**PENGARUH PENANGANAN KELUHAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BPRS TANMIYA ARTHA KEDIRI**

**SKRIPSI**

****

**OLEH**

**RIZA HELMAWAN WAHYUDHI**

**NIM. 3223113080**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

**(IAIN) TULUNGAGUNG**

**2015**

**PENGARUH PENANGANAN KELUHAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BPRS TANMIYA ARTHA KEDIRI**

**SKRIPSI**

**DiajukanKepadaFakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Institut Agama Islam NegeriTulungagung**

**untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh**

**Gelar Strata Satu Sarjana Ekonomi Syariah (SE.Sy)**

****

**OLEH**

**RIZA HELMAWAN WAHYUDHI**

**NIM. 3223113080**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

**(IAIN) TULUNGAGUNG**

**2015**

#### LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul ”Pengaruh Penanganan Keluhan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Tanmiya Artha Kediri” yang ditulis oleh Riza Helmawan Wahyudhi,NIM. 3223113080ini telah diperiksa dan disetujui, sertalayak diujikan.

Tulungagung,4 Mei 2015

Pembimbing,

**Dr. AgusEkoSujianto, SE.,MM**

**NIP:197108072005011003**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

**Muhamad Aqim Adlan, M.E.I**

**NIP. 197404162008011008**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH PENANGANAN KELUHAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BPRS TANMIYA ARTHA KEDIRI**

SKRIPSI

Disusun Oleh

**RIZA HELMAWAN WAHYUDHI**

**NIM: 3223113080**

telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 29 Juli 2015 dan telah dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelarstrata satu Sarjana Ekonomi Syariah (SE.,Sy)

Dewan Penguji

Ketua / Penguji: Tanda Tangan

LantipSusilowati, S.pd.,MM ........................

NIP. 197711122006042004

Penguji Utama:

H. Dede Nurohman, M. Ag. …………........

NIP. 19711218 200212 1 003

Sekretaris / Penguji:

Dr. AgusEkoSujianto, SE.,MM ..……………..

NIP:197108072005011003

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Tulungagung

**H. Dede Nurohman, M. Ag.**

**NIP. 19711218 200212 1 003**

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawahini:

Nama : RIZA HELMAWAN WAHYUDHI

NIM : 3223113080

Jurusan/Program Studi : PerbankanSyariah

Fakultas : EkonomidanBisnis Islam

Menyatakandengansebenarnyabahwaskripsi/karyatulis yang berjudul“PengaruhPenangananKeluhandanKualitasPelayananpada BPRS TanmiyaArtha Kediri” inimerupakanhasilkaryasayasendiri, bebasdarisegalaunsurplagiasi. Kutipanpendapatdantulisan orang lainditunjuksesuaidengankaidahpenulisankaryailmiah yang berlaku.

Apabilaterbuktiataudapatdibuktikanbahwaskripsi/karyatulisiniterkandungunsuratauciriplagiasidanbentuk-bentukpeniruanlain yang dianggapmelanggarperaturanmakasayabersediamenerimasanksiatasperbuatantersebut.

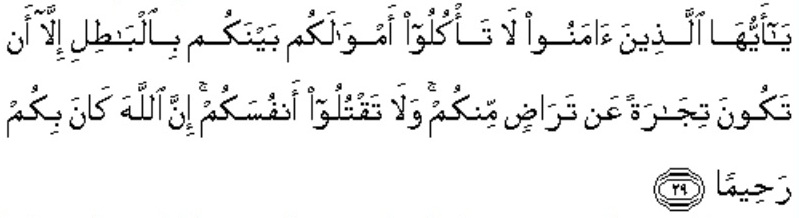
Tulungagung, 2 juni2015

Penulis

RIZA HELMAWAN WAHYUDHI

NIM. 3223113080

MOTTO



*Artinya:*

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah maha penyayang padamu. (QS. An Nisaa’:29 )”.[[1]](#footnote-2)*

**PERSEMBAHAN**

DenganmengucapsyukurAlhamdulillah,

Ku persembahkankaryainiuntuk orang-orang yang kusayangi:

* Ayah (BapakDAMAN) danIbu (NIKMATUROHMAH) kutercinta, motivator terbesardalamhidupkuyang takpernahmengenallelahuntukmencurahkankasihsayangdankesabarannya.
* Adikku(MUHAMMAD HILMI AISY ROFIQ) yang selalumemberikansemangat.
* Seluruhkeluargabesar yang selalu menginspirasiku untuk terus berkembang.
* Sahabat-sahabatseperjuangan di IAIN Tulungagungdansemuateman-teman yang takmungkinpenulissebutkansatupersatu.
* TaklupaseluruhdosenIAIN Tulungagung yang selamainitelahbanyakmembimbingsampai program studiiniselesai.

**KATA PENGANTAR**

Pujisyukur Alhamdulillah penulispanjatkankehadirat Allah SWT, atassegalakarunia-Nyasehinggalaporanpenelitianinidapatterselesaikan.ShalawatdansalamsemogasenantiasaabaditercurahkankepadaNabi Muhammad SAW danumatnya.

Sehubungandenganselesainyapenulisanskripsiini,makapenulismengucapkanterimakasihkepada:

1. Bapak Dr. Mafthukin, M.Ag.,selakuRektor Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
2. Bapak H. DedeNurohman, M.Ag.selakuDekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
3. Muhamad Aqim Adlan, M.E.I., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
4. Bapak Dr. AgusEkoSujianto, SE.MM., sebagai pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan koreksi sehingga penelitian dapat terselesaikan.
5. SegenapBapak/IbuDosenIAINTulungagung yang telahmembimbingdanmemberikanwawasannyasehinggastudiinidapatterselesaikan.
6. SegenapPimpinan dan seluruh Karyawan BPRS TanmiyaArtha Kediri yang telahmemberikankesempatankepadapenyusununtukmengadakanpenelitian.
7. Seluruhkeluargaku yang selamainitelahmemberikandukunganbaik spiritual maupunmeteriil.
8. Semuapihak yang telahmemberikanbantuandalampenyusunanskripsiini.

Denganpenuhharapsemogajasakebaikanmerekaditerima Allah SWT, dantercatatsebagaiamalshalih.Akhirnya, karyainipenulissuguhkankepadasegenappembaca, denganharapanadanya saran dankritik yang bersifatkonstruktif demi perbaikan.Semogakaryainibermanfaatdanmendapatridha Allah SWT.

#### Tulungagung,2 Juni2015

#### Peneliti

**RizaHelmawanWahyudhi**

**DAFTAR ISI**

HALAMAN SAMPUL i

HALAMAN JUDUL ii

HALAMAN PERSETUJUAN iii

HALAMAN PENGESAHAN iv

HALAMAN PERNYATAAN v

HALAMAN MOTTO vi

HALAMAN PERSEMBAHAN vii

KATA PENGANTAR viii

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

ABSTRAK xvii

**BAB I : PENDAHULUAN**

* 1. LatarBelakang Masalah 1
  2. Rumusan Masalah 6
  3. Tujuan Penelitian 6
  4. KegunaanPenelitian 6
  5. Ruang Lingkup dan Pembatasan Penelitian 7
  6. DefinisiOperasional 10
  7. SistematikaPenulisan 12

**BAB II :LANDASAN TEORI**

* 1. PenangananKeluhan 13
  2. KualitasPelayanan 17
  3. LoyalitasPelanggan 19
  4. Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) 21

1. Pengertian BPRS 21
2. Pengertian BPR 23
   1. Kajian PenelitianRelevan 24
   2. KerangkaKonseptual 28
   3. Hipotesis Penelitian 29

**BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

* 1. PendekatandanJenisPenelitian 30
     1. Pendekatanpenelitian 30
     2. Jenispenelitian 31
  2. Populasi, Sampel, dan Sampling Penelitian 31
  3. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran 32
     1. Sumber Data 32
     2. Variabel Penelitian 32
  4. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian 34
     1. Teknik Pengumpulan Data 34

1. Metode Angket *(Questionnaire)*  34
2. Metode observasi 35
   * 1. Instrumen Penelitian 35
   1. Teknik Analisis Data 38
3. UjiValiditasdanReliabilitas 38
4. Uji Validitas 38
5. Uji Reliabilitas 39
6. Uji Normalitas 40
7. Uji Analisis Regresi Berganda 41
8. Uji Hipotesis 42

**BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

* 1. Gambaran Umum Tempat Penelitian 45
  2. Karakteristik Responden Penelitian 47
  3. Deskripsi Variabel 49
     1. Variabel Y 49
     2. Variabel X1 51
     3. Variabel X2 53
  4. Pengujian Hipotesis……………………………………………………..72

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen 72
2. Uji Normalitas Data 75
3. Uji Asumsi Klasik 77
4. Uji Regresi Linier Berganda 79
5. Uji Hipotesis 80
6. Uji Koefisien Determinasi 83
   1. Pembahasan Hasil Penelitian 84

**BAB V : PENUTUP**

1. Kesimpulan 87
2. Saran 88

**DAFTAR RUJUKAN**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

Tabel Hal.

1.1 Kisi-kisi Instrumen 2

1.2 KajianPenelitian yang Relevan 26

1.3 Kisi-kisiInstrumenPenelitian 35

1.4 SusunanKepemilikan BPRS awal 46

1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan jeniskelamin 47

1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 48

1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah 48

1.8 Pengaruh Budaya 60

1.9 Pengaruh Persepsi Masyarakat 63

2.0 Keputusan Menjadi Nasabah 66

2.1 Uji Validitas Instrumen Variabel Budaya (X1) 72

2.2 Uji Validitas Instrumen Variabel Persepsi Masyarakat (X2) 72

2.3 Uji Validitas Instrumen Variabel Keputusan Menjadi Nasabah (Y) 73

2.4 Uji Reliabilitas Variabel Budaya (X1) 74

4.15 Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Masyarakat (X2) 74

4.16 Uji Validitas Variabel Keputusan Menjadi Nasabah (Y) 74

4.17 Uji Multikolinearitas 77

4.18 Regression 78

4.19 Model Summary 83

**DAFTAR GAMBAR**

1. Gambar 2.1 : Kerangka Berfikir Konseptual 37
2. Gambar 2.2 : Kerangka Hipotesis 39
3. Gambar 4.3 : Uji Normalitas Data Budaya (X1) 75
4. Gambar 4.4 : Uji Normalitas Persepsi Masyarakat (X2) 76
5. Gambar 4.5 : Uji Normalitas Keputusan Menjadi Nasabah (Y) 76
6. Gambar 4.6 : Scatterplot 78

**ABSTRAK**

Skripsi dengan judul “Pengaruhpenanganankeluhandankualitaspelayananterhadaployalitasnasabah” ini ditulis oleh rizahelmawanwahyudhi, NIM : 3223113080, pembimbing DR. AgusEkoSujianto, SE,.MM

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh sebuah keluhanolehseseorangkonsumenpenggunajasa yang mengeluh di sosial media. Dalam hal ini peneliti menghubungkan masalah penanganan keluhan dari penyampaian, sampai penyelesaian keluhan tersebut dan juga mengenai kualitas pelayanan seperti *tanginies, rellability*,*responsiveness*,*assurance*, *emphaty*

penulisan skripsi ini adalah (1). Apakahpenanganankeluhanberpengaruhterhadaployalitasnasabah?.(2). Apakahkualitaspelayananberpengaruhterhadaployalitasnasabah? (3). Apakahpenanganankeluhandankualitaspelayanansecarabersamasamaberpengaruhterhadapkualitaspelayanan?

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah (1).Untukmengukurbesarpengaruhpenanganankeluhanterhadaployalitasnasabah. (2). Untukmengukurbesarkualitaspelayananterhadaployalitasnasabah. (3). Untukmengukurkepuasannasabahdalammemperkuatpengaruhhubunganantarapenanganankeluhandankualitaspelayananterhadaployalitasnasabah**.** .

Dalam penelitian ini digunakan metode angket, dokumentasi, dan observasi. Angket digunakan untuk memperoleh data tentang keputusan menjadi nasabah pada BPRS TanmiyaArtha Kediri yang digunakan sebagai sampel penelitian. Sedangkan metode dokumentasi dan observasi digunakan untuk menggali tentang populasi, sampel, sejarah, struktur organisasi BPRS dan dokumen BPRS. Uji yang dilakukan menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas Data, Uji Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, Uji R2, Uji Asumsi Klasik.

Terbuktididalamtabel*coefficient*padamasing-masingvariabel X1 (penanganankeluhan) diperoleh*sig*. sebesar 0,793 dibandingkandengantaraf*sig*. < α = 0,793 > 0,05. Sehinggadapatdisimpulkanbahwavariabelpenanganankeluhantidakberpengaruhsignifikanterhadaployalitasnasabah BPRS TanmiyaArtha Kediri, danhipotesispenelitianyateruji.Terbuktididalamtabelpadamasing-masingvariabel X2 (kualitaspelayanan) diperoleh sig. sebesar 0,587 dibandingkandengantaraf sig. < a = 0,587 > 0,05. Sehinggadapatdisimpulkanbahwavariabelkualitaspelayanantidakberpengaruhsignifikanterhadaployalitasnasabah BPRS TanmiyaArtha Kediri, danhipotesispenelitianyateruji.Terbuktididalamtabel*summary* 2.6 diperolehangka*Adjusted R Square*adalah -0,25 yang berarti -25% variabelterikatloyalitasnasabahdijelaskanolehvariabelbebas yang terdiridaripenanganankeluhandankualitaspelayanan, dansisanya 125% dijelaskanolehvariabel lain di luarvariabel yang digunakan.

ABSTRACT

Thesis with the title "Effect of complaint handling and service quality on customer loyalty" was written by RizahelmawanWahyudhi, NIM: 3223113080, counselor DR. AgusEkoSujianto, SE, .MM

This research in the wake of a complaint by a person by consumers who complained of service users in social media. In this case the researchers attributed the problem of handling complaints from the delivery, until the completion of such complaints and also about the quality of service as tanginies, rellability, responsiveness, assurance, empathy

writing this essay is Do (1). complaint handling effect on customer loyalty?. (2). Is the effect of service quality on customer loyalty? (3). Is the handling of complaints and quality of service with the same effect on the quality of service?

