward Customer Stisfaction On Pln (Persero) Area Manado*, Jurnal EMBA Vol. 7.

Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung, Alfabeta.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RnD.* Bandung: Alfabeta.

Suharsimi, Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru.

Sulaiman, Wahid. *Analisis Regresi Menggunakan SPSS : Contoh Kasus dan Pemecahannya*, Yogyakarta: Andi. Edisi I.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sunyoto. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.

Supranto. 2001. *Maksimalisasi Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Graha Pers.

Sutabri, Tata. 2012. *Analisa Sistem Informasi*. Yogyakarta: Adi Yogyakarta.

Sutedja, Wira. 2007. *Panduan Layanan Konsumen*. Jakarta: PT Grasindo.

Syafii Antonio. 1999. *Apa dan Bagaimana Bank Islam*. Yogyakarta: PT Amanah Bunda Sejahtera.

Tasmara, Toto. 2002. *Membudayakan Etos Kerja Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.

Teguh, Muhammad. 2001. *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada. Hal 122.

Tjiptono, Fandy&Andi Gregorius Chandra. 2011. *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima.* Yogyakarta: ANDI.

Ulinuha, Ahmad. 2010. *Pengaruh Pelayanan dan Citra Pegadaian Syariah terhadap Keptusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai pada Pegadaian syariah Cabang Majapahit Semarang*. IAIN Walisongo Semarang.

Wahyudi, Riza Helmawan. 2015. *Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPRS Tanmiya Artha Kediri*, Skripsi Perbankan Syariah. IAIN Tulungagung.

Weenas, Jackson R.S. 2013. *Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta.* Jurnal Manajemen Vol.1 No.4: Universitas Sam Ratulangi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Manado.

www.bprsyariah.com diakses pada Hari Sabtu, 17 Mei 2020 jam 10.30 WIB.

Yamit. 2010. *Manajemen Kuaitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonesia.

Yulimindra, Irawan dan Samsir, Gatot Wijayanto. 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Inovasi Terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Riau Kepri,* Jurnal Tepak Manajemen Bisnis Vol. VII No. 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id