 As for the objectives in this study were (1) .To a large measure influence the handling of complaints against the loyalty of customers. (2). To a large measure of service quality on customer loyalty. (3). To measure customer satisfaction in strengthening the influence of the relationship between the handling of complaints and service quality on customer loyalty. ,

In this study used questionnaire methods, documentation, and observation. The questionnaire used to collect data about a customer's decision on the BPRS TanmiyaArtha Kediri used as samples. While the documentation and observation methods used to dig about population, sample, history, organizational structure SRB and SRB documents. Tests conducted using Test Validity, Reliability Test, Data Normality Test, Regression Test, t Test, F Test, Test R2, Classical Assumption Test.

Proven in the coefficient table for each variable X1 (handling complaints) obtained sig. amounting to 0.793 compared with the level of sig. <Α = 0.793> 0.05. It can be concluded that the complaints handling variable has no significant effect on customer loyalty BPRSTanmiyaArthaKediri, and his research hypothesis tested. Proven in the table on each of the variables X2 (quality of service) obtained sig. amounting to 0.587 compared with the level of sig. <A = 0.587> 0.05. It can be concluded that the service quality variable has no significant effect on customer loyalty BPRSTanmiyaArtha Kediri, and his research hypothesis tested. Proven in the summary table 2.6 Adjusted R Square figures obtained is -0.25, which means 25% customer loyalty dependent variable explained by the independent variables consisting of handling complaints and quality of service, and the remaining 125% is explained by other variables outside of the variables used ,

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Masalah**

Lembaga keuangan merupakan tempat dimana terdapat jasa dalam prosesmengelola keuangan. Peranan lembaga keuangan pada kehidupan sangatlah penting. Lembaga perbankan sebagai salah satu instrument penting untuk menjadi lembaga intermediasi yang berfungsi untuk menghimpun dana yang berlebih dari masyarakat dan kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana.Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit, dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank sebagai badan usaha tetap berorientasi untuk meningkatkan laba melalui kegiatan operasional, termasuk fungsinya sebagai *financial intermediary,* yaitu menghimpun dana dari pihak ketiga (DPK) dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit. Persaingan yang semakin ketat dan terbatasnya sumber daya manusia yang professional menjadi hambatan bagi bank untuk menyalurkan dana pada masyarakat.

Keberadaan bank terutama bank syariah sangat penting untuk menopang dan membantu meningkatkan perekonomian masyarakat Di negara-negara seperti Indonesia, peranan bank cenderung lebih penting dalam pembangunan karena bukan hanya sebagai sumber pembiayaan untuk kredit investasi kecil, menengah, dan besar tetapi juga mampu mempengaruhi siklus usaha dalam perekonomian secara keseluruhan.Lembaga keuangan khususnya bank wajib memperhatikan beberapa pengaruh dari kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan hal yang paling penting dalam hal kesusksesan sebuah perusahaan untuk dapat bersaing dalam dunia usaha yang akan menciptakan nilai loyalitas yang tinggi juga dimata para konsumennya. Kepuasan nasabah dapat menjadi pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi kearah pemenuhan kebutuhan konsumen, sehingga kepuasan nasabah menjadi sumber keunggulan dan daya saing perusahaan.Bisnis perbankan merupakan bisnis kepercayaan, oleh karena itu system pengelolaan wajib didasarkan pada prinsip kehati-hatian, agar kesehatan perusahaan tetap terjaga demi kepentingan masyarakat pada umumnya dan nasabah penyimpan dana pada khususnya.

Berikut adalah perkembangan jumlah nasabah di BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri :

Tabel 1.1

Perkembangan Nasabah BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tahun | Tabungan Wadiah | Tabungan Mudhorobah | Deposito |
| 2010 | 366 Nasabah | 520 Nasabah | 32 Nasabah |
| 2011 | 478 Nasabah | 462 Nasabah | 24 Nasabah |
| 2012 | 532 Nasabah | 443 Nasabah | 28 Nasabah |

*Sumber : data BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri 2014*

Dari table di atas dapat dilihat bahwa BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri mengalami perubahan pada jumalah nasabahnya.Pada tabungan *wadi’ah* setiap tahunnya mengalami peningkatan, namun peningkatan tersebut tidak diimbangi oleh peningkatan di tabungan *mudharabah* dan deposito.

.Salah satu faktor penting untuk memperoleh kepuasan pelanggan adalah melalui hubungan yang baik antara karyawan dan nasabah. Karyawan yang dengan segera bias menyelesaikan masalah dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Melalui kepuasan, perusahaan berusaha membentuk loyalitas.Biaya melayani pelanggan yang setia adalah lima atau enam kali lebih kecil dibandingkan pelanggan baru. Ini menunjukkan betapa pentingnya loyalitas pelanggan bagi perusahaan.Lebih baik menjaga pelanggan yang sudah ada, sebelum memperoleh pelanggan baru.Saat ini masyarakat memiliki pengetahuan yang semakin baik mengenai pelayanan dan kepuasan sehingga apabila masyarakat merasakan ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diterima maka pelanggan tidak segan untuk mengadukan kekecewaannya pada perusahaan yang bersangkutan.

Pelanggan yang puas akan memberitahu orang mengenai produk atau layanan yang mereka terima tetapi di sisi lain pelanggan yang tidak puas akan mengatakan ke orang yang mereka kenal. Yang dapat mendongkrak kepuasan dan loyalitas nasabah adalah penanganan keluhan yang bijak. Sebuah keluhan dari nasabah bukan semata untuk menjatuhkan nama perusahaan namun adalah salah satu proses yang penting bagi perusahaan untuk introspeksi dan berbenah, maka dari itu bagaimana cara perusahaan dalam menangani keluhan adalah sangat penting untuk menjaga para nasabahnya. Ketika perusahaan dapat menangani keluhan nasabah dengan baik sesuai dengan apa yang diiinginkan nasabah maka nasabah akan senang dan merasa bahwa nasabah tersebut penting dan dihargai oleh perusahaan dan imbasnya bagi perusahaan adalah loyalitas nasabah tersebut.

Berdasarkan kinerja pelayanan yang ada di industri perbankan, maka setiap nasabah dalam memilih bank memiliki kriteria sendiri-sendiri. Ada nasabah yang menginginkan suatu bank yang bisa memberi bunga yang tinggi, keamanan (artinya saya harus yakin bahwa uang saya aman di bank tersebut), sedangkan bagi nasabah yang sering berpergian terutama ke luar negeri menginginkan layanan yang lebih cepat, efisien, nyaman, dan kemudahan dalam pengaksesan pada suatu waktu dan tempat tertentu diseluruh dunia. Disamping itu ada beberapa alasan lain dari para nasabah dalam memilih bank, yaitu: bank terkenal, bunga tinggi, produk bervariasi, teknologi canggih, layanan memuaskan, ada hadiah, keamanan terjamin, bergengsi, dan perhatian karyawan bank secara individu kepada nasabah. Layanan yang baik dalam sebuah perbankan akan memberikan kepuasan terhadap nasabah itu sendiri, begitu pula kualitas produk yang ditawarkan lembaga keuangan kepada nasabahnya yang banyak memberikan manfaat dalam setiap kegiatan transaksinya.

Pada industri perbankan, kesetiaan nasabah merupakan salah satu bukti bahwa bank tersebut telah mampu bersaing dalam memberikan pelayanan prima pada setiap nasabah.Jika dilihat dari dua sudut pandang antara kinerja keuangan dalam hal penjualan produk dengan kinerja operasional dalam menjalin hubungan adalah suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dalam penilaian bahwa suatu bank itu lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.Kedua kinerja ini hendaknya terwujud dengan seimbang.Namun kenyataannya, kondisi yang demikian belum dapat diwujudkan oleh bank-bank yang ada.Sebagian besar bank hanya unggul di kinerja keuangan dalam hal produk, tetapi tidak pada kinerja operasional dalam hal layanan, ataupun sebaliknya.Keunggulan produk ini hanya dapat mewujudkan tujuan jangka pendek perusahaan, sedangkan keunggulan dalam layanan dapat mewujudkan orientasi jangka panjang perusahaan, yaitu loyalitas nasabah.

kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu, untuk dapat memberikan kepuasan kepada nasabah, BPRS Tanmiya Artha harus melakukan peningkatan kualitas pelayanan.perusahaan jasa harus berupaya untuk mempertahankan kualitas pelayanan yang unggul melebihi pesaing mereka untuk memperoleh dan mempertahan kepuasan pelanggan. Memiliki pelanggan yang puas tidaklah cukup, pelanggan haruslah sangat puas karena kepuasan pelanggan mengarah pada loyalitas.Untuk bertahan hidup di industri perbankan yang kompetitif, bank harus mengembangkan strategi baru untuk memuaskan pelanggan mereka. Membangun loyalitas pelanggan bukan merupakan pilihan dalam bisnis, ini satu-satunya cara membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Keterkaitan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dapat meningkatkan pelayanan dalam rangka mendapatkan keuntungan kompetitif di sektor perbankan.

Dari penjelasan latar belakang di atas maka peneliti mengangkat judul **“pengaruh penanganan keluhan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BPRS Tanmiya Artha Kediri”**

* 1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah penanganan keluhan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?
3. Apakah penanganan keluhan dan kualitas pelayanan secara bersama sama berpengaruh terhadap kualitas pelayanan?
   1. **Tujuan penelitian**
4. Untuk mengukur besar pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah.
5. Untuk mengukur besar kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.
6. Untuk mengukur kepuasan nasabah dalam memperkuat pengaruh hubungan antara penanganan keluhan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah**.** 
   1. **Kegunaan penelitian**

Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi dunia pendidikan sebagai sarana untuk menambah khasanah ilmu pengetahuan, dapat dijadikan rujukan penelitian atau bahan bacaan.
2. Bagi pihak BPRS Tanmiya Artha Kediri dapat digunakan untuk bahan pertimbangan dalam memberikan pelayanan kepada para nasabah.
3. Bagi pembaca dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya dan sebagai bahan bacaan yang bermanfaat.
   1. **Ruang lingkup dan keterbatasan penelitian**
4. **Ruang lingkup penelitian**

Loyalitas merupakan istilah kuno yang secara tradisional telah digunakan untuk melukiskan kesetiaan dan pengabdian antusias kepada negara, cita-cita, atau individu. Dalam konteks bisnis belakangan ini, istilah loyalitas telah digunakan untuk melukiskan kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang serta jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan sukarela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada temanteman dan rekan-rekannya. Efek loyalitas bagi perusahaan adalah memberikan sumber pendapatan terusmenerus dalam kurun waktu bertahun-tahun. Perlu digarisbawahi bahwa, loyalitas hanya akan berlanjut sepanjang pelanggan merasakan bahwa mereka menerima nilai yang lebih baik (termasuk kualitas yang lebih tinggi) dibandingkan dengan yang dapat diperoleh dengan beralih kepada penyedia jasa lain. Keuntungan dari loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut.Pertama Biaya pemeliharaan pelanggan loyal lebih sedikit daripada biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pelanggan baru. Kedua Pelanggan yang loyal bersedia membayar biaya yang lebih tinggi untuk satu set produk atau layanan yang ditawarkan. Ketiga Pelanggan yang loyal bertindak sebagai agen pemasaran dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*).

Penanganan keluhan meliputi ***Pertama***terimalah keluhan dengan penuh pengertian dan sungguh-sungguh, Hal ini akan mengurangi rasa marah dan sekaligus menunjukkan keprihatinan anda. Katakanlah kepada pelanggan sesuatu seperti “maaf kalau anda jadi repot. Katakanlah apa yang terjadi agar saya bias membantu anda”. Yang penting adalah menunjukkan minat dan kemauan untuk menolong. Kesan pertama pelanggan terhadap diri anda merupakan factor yang paling menentukan untuk mendapatkan kerja sama.***Kedua*** mencatat apa saja yang menjadi keluhan, hal ini akan membuat pelanggan merasa bahwa keluhan yang dia adukan kepada perusahaan telah diterima dan nasabah merasa dia di hargai oleh perusahaan tersebut.

***Ketiga.***Ikut sertakan pimpinan puncak untuk ikut mendengarkan dan membantu menyelesaikan keluhan pelanggan. Ini adalah cara yang paling baik bagi manajemen puncak unatuk mengetahui keinginan pelanggan dan bertindak untuk memenuhi keinginan pelanggan. Banyak sekali manajer yang mengambil keputusan din awang awing, tanpa mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan.[[2]](#footnote-3)

Sedangkan kualitas pelayanan meliputi *Pertama*Bukti Fisik (Tangibles) Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.Penampilan, kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan sekitar adalah bukti fasilitas fisik/gedung, gudang, penampilan karyawan, dan lain senagainya.*Kedua*Keandalan (Reliability) Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan cepat, tepat, akurat, dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepapatn waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. *Ketiga*Daya Tanggap (Responsiveness) Yaitu kemauan pegawai untuk tanggap membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat, tepat dengan disertai penyampaian jasa yang jelas. Dalam hal ini perusahaan tidak hanya selalu cepat tanggap pada keluhan konsumen yang timbul karena janji tidak terpenuhi, namun juga cepat tanggap menangkap perubahan yang terjadi dalam pasar, teknologi, peralatan dan perilaku konsumen.

*keempat* Jaminan (Assurance) Yaitu pengetahuan, kesopansatunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Variabel ini terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi , kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.Kelima Empati (Emphaty) Yaitu meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individu oleh para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memenuhi kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

1. **Keterbatasan penelitian**
2. Penelitian ini hanya dibatasi pada promosi dan kualitas layanan yang mempengaruhi loyalitas nasabah, sehingga tidak dapat digeneralisasikan untuk seluruh factor yang memepengaruhi loyalitas nasabah.
3. Pengumpulan data yang akan dilakukan pada bulan Maret-April 2015, sehingga data yang nantinya diolah dalam penelitian hanya dapat digeneralisasikam sesuai dengan data yang di dapat peneliti pada bulan tersebut.
   1. **Definisi operasional**
   2. **Loyalitas pelanggan**

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alas an utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Usaha untuk memperoleh pelanggan pelanggan yang loyal tidak bias dilakukan sekaligus, tetapi melalui beberapa tahapan, memiliki konsumen yang loyal adalah tujuan akhir dari semua perusahaan[[3]](#footnote-4).

* + - 1. Penanganan keluhan

Penanganan keluhan Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented)* perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka.Perilaku keluhan konsumen adalah istilah yang mencakup semua tindakan konsumen yang berbeda bila mereka merasa tidak puas dengan suatu pembelian/pelayanan.Ketika pelanggan mendapatkan masalah atau bahkan sedikit kecewa, maka perusahaan-perusahaan besar dengan cepat menunjukkan jati dirinya.Pemulihan pelayanan juga bisa ditangani dengan sangat baik ketika dipandang sebagai satu kesempatan bukan sebagai suatu pilihan sulit.Keluhan pelanggan merupakan kesempatan untuk memperkuat hubungan.

* + - 1. Kualitas pelayanan

Deming menyatakan, bahwa kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar, maka deming mengidentifikasikan kualitas sebagai kesesuaian dengan kebutuhan pasar atau konsumen. Perusahaan harus benar-benar dapat memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan.

Sedangkan ahli lain menyatakan bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia, proses/tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.[[4]](#footnote-5)Berbicara mengenai kulitas pelayanan sekarang ini pelnggan semakin pintar, mereka sangat kritis, sehingga para pelaku bisnis harus mampu memberikan pelayanan yangsesuai dengan harapan para pelanggan. Sedikit saja penyimpangan, misalnya pelayanan tidak sesuai dengan harapkan, para pelanggan akan menilai jelek.

* 1. **Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penyusunan proposal skripsi ini adalah sebagai berikut :

**Bab I** Pendahuluan. Dalam bab ini memaparkan secara singkat tentang latar belakang masalah,

rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, definisi operasional, serta sistematika penulisan.

**Bab II** Landasan Teori. Bab ini memaparkan secara singkat tentang kerangka teori, kajian penelitian terdahulu, kerangka berfikir penelitian, hipotesis penelitian.

**Bab III** Metodologi Penelitian. Bab ini menguraikan tentang beberapa hal yang terdiri atas pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, sampel penelitian, sumber data, variable dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian serta analisis data

**Bab IV** Hasil Penelitian.Pada Bab ini adalah inti dari pembahasan yang berisi tentang hasil penelitian (deskripsi data, pengujian hipotesis), pembahasan.

**Bab VI** Penutup. Bab ini adalah bab terakhir pada skripsi ini yang berisikan kesimpulan dan saran-saran.

**BAB II**

**LANDASAN TEORI**

1. **Penanganan keluhan**

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri senkdiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk di perdagangkan. Tidak kalah pentingnya, jangan takut jika konsumen mengajukan keluhan, sebaliknya anda perlu menyambutnya dengan baik.

Rasululloh bersabda dalam hadisnya :

**عن ابى عمر رضي الله عنها: اَنَّ رَجلًا و كَرَ للنبي ص. م. اَنَّهُ يَحْدَعُ فى البيوع فَقَلَ: قَلَ اِذَا بَعْتَ فَقُلْ: لَا خَلَا بَةَ (متفق عليه)**

*Artinya : diriwayatkan dari Abdulloh bin umar R.A : seseorang menemui Nabi dan berkata bahwa ia selalu dicurangi dalam pembelian. Nabi bersabda kepadanya agar pada waktu membeli (sesuatu) mengatakan “tidak ada penipuan” (HR. Mutaffaqun ilaih)*

Keluhan bisa menjadi cara yang bagus dalam mengembangkan perusahaan dan mempertahankan konsumen.[[5]](#footnote-6)Penanganan keluhan Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented)* perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka.Perilaku keluhan konsumen adalah istilah yang mencakup semua tindakan konsumen yang berbeda bila mereka merasa tidak puas dengan suatu pembelian/pelayanan.

Ketika pelanggan mendapatkan masalah atau bahkan sedikit kecewa, maka perusahaan-perusahaan besar dengan cepat menunjukkan jati dirinya.Pemulihan pelayanan juga bisa ditangani dengan sangat baik ketika dipandang sebagai satu kesempatan bukan sebagai suatu pilihan sulit.Keluhan pelanggan merupakan kesempatan untuk memperkuat hubungan.Penanganan keluhan meliputi ***Pertama***terimalah keluhan dengan penuh pengertian dan sungguh-sungguh, Hal ini akan mengurangi rasa marah dan sekaligus menunjukkan keprihatinan anda. Katakanlah kepada pelanggan sesuatu seperti “maaf kalau anda jadi repot. Katakanlah apa yang terjadi agar saya bias membantu anda”. Yang penting adalah menunjukkan minat dan kemauan untuk menolong. Kesan pertama pelanggan terhadap diri anda merupakan factor yang paling menentukan untuk mendapatkan kerja sama. ***Kedua*** mencatat apa saja yang menjadi keluhan, hal ini akan membuat pelanggan merasa bahwa keluhan yang dia adukan kepada perusahaan telah diterima dan nasabah merasa dia di hargai oleh perusahaan tersebut.

***Ketiga.***Ikut sertakan pimpinan puncak untuk ikut mendengarkan dan membantu menyelesaikan keluhan pelanggan. Ini adalah cara yang paling baik bagi manajemen puncak unatuk mengetahui keinginan pelanggan dan bertindak untuk memenuhi keinginan pelanggan. Banyak sekali manajer yang mengambil keputusan, tanpa mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan.**Keempat** meminta maaf dan memperbaiki apa yang telah dikeluhkan oleh pelanggan,[[6]](#footnote-7)

Berkaitan dengan hal ini, ada tiga kategori komplain terhadap

ketidakpuasan, yaitu:

*1. Voice response*

Ditujukan pada objek-objek yang sifatnya eksternal bagi lingkaran social konsumen (yakni, relasi informal) dan pihak-pihak yuang secara langsung terlibat dalam pertukaran yang tidak memuaskan (misalnya, pemgecer, distributor, pemanufakturan, dan penyedia jasa).*No-action response* (tidak melakukan apa-apa) dimasukkan dalam kategori ini secara tentatif karena mencerminkan perasaan terhadap pemasar atau penjual.Bagi penyedia jasa, apabila pelanggan menyampaikan keluhan secara langsung dan atau meminta ganti rugi (kompensasi) kepada perusahaan bersangkutan dan atau distributornya, sebetulnya perusahaan masih mungkin memperoleh beberapa manfaat.**Pertama,** pelanggan memberikan kesempatan sekali lagi kepada perusahaan untuk memuaskan mereka.**Kedua,** risiko publisitas buruk dapat ditekan, baik publisitas dalam bentuk rekomendasi gethok tular negatif, maupun melalui media massa. Dan yang tidak kalah pentingnya yang **ketiga,** memberi masukan positif mengenai kekurangan pelayanan yang perlu diperbaiki perusahaan.Melalui perbaikan dan pemulihan layanan, perusahaan dapat memelihara hubungan baik dan loyalitas pelanggannya.

*2. Private response*

Objek dalam *private* bukanlah pihak eksternal bagi jejaring sosial konsumen dan juga bukan pihak yang terlibat langsung dalam pengalaman yang tidak memuaskan. Kategori ini meliputi : memperingatkan atau memberitahu kolega, teman, atau keluarganya mengenai pengalaman buruknya dengan produk atau perusahaan bersangkutan. Umumnya tindakan ini sering dilakukan dan dampaknya sangat besar bagi citra perusahaan.

*3. Third-party response*

Ditujukan pada objek-objek eksternal yang tidak secara langsung terlibat dalam pengalaman yang tidak memuaskan (contohnya, surat kabar, lembaga konsumen, lembaga bantuan hukum, dan sebagainya). Bentuk-bentuk responsnya bisa berupa menuntut ganti rugi secara hukum; mengadu lewat media massa (misalnya menulis di Surat Pembaca); atau secara langsung mendatangi lembaga konsumen, instansi hukum, dan sebagainya. Tindakan seperti ini sangat ditakuti oleh sebagian besar perusahaan yang tidak memberi pelayanan baik kepada pelanggannya atau perusahaan yang tidak memiliki prosedur penanganan keluhan yang efektif.Kadangkala pelanggan lebih memilih menyebarluaskan keluhannya kepada masyarakat luas, kerena secara psikologis lebih memuaskan.[[7]](#footnote-8)

1. **Kualitas pelayanan**

Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.[[8]](#footnote-9)

Nabi Muhammad bersabda dalam hadisnya:

**عن ابى هريرة رضي الله عنه سمعن رسول الله ص. م. يقل : الْحَلْفُ مُتْنتَةٌ للسَلْعَةُ مُمْحَقةٌ لِلْبَرْكَةِ (روه بخار و مسلم)**

Artinya :*diriwayatkan dari Abu hurairoh ra : aku pernah mendengar Rasululloh SAW brsabda : bersumpah (yang dilakukan penjual) mungkin meyakinkan pembeli bahwa barang (yang ditawarkan kepadanya adalah barang) bagus tetapi akan melenyapkan berkah.*

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting bagi keberhasilan bank sebagai perusahaan jasa saat ini. Karena dewasa ini masalah kepuasan dan loyalitas nasabah melalui kualitas pelayanan terbaik telah menjadi komitmen bagi perbankan dalam menjalankan roda bisnisnya.. Menurut Andreassen ketidakpuasan yang diakibatkan adanya perbedaan antara harapan dan kemampuan sesungguhnya dari sebuah produk atau jasa yang diterima oleh konsumen, akan menimbulkan *negative effect* yang diyakini akan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Suara konsumen (*voice of customer)* merupakan refleksi dari harapan konsumen terhadap atribut perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen.Hal tersebut dapat berupa pelayanan, jenis produk, kualitas produk, dan sebagainya.Suara konsumen merupakan hal penting bagi perusahaan dalam meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen.

Setiap konsumen yang merasa tidak puas terhadap kinerja produk, jasa, dan atau perusahaan tertentu akan bereaksi dengan tindakan yang berbeda-beda. Ada yang mendiamkan saja dan ada pula yang melakukan complain. Deming mengatakan kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar, maka deming mengidentifikasikan kualitas sebagai kesesuaian dengan kebutuhan pasar atau konsumen. Perusahaan harus benar-benar dapat memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan.Sedangkan yang lain menyatakan, bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia, proses/tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.[[9]](#footnote-10)Berbicara mengenai kulitas pelayanan sekarang ini pelnggan semakin pintar, mereka sangat kritis, sehingga para pelaku bisnis harus mampu memberikan pelayanan yangsesuai dengan harapan para pelanggan. Sedikit saja penyimpangan, misalnya pelayanan tidak sesuai dengan harapkan, para pelanggan akan menilai jelek.[[10]](#footnote-11)Agar produk yang dibuat laku dipasaran, maka penciptaan produk haruslah memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabah. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing atau sering disebut produk plus[[11]](#footnote-12).

Terdapat lima aspek dalam kualitas pelayanan ialah:

1. ***Responsiveness* ( Ketanggapan),** yaitu kemampuan untuk menolong pelanggan dari ketersediaan untuk melayani pelanggan yang baik.

**2. *Reability* (keandalan),** yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijadikan dengan segera,akurat dan memuaskan.

**3. *Empaty* (Emapati),** yaiturasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan serta kemudahan untuk dihubungi.

**4. *Assurance* (Jaminan),** yaitu pengetahuan, kesopanan petugas serta sifatnya yang dapatdipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko.

**5. *Tangible* (Bukti langsung),** meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan dan sarana komunikasi. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa. Kepuasan pelanggan, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa juga ditentukan oleh kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.Persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa tidak mengharapkan pelanggan menggunakan jasa tersebut terlebih dahulu untuk memberikan penilaian[[12]](#footnote-13).

1. **Loyalitas pelanggan**

Loyalitas adalah perilaku pembelian atau penggunaan secara terus menerus dalam menggunkan produk atau jasa.bahwa loyalitas pelanggan merupakan salah satu sumber untuk membangun keunggulan bersaing bagi perusahaan jasa. Loyalitas pelanggan akan membuat perusahaan memiliki sumber pendapatan pasti (dari pelanggan loyal) sehingga akan membuat perusahaan tersebut mampu bersaing dalam jangka waktu panjang. Memiliki pelanggan yang loyal adalah suatu tujuan akhir dari perusahaan, karena loyalitas pelanggan dapat menjamin kontinuitas perusahaan dalam jangka panjang[[13]](#footnote-14).

Pada dasarnya loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu hal.Istilah loyalitas pelanggan sebetulnya berasal dari loyalitas merek yang mencerminkan loyalitas pelanggan pada merek tertentu.*Customer Loyalty* merupakan ukuran keterikatan konsumen terhadap sebuah merek. Ukuran ini mampu memberikan gambaran tentang mungkin tidaknya pelanggan beralih ke merek produk yang lain, apabila merek produk tersebut didapati adanya perubahan, baik menyangkut harga maupun atribut lain.Loyalitas pelanggan berarti kemampuan perusahaan memposisikan produknya di benak pelanggan, dimana perusahaan berusaha memposisikan pelanggan sebagai mitranya dengan cara memantapkan keyakinan pelanggan, selalu berintreraksi, bila perlu mengembangkan demi kemajuan bersama.

Secara harfiah loyal berarti setia dan loyalitas diartikan sebagai suatu kesetiaan.Kesetiaan ini sesuatu yang timbul tanpa adanya paksaan tapi timbul dari kesadaran sendiri.Dahulu usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan pelanggan lebih cenderung kepada mempengaruhi sikap pelanggan, sedangkan konsep loyalitas pelanggan lebih menekankan pada perilaku dibanding sikap.

Indikator loyalitas

Loyalitas pelanggan dengan indikator empirik sebagai berikut:

1) Say positive things, adalah berupa penyampaian kepada orang lain dalam bentuk kata-kata secara positif tentang perusahaan, biasanya berupa ulasan, cerita atau uraian pengalaman.

2) Recommend friends, adalah suatu proses yang berujung pada mengajak pihak lain untuk ikut menikmati penyedia jasa tersebut akibat dari pengalaman positif yang dirasakan.

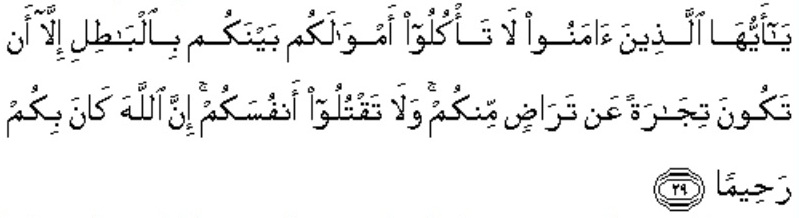
3) Continue purchasing, adalah sikap untuk melakukan transaksi ulang terus-menerus oleh pelanggan sehingga menimbulkan perulangan yang dapat dilandasi dari kesetiaan[[14]](#footnote-15).

* 1. **Bank Pembiayaan Rakyat**

1). Bank PembiayaanRakyat Syariah

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah BPR biasa yang pola operasionalnya mengikuti prinsip-prinsip muamalah, dengan tujuan dan fungsi sama seperti BPR biasanya. BPR Islam didirikansebagai langkah aktif dalam rangka restrukturisasi perekonomian Indonesia yang dituangkan dalam berbagai paket kebijakan keuangan, moneter, dan perbankan secara umum, dan secara khusus mengisi peluang terhadap kebijaksanaan bank dalam penetapan tingkat suku bunga (rate of interest), yang selanjutnya secara luas dikenal sebagai system perbankan bagi hasil atau system perbankan islam, dalam skala/outlet retail banking (rural bank).

Allah berfiman dalam surat An-Nisa’ ayat 29:



*Artinya:*

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah maha penyayang padamu. (QS. An Nisaa’:29 )”.[[15]](#footnote-16)*

Tujuan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah 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 islamiah melalui kegiatan ekonomi.[[16]](#footnote-17)

2). Bank Pembiayaan Rakyat

Sebelum Bank Pembiayaan Rakyat Syariah muncul lebih terdahulu adanya BPR, dengan keluarnyaundang-undang Nomor 7 tahun 1992 tersebut mengakibatkan perubahan fungsi Bank Pembangunan dan Bank Tabungan menjadi Bank Umum kemudian Bank Pasar, Lumbung Desa dan Bank Pegawai menjadi Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Sedangkan pengertian BPR menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara komersional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Kegiatan BPR hanya meliputi kegiatan penghimpunan dana penyaluran dana saja, bahkan dalam menghimpun dana BPR dilarang untuk menerima simpanan giro. Begitu pula dalam hal jangkauan wilayah operasi, BPR hanya dibatasi dalam wilayah-wilayah tertentu saja.Selanjutnya pendirian BPR dengan modal awal yang relative lebih kecil jika dibandingkan dengan modal awal Bank Umum.Larangan lainnya bagi BPR adalah tidak diperkenankan ikut kliring serta transaksi valuta asing[[17]](#footnote-18). Pengertian Bank Pembiayaan Rakyat, seperti yang di atur dalam Pasal 13 Undang-Undang No. 7/1992 yang telah diubah dengan Undang-Undang No. 10 tahun 1998 dapat dikutipkan sebagai berikut:

Usaha Bank PembiayaanRakyat :

(1). Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan, dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.(2). Memberikan kredit. (3). Menyediakan pembiayaan dan penempatan danaberdasarkan prinsip syariah, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan Bank Indonesia.(4). Menempatkan dananya dalam bentuk Surat Berharga Bank Indonesia (SBI), deposito berjangka, sertifikat deposito, dan atau tabungan pada bank lain.

Selanjutnya kegiatan yang dilarang bagi Bank Pembiayaan Rakyat seperti yang dimuat dalam pasal 14 UU No. 7/92 setelah diubah dengan UU No. 10/98 yaitu :

(1). Menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran.(2). Melakukan kegiatan usaha dalam valuta asing.(3). Melakukan penyartaan modal.(4). Melakukan usaha perasuransian.(5). Melakukan usaha lain diluar kegiatan usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13.[[18]](#footnote-19)

* 1. **Kajian penelitian relevan**

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Didik Kurniawan tahun 2012 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah” dengan hasil sebagai berikut : kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah tidak terbukti, kualitas produk berpengaruh positif signifikan tidak terbukti, nilai nasabah berpengeruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah terbukti, kualitas layanan berpengeruh positif signifikan terhadap loyalitas dengan pemoderasi kepuasan nasabah terbukti, kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan pemoderasi kepuasan nasabah tidak terbukti, nilai nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan pemoderasi kepuasan nasabah tidak terbukti[[19]](#footnote-20).

Penelitian terdahulu oleh Muhammad abiding tahun 2010 “pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah studi kasus pada Bank Syariah Mandiri cabang Magelang” dengan hasil : pengujian variable *tangibles, rellability, responsiveness, assurance, emphaty* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BSM Cabang Magelang hipotesanya terbukti[[20]](#footnote-21), pengujian *variable tanginies, rellability* ataau *responsiveness* atau *assurance* atau *emphaty* secara individual berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BSM Cabang Magelang hipotesanya terbukti, pengujian variable yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah diantara bukti fisik (*tangible*), keandalan (*rellability*), daya tanggap (*responsiveness),* jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) hipotesanya terbukti.

Frieda Ellena ”Analisis pengaruh kepercayaan, komitmen,Komunikasi, dan penanganan keluhan terhadapLoyalitas nasabah (studi pada nasabah PT. BRI (persero) tbk.Cabang pemalang)”. Dengan hasil : Dimana variabel loyalitas nasabah (Y), kepercayaan (X1), komitmen (X2),komunikasi (X3), dan penanganan keluhan (X4). Menunjukkan bahwa keempat variabel independen terbukti berpengaruhpositif dan signifikan terhadap variabel dependen loyalitas nasabah.[[21]](#footnote-22)

Gusti ayu putu ratih Dewi “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan dan loyalitas nasabah PT. BPR hoki di kabupaten Tabanan” tahun 2014 dengan hasil yaitu Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BPR Hoki, Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT BPR Hoki., Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT BPR Hoki[[22]](#footnote-23).

Tabel 1.2

Kajian Penelitian yang Relevan

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Peneliti** | **Tahun** | **Lokasi** | **Variable** | **Hasil** |
| **1** | Didik Kurniawan ”Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah” | 2012 | Yogyakarta | 1. Kualitas Layanan 2. Kualitas Produk 3. Nilai Nasabah 4. Kepuasan 5. Loyalitas Nasabah | Berdasarkan hasil pengujian model (Uji F) dapat disimpulkan bahwa variable kualitas layanan, kualitas produk, nilai nasabah, X1X4, X2X4, dan X3X secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. |
| **2** | Muhammad abiding  “pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah studi kasus pada Bank Syariah Mandiri cabang Magelang” | 2010 | Magelang | *tangibles, rellability, responsiveness, assurance, emphaty* | pengujian variable secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BSM Cabang Magelang hipotesanya terbukti. |
| **3.** | Frieda Ellena ”Analisis pengaruh kepercayaan, komitmen,  Komunikasi, dan penanganan keluhan terhadap  Loyalitas nasabah (studi pada nasabah PT. BRI (persero) tbk.  Cabang pemalang)” | 2011 | Pemalang | Loyalitas nasabah, kepercayaan, komitmen, komunikasi,  penanganan  keluhan | Dimana variabel loyalitas nasabah (Y), kepercayaan (X1), komitmen (X2),  komunikasi (X3), dan penanganan keluhan (X4).  menunjukkan bahwa keempat variabel independen  terbukti berpengaruh  positif dan signifikan terhadap variabel dependen loyalitas nasabah. |
| **4.** | Gusti ayu putu ratih  Dewi  “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap  Kepuasan dan loyalitas nasabah  PT. BPR hoki di kabupaten Tabanan” | 2014 | Tabanan | Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Loyalitas Nasabah | 1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan   nasabah PT BPR Hoki.   1. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT   BPR Hoki.   1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas   nasabah pada PT BPR Hoki. |
| **5.** | Riza helmawan  “pengaruh penanganan keluhan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Tanmiya Artha Kediri” | 2015 | Tulungagung | penanganan  keluhan, *tangibles, rellability, responsiveness, assurance, emphaty* | Belum ada |

**2.6 Kerangka konseptual**

**Penanganan keluhan**

**Kualitas layanan**

**Loyalitas nasabah**

* 1. **Hipotesis penelitian**

1. Penanganan keluhan berpengaruh terhadapa loyalitas
2. Kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap loyalitas
3. Penanganan keluhan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BPRS Tanmiya Artha Kediri.

**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

**A. Pendekatan dan jenispenelitian**

**a. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunaka dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal, dan dirancang sematang mungkin sebelumnya. Desain bersifat spesifik dan detail karena dasar merupakan suatau rancanngan penelitian yang akan dilaksanakan sebenarnya.[[23]](#footnote-24) Penelitian awal yang dilakukan adalah Penelitian Kepustakaan (Library Reseach), Selain itu juga melakukan Penelitian Lapangan (Field Reseach), karena penulis melakukan penelitian langsung ke objek penelitian yaitu BPRS Tanmiya Kediri. Berdasaarkan teknik pengumpulan data yang dilakukan, maka penelitian ini merupakan penelitian survey.Penelitian survey merupakan penelitian yang mengambil sampel dari suatupopulasi dengan menggunakan angket sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

**b.jenis penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif.Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variable atau lebih.[[24]](#footnote-25)Dalam penelitian asosiatif terdapat tiga hubungan, yang mana penelitian ini menggunakan hubungan kausal.Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat.[[25]](#footnote-26)

1. **Populasi, sampling dan sampel penelitian**

Populasi adalah "kelompok besar individu yang mempunyai karakteristik yang sama".[[26]](#footnote-27)populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.Dalam pnelitian ini di ambil 443 nasabah, dan sampel 10 % dari populasi. Dalam suatu survei tidak perlu meneliti semua individu karena akan memerlukan waktu, tenaga, dan biaya yang besar. Dalam penelitian ini, populasinya adalah nasabah yang mempunyai tabungan di BPRS Tanmiya Artha Kediri.Dalam penelitian ini menggunakan *Non Probability Sampling*.*Non Probability Sampling* adalah 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 penelitian ini adalah *Convenience sampling* atau *Accidental Sampling*.*Convenience sampling* atau *Accidental Sampling* adalah peneliti memiliki kebebasan memilih responden yang ditemui untuk diteliti.*Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.Sampling adalah metode yang digunakan untuk menentukan sampel yang akan dijadikan responden dalam sebuah penelitian.

1. **Sumber Data, Variabel, Dan Skala Pengukurannya**

**a.Sumber data**

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah data Primer dan Sekunder

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengum[ul data[[27]](#footnote-28)Dalam penelitian ini, data primer didapat langsung dari responden dengan cara menyebarkan kuesioner dan wawancara langsung kepada nasabah BPRS Tanmiya Artha Kediri.

**b. Variabel Penelitian**

Dalam sebuah penelitian seorang peneliti harus menitik beratkan perhatiannya terhadap suatu yang akan diteliti yaitu objek penelitian. Variable penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.[[28]](#footnote-29)

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel bebas *(independen)* dan variabel terikat *(dependen).*Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahnnya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat).[[29]](#footnote-30)Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah penanganan keluhan (X1) dan kualitas pelayanan (X2).Sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena variabel bebas, dalam oenelitian ini, yang menjadi variabel terikat adalah loyalitas nasabah yang kemudian disebut juga dengan variabel (Y).

* 1. **Skala pengukuran**

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menetukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.[[30]](#footnote-31)penelitian ini menggunakan skala likert. Ciri khas skala likert ini adalah bahwa semakin tinggi skor yang diperoleh seorang responden, maka merupakan indikasi bahwa responden tersebut makin positif terhadap obyek yang ingin diteliti penulis.

Pengukuran terhadap variabel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuisioner atau angket tertutup yang dibagikan kepada para responden yang disusun dengan menggunakan lima alternative jawaban atau tanggapan atas pertanyaan –pertanyaan tersebut. responden yang diteliti tinggal memilih salah satu alternative jawaban yang telah disediakan.Skala likert digunakan untuk mengukur sikap atau gejala sosial.

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu diberi skor sebagai berikut:

* **Sangat Setuju (SS)** = 5
* **Setuju (S)** = 4
* **Netral (N)** = 3
* **Tidak Setuju (TS)** = 2
* **Sangat tidak Setuju (STS)** = 1

**D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian**

**a. Teknik pengumpulan data**

Pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer atau sekunder. Metode pengumpulan data yang umum digunakan adalah: wawancara, observasi, dan angket, namun Dalam penelitian ini ada dua cara yaitu:

1. Angket

Angket adalah pengumpulan data dengan mengajukan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada nasabah BPRS Tanmiya Artha Kediri.Kesungguhan responden dalam menjawab pertanyaan atau pernyataan merupakan hal yang penting, mengingat pengumpulan data ini dilakukan dengan kuisioner dan di harapkan data yang diperoleh dapat dianalisis dan di intreprestasiakan untuk di ambil kesimpulan.

1. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung yaitu kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga di dapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.[[31]](#footnote-32)

**b. Instrumen Penelitian**

Instrument penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama.[[32]](#footnote-33)

**Tabel 1.3**

**Kisi-Kisi Instrumen Penelitian**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **NO** | **Variabel** | **Indikator** | **Item Pernyataan** |
| **1** | Penanganan Keluhan  (X1)  Michael Le Boeuf, *Memelihara dan memenangkan pelanggan* (Jakarta:Pustaka Tangga, 1992) | 1. Menerima keluhan | 1. Nasabah berhak untuk mengatakan kepada perusahaan apabila menemukan pelayanan yang kurang baik. 2. Menyediakan sarana untuk menyampoaikan keluhan |
| 1. Mencatat apa saja yang menjadi keluhan | 1. Karyawan mencatat setiap keluhan yang dilakukan oleh nasabah 2. Karyawan menerima dengaan baik atas keluhan yang nasabah sampaikan |
| 1. Ikut sertakan pimpinan | 1. Karyawan menyertakan manajer untuk menyelesaikan keluhan 2. Manajer menemui langsung nasabah saat terjadi keluhan |
| 1. Meminta maaf dan memperbaiki | 1. Karyawan menyertakan manajer untuk menyelesaikan keluhan   Dengan   1. menyampaikan keluhan kepada Bank, orang lain tidak akan mengalami masalah yang sama seperti yang saya alami 2. Dengan menyampaikan keluhan akan membuat perusahaan semakin baik. |
| 2 | Kualitas Pelayanan (X2)  Fandi Tjiptono, *Service, Kuality and Satisfactio, Edisi Pertama, (Yogyakarta:Andi Offset, 2005)* | 1. *Tangibles* (bukti langsung) | 1. Ruangan dan fasilitas BPRS Tanmiya Artha sangat memadai 2. Keramah tamahan karyawan dalam melayani nasabah |
| 1. *Rellability* (keandalan) | 1. Kesiapan karyawan dalam menangani nasabah 2. Kecepatan karyawan dalam melayani nasabah |
| 1. *Responsiveness* (daya tanggap) | 1. Karyawan tidak pernah sibuk dalam merespon keluhan nasabah 2. Karyawan memberikan panduan pengoperasian layanan |
| 1. *Assurance* (jaminan) | 1. karyawan mempunyai Keterampilan dan tanggung jawab dalam bekerja 2. Karyawan mempeunyai pengetahuan dalam menjawab pertanyaan nasabah |
| 1. *Emphaty*   (Empati) | 1. Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan baik 2. Karyawan cepat tanggap saat nasabah dalam kesulitan |
| 3 | Loyalitas nasabah (Y) | 1. *Say positive things* (meyampaikan hal positif kepada orang lain) | 1. Mengatakan keunggulan BPRS Tanmiya Artha kepada orang lain 2. Tidak mengatakan hal negatife kepada orang lain |
| 1. *Recommend friends*(merekomendasikan kepada teman) | 1. Menawarkan kepada orang lain untuk menjadi nasabah BPRS Tanmiya Artha 2. Mengajak orang lain untuk menjadi nasabah BPRS Tanmiya Artha |
| 1. *Continue purchasing*(transaksi ulang secara terus-menerus) | 1. Tetap akan melakukan transaksi di BPRS Tanmiya Artha 2. Tidak Berfikiran untuk beralih ke Bank lain. 3. Meningkatkan jumlah dana di BPRS Tanmiya Artha 4. Memberikan ucapan terimaksih kepada BPRS Tanmiya Artha |

**E. Teknik analisis data**

**a. Analisis Data**

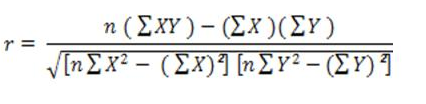
Analisis data merupakan suatu cara untuk menganalisa data yang diperoleh dengan tujuan untuk menguji rumusan masalah. Peneliti harus memastikan pola analisis mana yang akan digunakan tergantung pada jenis data yang dikumpulkan. Baik yang berupa data kualitatif maupun data kuantitatif.Untuk menganalisa data, peneliti menggunakan metode pengukuran data dan teknik poengolahan data.

Uji validitas dan realibilitas instrumen

1. Uji validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalitan dan kesahan suatu instrument. Validitas menunjukkan seberapa cermat suatu alat tes melakukan fungsi ukurnya atau suatu alat ukur yang dapat mengukur apa yang ingin diukur. Selanjutnya disebutkan validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap item atau instrument (bisa pertanyaan maupun pernyataan) benar-benar mampu mengungkap variabel yang akan diukur atau konsistensi internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu variabel[[33]](#footnote-34).

Ketentuan validitas instrument sahih apabila dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat. Instrument dikatakan valid jika nilai r hitung > r kritis (0,30)[[34]](#footnote-35). Adapun rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah sebagai berikut :



Keterangan :

Rxy = koefisien korelasi variabel x dan y

N = banyaknya subyek uji coba

ΣY = jumlah skor total

ΣX = jumlah skor tiap item

ΣX2 = jumlah kuadrat skor item

ΣY2 = jumlah kuadrat skor total

ΣXY2 = jumlah perkalian skor item dengan skor total

2). Uji reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrument dapat dipercaya untuk pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α), variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60[[35]](#footnote-36).

Triton (2006) menyatakan jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20, berarti kurang reliable
2. Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel
3. Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d 0,60 berarti cukup reliabel
4. Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel
5. Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliable.

Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :



Keterangan :

r11 = nilai variabel

Sί = varians skor tiap-tiap item

St = varians total

K = jumlah item

**b. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yag baik adalah memiliki disribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal Adapun cara yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi komulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan *ploting* data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan :

a. Jika data menyebar di sekitar 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 grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

**c. Uji Regresi Linier Berganda**

Metode ini digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh dari dua atau tiga (dan atau lebih) variabel independen terhadap satu variabel dependen.[[36]](#footnote-37)Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen yaitu penanganan keluhan, kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas nasabah di BPRS Tanmiya Artha Kediri.

Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan dikumpulkan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan berpedoman pada analisis regresi berganda sebagai berikut:

**Y= a + b1X1 + b2X2 + e**

Keterangan:

Y = Keputusan Menjadi Nasabah

a = Bilangan konstanta

b1 b2 = Koefisien variabel

X1 = Budaya

X2 = Persepsi Masyarakat

e = *error of term*

**d. Pengujian Hipotesis**

1. Uji statistik T

Uji statistik T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Hipotesis nol (H0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter ( ) sama dengan nol, atau H0 : β1 = 0 yang artinya adalah apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya ( **)**, parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau H0 :β1 ≠0 yang artinya adalah variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen

Pengambilan keputusan dengan tingkat signifikansi () = 0,05 ditentukan sebagai berikut:

Dasar pengambilan keputusan ditntukan dengan cara sebagai berikut:

a. Jika tingkat signifikansi t hitung > 0,05 atau t hitung < t

tabel, maka H0 diterima.

b. Jika tingkat signifikansi t hitung < 0,05 atau t hitung > t

tabel, maka H0 ditolak.

Keterangan: F hitung diperoleh dengan menggunakan dk1 = 3

(variabel bebas) dengan dk2 = n-k-1 (100-3-1) = 26.

Berdasarkan dk1 = 3 = 0,05 dan dk2 = 96 diperoleh F tabel = 2,70

1. Uji statistik F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.Hipotesis nol (H0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol atau H0 : β1 = β2=……= βk = 0 yang artinya adalah apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya ( **),** tidak semua parameter simultan sama dengan nol, atau H0 : β1 ≠Β2 ≠……≠ βk ≠ 0 yang artinya adalah semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen

Kriteria pengujian :

a. Jika tingkat signifikansi F > 0,05 atau F hitung < F tabel,

maka H0 diterima.

b. Jika tingkat signifikansi F < 0,05 atau F hitung > F tabel,

maka H0 ditolak.

Keterangan: F hitung diperoleh dengan menggunakan dk1 = 3

(variabel bebas) dengan dk2 = n-k-1 (100-3-1) = 26.

Berdasarkan dk1 = 3 = 0,05 dan dk2 = 96 diperoleh F tabel = 2,70

1. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variasi dependen.

**BAB IV**

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Menurut historis berdirinya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah suatu penjelmaan dari banyak lembaga keuangan.Dengan adanya lembaga keuangan tersebut muncullah pemikiran untuk mendirikan Bank Syariah bertaraf nasional dan Bank yang dimaksud adalah Bank Muamallah Indonesia. dan seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat khususnya dalam masalah keuangan terutama di kota Kediri, maka berdirilah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah untuk pertama kali di kota Kediri, yang diprakarsai oleh KH Anwar Iskandar dengan alasan ingin memiliki sebuah BPR yang bernuansa Islam, gagasan tersebut kemudian disebarluaskan kepada beberapa kerabat, keluarga dan rekan diantaranya masuk dalam daftar pemegang saham pendiri.

Keluarga dan rekan-rekan menyambut baik gagasan tersebut dan mereka mengadakan rapat dibawah pimpinan KH Anwar Iskandar dan Bapak Rinto Harno yang bertempat di Jl. Pamenang No. 12 Kediri secara aklamasi memutuskan diantaranya : menyususn rencana modal awal disetor. Maka dari keputusan tersebut KH Anwar Iskandar dan Bapak Rinto Harno memberikan nama untuk BPRS yang di bentuk yaitu Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Tanmiya Artha terletak di Jl Hos Cokroaminoto 19 Kediri-64114 RT/RW 011/001 Kelurahan Jamsaren Kecamatan Pesantren, dikarenakan masa kontrak pada kantor lama sudah berakhir maka dari itu kantor BPRS Tnmiya Artha tanggal 10 Maret 2013 resmi pindah di Jl. Brawijaya No 40/A17 Ruko Brawijaya Kediri.

Pada periode 2011 terjadi perubahan kepemilikan Karena saham milik Bapak Joko Subagyo di jual kepada dijual kepada ibu Putri Septi Naulina Hasibuan dan saham milik Bapak.Sulaiman Lubis dijual kepada bapak Ahmad Subakir.Karena sudah menjadi pemegang saham mayoritas maka ibu Putri Septi Naulina Hasibuan menjual kembali saham yang telah dibeli dari bapak. Joko subagyo kepada Bapak Ahmad Subakir, sehingga susunan kepemilikan saat ini adalah:

Tabel 1.4

Susunan Kepemilikan BPRS Awal

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Nama | Lembar | Nominal | X |
| 1 | Putri Septi Naulina Hasibuan | 600 | 6.00.000.000 | 60 |
| 2 | M. Zakky Rijalludin | 200 | 2.00.000.000 | 20 |
| 3 | Ahmad Subakir | 200 | 2.00.000.000 | 20 |
|  | TOTAL | 1000 | 1.000.000.000 | 100 |

Sumber : data BPRS Tanmiya Artha

Perubahan – perubahan yang terjadi dalam manajemen BPRS Tanmiya Artha telah dicatat dan didaftarkan perubahanya kepada Menteri Hukum dan HAM, dengan nomor keputusan : AHU-47412.AH.01.02.2011 tertanggal 29 September 2011. Pada perjalanan tahun 2012 terjadi perubahan direktur yang semula sdr.Wahju Tjahja Edhi diganti oleh sdr.Mochammad tohri dan telah mendapat persetujuan Bank Indonesia serta diangkat oleh manajemen selaku direktur PT. BPR Syariah Tanmiya Artha.

Visi : “Berusaha menjadi BPR Syariah yang dipercayai oleh masyarakat dalam kegiatan usaha”

Misi : - Meningkatkan manfaat dan kemaslahatan kegiatan ekonomi masyarakat.

- Memberikan pelayanan yang mudah, cepat dan terbaik kepada seluruh nasabah sesuai prinsip kehati-hatian serta senantiasa menjunjung tinggi prinsip-prinsip syariah

1. **Karakteristik Responden Penelitian**

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah BPRS Tanmiya Artha Kediri sebanyak 60 responden. Karateristik responden yang akan digali pada penelitian ini yaitu: jenis kelamin, usia, danlama menjadi nasabah.

Tabel 1.5

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kategori | Frekuensi (orang) | Presentasi (%) |
| Laki-laki | 25 | 42 |
| Perempuan | 35 | 58 |
| Jumlah | 60 | 100 |

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan pada tabel 1.5 responden yang berjenis kelamin laki-laki lebih sedikit dibanding responden dengan jenis kelamin perempuan, sebanyak 35 orang atau 58% Hal ini menggambarkan bahwa perempuan mempunyai keputusan yang tinggi dalam menjadi nasabah bank.

Table 1.6

Karakteristik responden berdasarkan usia

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kriteria (Tahun) | Frekuensi (orang) | Presentasi (%) |
| 18-20 | 0 | 0 |
| 21-30 | 15 | 25 |
| 31-40 | 25 | 41.66 |
| 41-50 | 20 | 33.33 |
| Jumlah | 60 | 100 |

Sumber: data primer yang diolah, 2015

dapat diketahui bahwa responden penelitian yaitu nasabah dengan usia produktif 21-40-an tahun sebanyak 40 orang (66.66%). Hal ini menggambarkan bahwa nasabah yang berusia muda memiliki semangagat untuk menjadi nasabah bank.

Table 1.7

Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah BPRS

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Lama (Tahun) | Frekuensi (orang) | Presentasi (%) |
| <1 th | 10 | 16.66 |
| 1-2 th | 25 | 41.66 |
| >2 th | 25 | 41.66 |
| Jumlah | 60 | 100 |

Sumber: data primer yang diolah, 2015

dapat diketahui bahwa responden penelitian yang telah menjadi nasabah selama kurang dari 1 tahun sebanyak 10 orang (16.66%), telah menjadi nasabah selama 1-2 tahun 25 orang (41.66%), telah menjadi nasabah selama >2 thn sebanyak 25 orang (41.66%) Hal ini menggambarkan responden yang paling banyak dalam penelitian ini adalah responden yang telah menjadi nasabah selama 1-2 tahun

1. **Deskripsi Variabel**

Dari angket yang peneliti sebarkan kepada responden yang terdiri dari 27 item soal dan dibagi dalam 3 kategori yaitu:

* + - 1. 8 soal digunakan untuk mengetahui tentang loyalitas nasabah (Y).
      2. 9 soal digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh penanganan keluhan (X1).
      3. 10 soal digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh kualitas pelayanan (X2).

Sedangkan hasil dari jawaban yang peneliti peroleh dari responden sebagaimana dipaparkan pada tabel berikut:

* + - * 1. **Variabel Y**

Dari Soal no 1 mengatakan keunggulan BPRS Tanmiya Artha kepada orang laindapat diketahui bahwa dari 60 responden,yang memilih sangat setuju 23 (38.33%), setuju 27 orang (45%), netral 10 orang (16.66%).Nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 27 responden atau 45%, sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 10 responden atau 16.66%.Dari Soal no 2tidak mengatakan hal negative kepada orang lain tentang BPRS Tanmiya Artha, dapat diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 29 (48.33%), setuju 24 orang (40%), netral 7 orang (11.66%). nilai tertinggi adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 29 responden atau 48.33%, sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 7 responden atau 11.66%.Dari Soal no 3 memberi saran kepada orang lain untuk menjadi nasabah BPRS Tanmiya Artha, dapat diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 25 (41.66%), setuju 21 orang (35%), netral 14 orang (23.33%). nilai tertinggi adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 25 responden atau 41.66%, sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 14 responden atau 23.33%.Dari Soal no 4 mengajak orang lain untuk menjadi nasabah BPRS Tanmiya Artha, dapat diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 20 (33.33%), setuju 26 orang (43.33%), netral 14 orang (23.33%). nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 26 responden atau 43.33%, sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 14 responden atau 23.33%.Dari Soal no 5tetap akan melakukan transaksi di BPRS Tanmiya Artha dapat diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 24 (40%), setuju 25 orang (41.66%), netral 11 orang (18.33%). nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 25 responden atau 41.66%, sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 11 responden atau 18.33%.Dari Soal no 6 tidak berfikiran untuk beralih ke bank lain dapat diketahui bahwa dari 60 responden,yang memilih sangat setuju 22 (36.66%), setuju 23 orang (38.33%), netral 15 orang (25%).nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 23 responden atau 38.33%, sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 15 responden atau 25%.

Dari Soal no 7meningkatkan jumlah dana di BPRS Tanmiya Artha dapat diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 25 (41.66%), setuju 22 orang (36.66%), netral 12 orang (20%) tidak setuju 1 orang (1.66%). nilai tertinggi adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 25 responden atau 41.66%, sedangkan terendah adalah menyatakan tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1.66%. Dari Soal no 8 memberikan ucapan terima kasih kepada BPRS Tanmiya Artha dapat diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 26 (43.33%), setuju 26 orang (43.33%), netral 8 orang (13.33%). nilai tertinggi adalah menyatakan sangat setuju dan setuju sama-sama sebanyak 26 responden atau 43.33%, sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 8 responden atau 13.33%.

1. **Variabel X1**

Dari Soal no 1 nasabah berhak untuk mengatakan kepada perusahaan apabila menemukan pelayanan yang kurang baik, dapat diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 24 (40%), setuju 27 orang (45%), netral 9 orang (15%).Nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 27 responden atau 45%, sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 9 responden atau 15%.Dari Soal no 2 menyediakan sarana untuk menyampaikan keluhan. dapat diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 29 (48.33%), setuju 21 orang (35%), netral 10 orang (16.66%). nilai tertinggi adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 29 responden atau 48.33 %, sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 10 responden atau 16.66 %.

Dari Soal no 3 karyawan mencatat setiap keluhan yang disampaikan oleh nasabah.dapat diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 21 (35%), setuju 25 orang (41.66%), netral 14 orang (23.33%). nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 25 responden atau 41.66%, sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 14 responden atau 23.33%.Dari Soal no 4 karyawan menerima dengan baik atas keluhan yang nasabah sampaikan.dapat diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 24 (40%), setuju 27 orang (45%), netral 9 orang (15%). nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 27 responden atau 45%, sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 9 responden atau 15%.Dari Soal no 5 karyawan menyertakan manajer untuk menyelesaikan keluhan.dapat diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 23 (38.33%), setuju 26 orang (43.33%), netral 10 orang (16.66%) serta kurang setuju 1 orang (1.66%). nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 26 responden atau 43.33%, sedangkan terendah adalah menyatakan tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1.66%.Dari Soal no 6 manajer menemui langsung nasabah saat terjadi keluhan.dapat diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 27 (45%), setuju 25 orang (41.66%), netral 8 orang (13.33%). nilai tertinggi adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 27 responden atau 45%, sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 8 responden atau 13.33%.

Dari Soal no 7 karyawan meminta maaf atas keluhan yang terjadi.dapat diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 23 (38.33%), setuju 21 orang (35%), netral 16 orang (26.66%). nilai tertinggi adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 23 responden atau 38.33%, sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 16 responden atau 26.66%.

Dari Soal no 8 dengan menyampaikan keluhan kepada bank, orang lain tidak akan mengalami masalah keluhan. dapat diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 22 (36.66%), setuju 25 orang (41.66%), netral 13 orang (21.66%). nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 25 responden atau 41.66%, sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 13 responden atau 21.66%.Dari Soal no 9 dengan menyampaikan keluhan perusahaan akan menjadi semakin baik.dapat diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 18 (30%), setuju 21 orang (35%), netral 20 orang (33.33%) serta tidak setuju 1 orang (1.66%),nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 21 responden atau 35%,sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 1 responden atau 1.66%.

1. **Kualitas pelayanan (X2)**

Dari Soal no 1 Ruangan dan fasilitas BPRS Tanmiya Artha sangat memadai diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 16 (26.66%), setuju 25 orang (41.66%), netral 19 orang (31.66%). nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 25 responden atau 41.66%, sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 19 responden atau 31.66%.

Dari Soal no 2 keramahan karyawan dalam melayani nasabah dapat diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 34 orang (56.66%), setuju 22 orang (36.66%), netral 4 orang (6.66%). nilai tertinggi adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 34 responden atau 56.66%, sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 4 responden atau 6.66%.

Dari Soal no 3 : kesiapan karyawan dalam menangani nasabahtabel di atas dapat diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 25 orang (41.66%), setuju 27 orang (45%), netral 8 orang (13.33%). nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 27 responden atau 45%, sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 8 responden atau 13.33%.Dari Soal no 4 kecepatan karyawan dalam melayani nasabah dapat diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 24 orang (40%), setuju 31 orang (51.66%), netral 5 orang (8.33%). nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 31 responden atau 51.66%, sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 5 responden atau 8.33%.

Dari Soal no 5 karyawan tidak pernah sibuk dalam merespon keinginan nasabahtabel di atas dapat diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 19 orang (31.66%), setuju 30 orang (50%), netral 11 orang (18.33%). nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 30 responden atau 50%, sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 11 responden atau 18.33%.

Dari Soal no 6 karyawan memberikan panduan pengoperasian layanan dapat diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 16 orang (26.66%), setuju 26 orang (43.33%), netral 18 orang (30%). nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 26 responden atau 43.33%, sedangkan terendah adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 16 responden atau 26.66%.Dari Soal no 7 karyawan mempunyai keterampilan dan tanggung jawab dalam bekerjadapat diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 15 orang (25%), setuju 25 orang (41.66%), netral 20 orang (43.33%). nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 25 responden atau 41.66%, sedangkan terendah adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 15 responden atau 25%.Dari tabel Soal no 8 karyawan mempunyai pengetahuan dalam menjawab pertanyaan nasabah diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 23 orang (38.33%), setuju 22 orang (36.66%), netral 15 orang (25%). nilai tertinggi adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 23 responden atau 38.33%, sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 15 responden atau 25%.Dari Soal no 9 kemampuan karyawan berkomunikasi dengan baikdapat diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 29 orang (48.33%), setuju 25 orang (41.66%), netral 6 orang (10%). nilai tertinggi adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 29 responden atau 48.33%, sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 6 responden atau 10%.

Dari Soal no 10 karyawan cepat tanggap saat nasabah dalam kesulitan dapat diketahui bahwa dari 60 responden, yang memilih sangat setuju 35 orang (58.33%), setuju 21 orang (35%), netral 4 orang (6.66%). nilai tertinggi adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 35 responden atau 58.33%, sedangkan terendah adalah menyatakan netral sebanyak 4 responden atau 6.66%.

1. **Pengujian Hipotesis**

Setelah melakukan penelitian dilapangan, peneliti memperoleh data-data mengenai penanganan keluhan dan kualitas pelayanan pada BPRS Tanmiya Artha Kediri.Data ini diperoleh melalui penyebaran angket kepada responden yang merupakan nasabah aktif BPRS Tanmiya Artha Kediri yang berjumlah 60 nasabah atau sesuai dengan jumlah sampel yang ditetapkan.

Berikut adalah hasil analisa terhadap jawaban responden pada pertanyaan angket yang disebarkan sebanyak 2 variabel (X) dengan jumlah soal 19 item dan variabel (Y) sebanyak 8 item. Dalam menganalisa kedua variabel tersebut dilalui beberapa tahapan, diantaranya

1. **Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**
2. Uji Validitas Instrumen

Table1.8

Uji Validitas Instrumen X1 Penanganan Keluhan

| Item-Total Statistics | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| X1.1 | 33.5167 | 12.322 | .502 | .723 |
| X1.2 | 33.4333 | 11.979 | .553 | .715 |
| X1.3 | 33.6167 | 12.783 | .361 | .745 |
| X1.4 | 33.4833 | 12.932 | .380 | .742 |
| X1.5 | 33.5833 | 11.942 | .520 | .719 |
| X1.6 | 33.4500 | 11.845 | .614 | .706 |
| X1.7 | 33.6333 | 12.880 | .316 | .753 |
| X1.8 | 33.5833 | 12.790 | .383 | .741 |
| X1.9 | 33.8333 | 12.650 | .325 | .753 |

Tabel 1.9

Uji Validitas Instrumen X2 Kualitas pelayanan

| Item-Total Statistics | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| X1.1 | 33.5167 | 12.322 | .502 | .723 |
| X1.2 | 33.4333 | 11.979 | .553 | .715 |
| X1.3 | 33.6167 | 12.783 | .361 | .745 |
| X1.4 | 33.4833 | 12.932 | .380 | .742 |
| X1.5 | 33.5833 | 11.942 | .520 | .719 |
| X1.6 | 33.4500 | 11.845 | .614 | .706 |
| X1.7 | 33.6333 | 12.880 | .316 | .753 |
| X1.8 | 33.5833 | 12.790 | .383 | .741 |
| X1.9 | 33.8333 | 12.650 | .325 | .753 |

Table 2.0

Uji Validitas Instrumen Y Loyalitas Nasabah

| Item-Total Statistics | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| loyalitas nasabah | 29.4667 | 10.016 | .533 | .704 |
| loyalitas nasabah | 29.3333 | 10.023 | .542 | .703 |
| loyalitas nasabah | 29.5167 | 10.627 | .311 | .746 |
| loyalitas nasabah | 29.6167 | 10.512 | .354 | .737 |
| loyalitas nasabah | 29.4833 | 10.830 | .305 | .745 |
| loyalitas nasabah | 29.5667 | 10.385 | .379 | .733 |
| loyalitas nasabah | 29.5167 | 9.678 | .498 | .709 |
| loyalitas nasabah | 29.4000 | 9.532 | .661 | .681 |

Berdasarkan table 2.1, 2.2 dan 2.3 diatas seluruh item pertanyaan atau pernyataan dari variabel X1 (budaya), variabel X2 (persepsi masyarakat) dan variabel Y (keputusan menjadi nasabah) adalah valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dibanding 0,3 seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono dan Wibowo Suyuti dan Sugiyono yang mengatakan bila korelasi tiap faktor positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat.[[37]](#footnote-38)

1. Uji Reliabilitas Instrumen

Nilai validitas masing-masing butir pertanyaan atau pernyataan dapat dilihat pada nilai *Corrected Item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan atau pernyataan. Berdasarkan jendela *Item-Total Statistic* nilai *Corrected Item-Total Correlation* untuk masing-masing butir adalah:

Dalam suatu penelitian, pengujian reliabilitas instrument dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan keajekan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut.Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach’s Alpha* diukur berdasarkan skala 0 sampai 1.

Berikut hasil uji reliabilitas instrumen penanganan keluhan (X1), kualitas pelayanan (X2), dan loyalitas nasabah (Y):

Table 2.1

Uji reabilitas X1

| Reliability Statistics | |
| --- | --- |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .756 | 9 |

Tabel 2.2

Uji reabilitas X2

| Reliability Statistics | |
| --- | --- |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .843 | 10 |

Tabel 2.3

Uji reabilitas Y

| Reliability Statistics | |
| --- | --- |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .747 | 8 |

Seperti yang dikemukakan Triton, berdasarkan *Reliability Statistic* di atas, nilai *Cronbach’s Alpha* sebesar 0,756 untuk dimensi faktor penanganan keluhan (X1), nilai *Cronbach’s Alpha* sebesar 0,843 untuk dimensi faktor kualitas pelayanan (X2), dan nilai *Cronbach’s Alpha* sebesar 0,747 untuk dimensi faktor loyalitas nasabah (Y), adalah sangat reliabel.

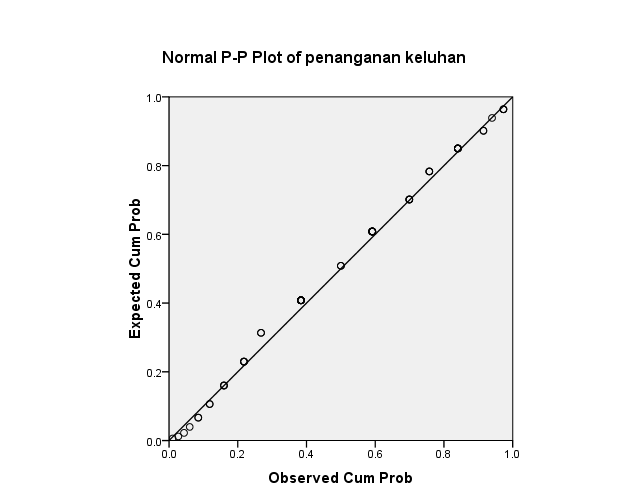
1. **Uji Normalitas Data**

Pada uji normalitas data ini digunakan uji normalitas data *P-P Plots*dan uji kolmogrov sminorv test dengan asumsi data variabel dinyatakan terdistribusi normal, jika pada gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik searah mengikuti garis diagonal.

Dengan hasil berikut:

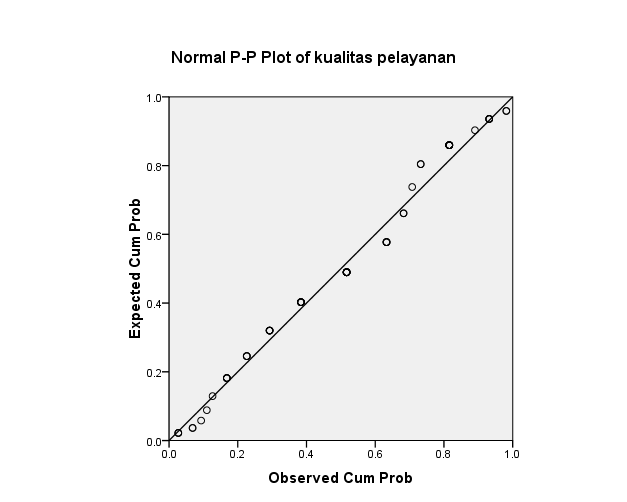
Gambar 1.1

Uji normalitas data X1



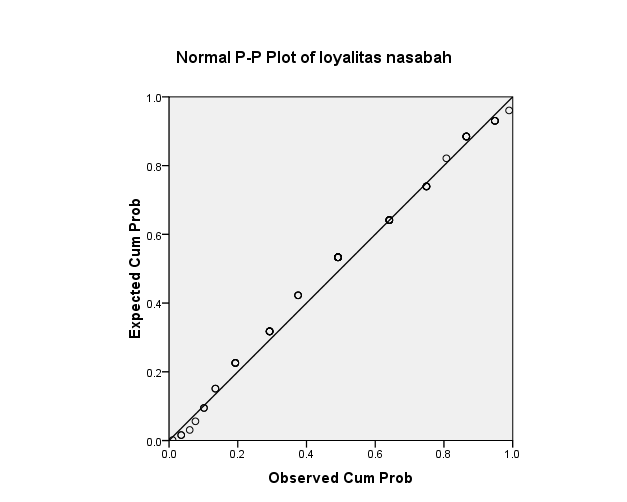
Gambar 1.2

Uji normalitas X2



Gambar 1.3

Uji normalitas data Y



Tabel 2.4

Uji kolmogrov sminorv test

| **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | penanganan keluhan | kualitas pelayanan | loyalitas nasabah |
| N | | 60 | 60 | 60 |
| Normal Parametersa | Mean | 37.9167 | 42.1167 | 33.7000 |
| Std. Deviation | 3.94149 | 4.52897 | 3.58575 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .125 | .110 | .133 |
| Positive | .075 | .110 | .061 |
| Negative | -.125 | -.110 | -.133 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .966 | .854 | 1.033 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .308 | .459 | .236 |
| a. Test distribution is Normal. | |

Berdasarkan gambar 1.2, 1.3, 1.4 dan tabel 2.4 diatas data pada variabel X1, X2, dan Y dinyatakan terdistribusi normal atau mendekati normal. Suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.

1. **Uji Asumsi Klasik**
2. **Uji Multikolinearitas**

Table 2.5

Uji multikolinearitas

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variabel | VIF | Keterangan |
| Penanganan keluhan | 1.162 | Terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas |
| Kualitas pelayanan | 1.162 | Terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas |

Sumber : uji multikolinearitas

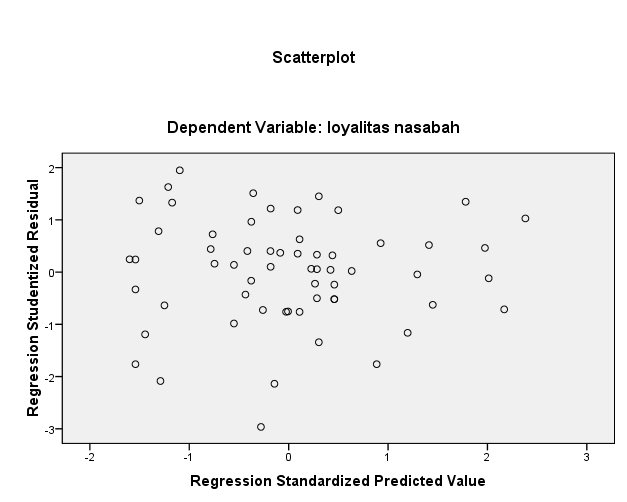
Berdasarkan tabel 2.4 di atas nilai VIF adalah 1,162 untuk semua variabel, hasil ini berarti bebas dari asumsi klasik multikolinearitas, karena hasilnya lebih kecil dari 10.

**Uji Heteroskedastisitas**

Dari gambar 1.4 di bawah dapat dilihat bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas karena penyebaran titik-titik data tidak berpola, titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0 dan titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

Gambar 1.4

Scatterplot



* 1. **Regresi Linier Berganda**

Tabel 2.6

Regression

| Coefficientsa | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 37.586 | 5.417 |  | 6.939 | .000 |
| penanganan keluhan | -.034 | .129 | -.038 | -.264 | .793 |
| kualitas pelayanan | -.062 | .113 | -.078 | -.547 | .587 |
| a. Dependent Variable: loyalitas nasabah | | | |  |  |  |

Dari tabel diatas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

Y = 37.586- 0.34 X1 - 0.64 X2 atau

Loyalitas nasabah = 37.568 - 0.34 (penanganan keluhan)- 0.64 (kualitas pelayanan)

Keterangan:

* 1. Nilai konstanta sebesar 37.586 satu satuan menyatakan bahwa jika dalam keadaan konstan atau tetap penanganan keluhan dan kualitas pelayanan maka loyaitas nasabah BPRS bernilai 37.586 satu satuan.
  2. Koefisien regresi X1 sebesar –0.34 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan penanganan keluhan, penanganan keluhan akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar -0.34 satu satuan. Dan sebaliknya, jika penanganan keluhan menurunkan 1 satuan tingkat budaya, maka loyalitas nasabah akan turun sebesar -0.34 satu satuan dengan anggapan X2 tetap.
  3. Koefisien regresi X2 sebesar -0.62 satu satuan menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuankualitas pelayanan, kualitas pelayanan akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar -0.62 satu satuan. Dan sebaliknya, jika kualitas pelayanan menurunkan 1 tingkat satuan, maka loyalitas nasabahakan turun sebesar -0.62 satu satuan dengan anggapan X1 tetap.
  4. **Uji Hipotesis**

Berdasarkan tabel *coefficients* regresi di atas dapat dirimuskan sebagai berikut:

* + - * 1. Untuk rumusan masalah yang pertama dengan hipotesis yang berbunyi: “Penanganan keluhan berpengaruh terhadapa loyalitas nasabah BPRS Tanmiya Artha Kediri”.

Dengan ketentuan:

H0 : Tidak ada pengaruh dari penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Tanmiya Artha Kediri.

H1 : Ada pengaruh dari penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Tanmiya Artha Kediri..

Dalam tabel *coefficients* diperoleh nilai sig.sebesar 0,793 dibandingkan dengan taraf signifikan (α = 5%) 0,05 maka:

Sig.> α = 0,793 >0.05

Karena nilai sig. > α maka disimpulkan untuk menolak H1, yang berarti penanganan keluhan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Tanmiya Artha Kediri.

* + - * 1. Untuk rumusan masalah yang kedua dengan hipotesis yang berbunyi: Dengan ketentuan: “kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BPRS Tanmiya Artha Kediri”

H0 : Tidak ada pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Tanmiya Artha Kediri.

H1 : Ada pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Tanmiya Artha Kediri.

Dalam tabel *coefficients* diperoleh nilai sig.sebesar 0,587 dibandingkan dengan taraf signifikan (α = 5%) 0,05 maka:

Sig.>α = 0,587 >0.05

Karena nilai sig. > α maka disimpulkan untuk menolak H1, yang berarti kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Tanmiya Artha

1. Untuk rumusan masalah yang ketiga dengan hipotesis yang berbunyi: “Penanganan keluhan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BPRS Tanmiya Artha Kediri”.

Untuk menguji variabel penanganan keluhan (X1) dan kualitas pelayanan (X2) yang secara signifikan bersama-sama mempengaruhi loyalitas nasabah maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji F, dengan ketentuan:

H0 : Tidak ada pengaruh penanganan keluhan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Tanmiya Artha Kediri.

H1 : Ada pengaruh penanganan keluhan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Tanmiya Artha Kediri Untuk pengujian hipotesis yang kedua menggunakan pedoman:

thitung < t tabel, atau nilai *Sig.(Constant)*> αmaka (H0) diterima.

thitung > t tabel, atau nilai *Sig.(Constant)*> αmaka (H1) diterima.

Berdasarkan nilai *Sig.(Constant)* pada tabel 2.5*Coefficients* (hasil analisis regresi bmt Dinar Amanu) sebesar 0,000 yang dibandingkan dengan taraf signifikansi (α) = 0,05 (5%) atau:

Sig. < α = 0,000 < 0,05

Karena nilai Sig. lebih kecil dibandingkan *a* (sig. >*a*), maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima.Dan terbukti bahwa terdapat pengaruh penanganan keluhan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Tanmiya Artha Kediri.

**d. Uji Koefisien Determinasi (R2)**

Nugroho menyatakan untuk linier berganda sebaiknya menggunakan *R Square* yang sudah disesuaikan atau tertulis *Adjusted R Square*, karena disesuaikan dengan jumlah variabel independent yang digunakan. Dalam penelitian ini untuk menguji regresi linier berganda menggunakan SPSS VERSI 16.0, hasilnya yaitu:

Tabel 2.7

Model Summary

| Model Summaryb | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .098a | .010 | -.025 | 3.63052 |
| a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, penanganan keluhan | | | | |
| b. Dependent Variable: loyalitas nasabah | | | |  |

Dalam tabel model summary diatas, angka R Square adalah - 0.25.Nugroho menyatakan, untuk regresi linier berganda sebaiknya menggunakan R Square yang sudah disesuaikan atau tertulis Adjusted R Square, karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan.[[38]](#footnote-39)

Sehingga, angka Adjusted R Square adalah – 0.25 Artinya -25% variabel terikat keputusan menjadi nasabah dijelaskan oleh variabel bebas yang terdiri dari budaya dan persepsi masyarakat, dan sisanya 125 % dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan. Jadi sebagian besar variabel terikat dijelaskan oleh variabel-veriabel bebas yang digunakan dalam model.

1. **Pembahasan Hasil Penelitian**

Setelah dilakukan perhitungan dari data-data yang diperoleh maka peneliti telah memperoleh hasilnya sebagai berikut:

* + - 1. Hasil pengujian hipotesis pertama

memperoleh nila *sig.* sebesar 0,793 yang lebih besar dari *level of significant* (α) 5% (0,000 < 0,05). Hal ini membuktikan bahwa terdapat hubungan yang tidak signifikan antara penanganan keluhan terhadap keputusan menjadi nasabah pada BPRS Tanmiya Artha Kediri. Artinya penanganan keluhan tidak mempunyai kontribusi yang nyata terhadap keputusan loyalitas nasabah, dengan semakin tinggi penanganan keluhan tersebut maka dapat tidak akan berpengaruh signifikan mendukung meningkatnya loyalitas nasabah.Hal ini tidak selaras dengan teori dikarenakan temuan di lapangan berbeda dengan teori, di lapangan sebagian besar nasabah lebih memilih mendiamkan keluhan mereka dari pada menyampaikannya kepada perusahaan dengan alasan tidak penting dan membuang waktu.

2.Hasil pengujian hipotesis yang kedua

Diperoleh nilai sig. sebesar 0,587 yang lebih besar dari *level of significant* (α) 5% (0,000 < 0,05). Hal ini membuktikan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Tanmiya Artha Kediri.Artinya kualitas pelayanan yang di berikan BPRS tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.Hal ini dikarenakan, temuan di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang diteliti jarang dan bahkan tidak pernah mengunjungi dan merasakan langsung kualitas pelayanan yang di berikan oleh BPRS Tanmiya Artha, sedangakan transaksi nasabah hanya dilakukan oleh Marketing dan dilaksanakan di BPRS.

3.Hasil dari pengujian hipotesis ketiga

Diperoleh nilai *sig. (Constant)* sebesar 0,000 yang dibandingkan dengan taraf signifikansi (α) = 5% lebih kecil dari *level of significant* (α) 5% (0,000 < 0,05). Hal ini membuktikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penanganan keluhan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Artinya bahwa semakin tinggi penanganan keluhan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas, maka semakin tinggi tingkatloyalitas nasabah.Sebaliknya semakin rendah penanganan keluhan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas, maka semakin rendah pulatingkat loyalitas nasabah.

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti mengenai penaganan keluhan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Tanmiya Artha Kediri.Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh bersama-sama yang signifikan antara budaya dan persepsi masyarakat terhadap keputusan menjadi nasabah pada BPRS Tanmiya Artha Kediri.

* + - 1. Terbukti didalam tabel *coefficient* pada masing-masing variabel X1 (penanganan keluhan). Dapat disimpulkan bahwa variabel penanganan keluhantidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Tanmiya Artha Kediri, dan hipotesis penelitianya teruji.
      2. Terbukti didalam tabel pada masing-masing variabel X2 (kualitas pelayanan) dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanantidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Tanmiya Artha Kediri, dan hipotesis penelitianya teruji.
      3. Terbukti didalam tabel *summary* 2.6 diperoleh hasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penanganan keluhan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah nasabah pada BPRS Tanmiya Artha Kediri, dan hipotesis penelitianya tidakteruji.

1. Saran

Dari kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan.

1. Bagi Lembaga Keuangan

Dengan mengadakan penelitian di BPRS Tanmiya Artha Kediriini secara tidak langsung dapat membantu untuk mengembangkan strategi dalam penanganan keluhan kualitas pelayanan guna meningkatkan loyalitas nasabah.

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk lebih dapat mengembangkan penelitian tentang loyalitas nasabah, karena pada dasarnya masih banyak faktor lain yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah selain dari penanganan keluhan dan kualitas pelayanan.

**DAFTAR PUSTAKA**

Departemen Agama Republik Indonesia. 1998. *Al- Qur`andanTerjemahnya.* Jakarta: Departemen Agama Islam.

Abrams Rhonda. 2008. *The Owners Manual*. yogayakarta: Kanisius

Adya Barata Atep. 2003. *dasar-dasar Pelayanan Prima.* Elex Media Komputindo

Anggoro R Agustinus Pribadi dkk, Strategi Membangun Kualitas Pelayanan Perbankan untuk Menciptakan Kepuasan Nasabah Berorientasi Loyalitas pada BRI Cabang Blora dan Unit *online*-nya.

[http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCAQFjAA&url=http%3A%2F%2Fejournal.undip.ac.id%2Findex.php%2Fsmo%2Farticle%2Fview%2F4248%2F3871&ei=X9KZVfifNdCxuASuwIPoBQ&usg=AFQjCNH6xo80VpPmi-grX1U1oG6TSP17xg. diakses](http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCAQFjAA&url=http%3A%2F%2Fejournal.undip.ac.id%2Findex.php%2Fsmo%2Farticle%2Fview%2F4248%2F3871&ei=X9KZVfifNdCxuASuwIPoBQ&usg=AFQjCNH6xo80VpPmi-grX1U1oG6TSP17xg.%20diakses) 1 april 2015

Antonio Syafii. 1999. *ApadanBagaimana Bank Islam.* Yogyakarta :PTAmanahBunda Sejahtera.

BuanginBurhan. 2001. *MetodologiPenelitianSosial*. Surabaya :Airlangga University Press,

Daniel Moehar. 2002. *MetodologiPenelitianSosialEkonomi*. Jakarta : PT BumiAksara

DidikKurniawan, UIN Sunan Kali Jaga, yogyakarta, *PengaruhKualitasLayananKualitasProdukdanNilaiNasabahTerhadapKepuasandanLoyalitasNasabah*2012 .http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB0QFjAA&url=http%3A%2F%2Fdigilib.uin-suka.ac.id%2F7446%2F2%2FBAB%2520I%2C%2520V%2C%2520DAFTAR%2520PUSTAKA.pdf&ei=JdOZVcazONLIuATKyYTAAQ&usg=AFQjCNGClRexyEZ4zNZVGfQnbT3DguibLg. Diakses 2 april 2015

Frieda Elena, Universitas Diponegoro Semarang, Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah, (semarang, 2011).

<http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCMQFjAA&url=http%3A%2F%2Fcore.ac.uk%2Fdownload%2Fpdf%2F11728633.pdf&ei=odOZVYPOKtieugSdz794&usg=AFQjCNFThJQ5Kiw3oLYXSpSZzkv3vljnwQ>. Diakses 1 April 2015

Gusti ayu putu ratih Dewi, Universitas Udayana, Denpasar, *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan dan loyalitas nasabah PT. BPR hoki di kabupaten Tabanan,* 2014

HadjarIbnu*.* 1996. *Dasar-dasarMetodologiKuantitatifDalamPendidikan*. Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada,

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

Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta:Prenada Media

Kasmir. 2003. *ManajemenPerbankan*. Jakarta : PT Raja GrafindoPersada.

kotler Philip dankevin lane keller. 2009. ManajemenPemasaran. PT GeloraAksaraPratama

Le Boeuf Michael, 1992. *Memeliharadanmemenangkanpelanggan*Jakarta:PustakaTangga

Muhammad abiding, UIN sunan Kali Jaga, Yogyakarta, *pengaruhkualitaspelayananterhadaptingkatkepuasannasabahstudikasuspada Bank SyariahMandiricabangMagelang*, 2010

Nasution M.N. 2005. *ManajemenMutuTerpadu*, Bogor :Ghalia Indonesia.

SiregarSyofian. 2013. *MetodologiPenelitianKuantitatif*. Jakarta: Kencana

Sugiyono. 2005. MetodePenelitianBisnis. Bandung :Alfabeta.

Sugiyono. 2006. *MetodePenelitianadministrasi*. Bandung :Alfabeta.

SujiantoEkoAgus. 2009. *AplikasiStatistikdengan SPSS 16.0*. Jakarta:PrestasiPustaka Publisher.

Syarif M. 2003. Mengenal BankdanLembagKeuangannon Bank. Jakarta :MandiriAbadi.

TjiptonoFandi.2005. *Service, Kuality and Satisfactio, EdisiPertama.* Yogyakarta:Andi Offset

Tanzeh Ahmad. *PengantarMetodePenelitian*. Yogyakarta: Teras

Lampiran 1

**REKAPITULASI JAWABAN ANGKET VARIABEL (X1)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO** | **X1.1** | **X1.2** | **X1.3** | **X1.4** | **X1.5** | **X1.6** | **X1.7** | **X1.8** | **X1.9** | **JUMLAH** |
| **1** | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 39 |
| **2** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 42 |
| **3** | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 37 |
| **4** | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| **5** | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| **6** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| **7** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 41 |
| **8** | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| **9** | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 35 |
| **10** | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 37 |
| **11** | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 32 |
| **12** | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 39 |
| **13** | 3 | 4 | 3 | 5 | 2 | 4 | 5 | 4 | 3 | 33 |
| **14** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| **15** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 42 |
| **16** | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 39 |
| **17** | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 41 |
| **18** | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 36 |
| **19** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 44 |
| **20** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 43 |
| **21** | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 37 |
| **22** | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 39 |
| **23** | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 42 |
| **24** | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 39 |
| **25** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| **26** | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 28 |
| **27** | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 39 |
| **28** | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 42 |
| **29** | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 37 |
| **30** | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 41 |
| **31** | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| **32** | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 37 |
| **33** | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 40 |
| **34** | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 37 |
| **35** | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 42 |
| **36** | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 37 |
| **37** | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| **38** | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| **39** | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| **40** | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 40 |
| **41** | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 35 |
| **42** | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 39 |
| **43** | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 39 |
| **44** | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 37 |
| **45** | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 40 |
| **46** | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 34 |
| **47** | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 42 |
| **48** | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 38 |
| **49** | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| **50** | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 35 |
| **51** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| **52** | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 35 |
| **53** | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 33 |
| **54** | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 43 |
| **55** | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| **56** | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 38 |
| **57** | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 40 |
| **58** | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 37 |
| **59** | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 31 |
| **60** | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 37 |

Lampiran 2

**REKAPITULASI JAWABAN ANGKET VARIABEL (X2)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO** | **X2.1** | **X2.2** | **X2.3** | **X2.4** | **X2.5** | **X2.6** | **X2.7** | **X2.8** | **X2.9** | **X2.10** | **JUMLAH** |
| **1** | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 42 |
| **2** | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 41 |
| **3** | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 44 |
| **4** | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 39 |
| **5** | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 47 |
| **6** | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 38 |
| **7** | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 42 |
| **8** | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 42 |
| **9** | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 40 |
| **10** | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| **11** | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 41 |
| **12** | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 47 |
| **13** | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 37 |
| **14** | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 40 |
| **15** | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 39 |
| **16** | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| **17** | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 33 |
| **18** | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 47 |
| **19** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 38 |
| **20** | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 42 |
| **21** | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 46 |
| **22** | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 49 |
| **23** | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| **24** | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 47 |
| **25** | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 34 |
| **26** | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 41 |
| **27** | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| **28** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 41 |
| **29** | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 49 |
| **30** | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 36 |
| **31** | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 47 |
| **32** | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 42 |
| **33** | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 40 |
| **34** | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 43 |
| **35** | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 50 |
| **36** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| **37** | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 45 |
| **38** | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| **39** | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 42 |
| **40** | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 50 |
| **41** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 44 |
| **42** | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 49 |
| **43** | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| **44** | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 43 |
| **45** | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 33 |
| **46** | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 43 |
| **47** | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 49 |
| **48** | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 42 |
| **49** | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 48 |
| **50** | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 47 |
| **51** | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 42 |
| **52** | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| **53** | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 46 |
| **54** | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 38 |
| **55** | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 34 |
| **56** | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 41 |
| **57** | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 40 |
| **58** | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| **59** | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 41 |
| **60** | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 42 |

Lampiran 3

**REKAPITULASI JAWABAN ANGKET VARIABEL (Y)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO** | **Y.1** | **Y.2** | **Y.3** | **Y.4** | **Y.5** | **Y.6** | **Y.7** | **Y.8** | **JUMLAH** |
| **1** | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 42 |
| **2** | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 41 |
| **3** | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 44 |
| **4** | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 39 |
| **5** | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 47 |
| **6** | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 38 |
| **7** | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 42 |
| **8** | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 42 |
| **9** | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 40 |
| **10** | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 33 |
| **11** | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 41 |
| **12** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 47 |
| **13** | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 37 |
| **14** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 40 |
| **15** | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| **16** | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 42 |
| **17** | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 33 |
| **18** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 47 |
| **19** | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 38 |
| **20** | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| **21** | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 46 |
| **22** | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 49 |
| **23** | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| **24** | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 47 |
| **25** | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 34 |
| **26** | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 41 |
| **27** | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 47 |
| **28** | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 41 |
| **29** | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 49 |
| **30** | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 36 |
| **31** | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 47 |
| **32** | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 42 |
| **33** | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| **34** | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| **35** | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 50 |
| **36** | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 40 |
| **37** | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 45 |
| **38** | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 35 |
| **39** | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 42 |
| **40** | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| **41** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 44 |
| **42** | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 49 |
| **43** | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 39 |
| **44** | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 43 |
| **45** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 33 |
| **46** | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| **47** | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 49 |
| **48** | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 42 |
| **49** | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 48 |
| **50** | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 47 |
| **51** | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| **52** | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 38 |
| **53** | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 46 |
| **54** | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 38 |
| **55** | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 34 |
| **56** | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 41 |
| **57** | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 40 |
| **58** | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 47 |
| **59** | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 41 |
| **60** | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 42 |

Lampiran 4

**VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL (X1)**

**Reliability**

[DataSet0] C:\Users\NotBook\Documents\DATA X1.sav

**Scale: ALL VARIABLES**

| **Case Processing Summary** | | | |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | N | % |
| Cases | Valid | 60 | 100.0 |
| Excludeda | 0 | .0 |
| Total | 60 | 100.0 |
| a. Listwise deletion based on all variables in the procedure. | | | |

| **Reliability Statistics** | |
| --- | --- |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .754 | 9 |

| **Item-Total Statistics** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| X1.1 | 33.5333 | 12.185 | .503 | .721 |
| X1.2 | 33.4500 | 11.845 | .554 | .712 |
| X1.3 | 33.6333 | 12.677 | .355 | .744 |
| X1.4 | 33.5000 | 12.797 | .380 | .739 |
| X1.5 | 33.6000 | 11.803 | .522 | .717 |
| X1.6 | 33.4667 | 11.711 | .616 | .703 |
| X1.7 | 33.6333 | 12.880 | .300 | .753 |
| X1.8 | 33.6000 | 12.651 | .384 | .739 |
| X1.9 | 33.8500 | 12.536 | .321 | .752 |

Lampiran 5

**VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL (X2)**

**Reliability**

[DataSet1] C:\Users\NotBook\Documents\DATA X2.sav

**Scale: ALL VARIABLES**

| **Case Processing Summary** | | | |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | N | % |
| Cases | Valid | 60 | 100.0 |
| Excludeda | 0 | .0 |
| Total | 60 | 100.0 |
| a. Listwise deletion based on all variables in the procedure. | | | |

| **Reliability Statistics** | |
| --- | --- |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .843 | 10 |

| **Item-Total Statistics** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| X2.1 | 38.1667 | 15.531 | .725 | .809 |
| X2.2 | 37.6500 | 17.384 | .499 | .832 |
| X2.3 | 37.8333 | 17.802 | .383 | .842 |
| X2.4 | 37.7667 | 17.809 | .457 | .835 |
| X2.5 | 38.0000 | 17.017 | .506 | .831 |
| X2.6 | 38.1500 | 16.299 | .594 | .823 |
| X2.7 | 38.1833 | 16.356 | .586 | .824 |
| X2.8 | 37.9667 | 15.762 | .672 | .815 |
| X2.9 | 37.7333 | 17.284 | .503 | .831 |
| X2.10 | 37.6000 | 17.803 | .440 | .837 |

Lampiran 6

**VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL (Y)**

**Reliability**

[DataSet3] C:\Users\NotBook\Documents\DATA Y.sav

**Scale: ALL VARIABLES**

| **Case Processing Summary** | | | |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | N | % |
| Cases | Valid | 60 | 70.6 |
| Excludeda | 25 | 29.4 |
| Total | 85 | 100.0 |
| a. Listwise deletion based on all variables in the procedure. | | | |

| **Reliability Statistics** | |
| --- | --- |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .747 | 8 |

| **Item-Total Statistics** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| loyalitasnasabah | 29.4667 | 10.016 | .533 | .704 |
| loyalitasnasabah | 29.3333 | 10.023 | .542 | .703 |
| loyalitasnasabah | 29.5167 | 10.627 | .311 | .746 |
| loyalitasnasabah | 29.6167 | 10.512 | .354 | .737 |
| loyalitasnasabah | 29.4833 | 10.830 | .305 | .745 |
| loyalitasnasabah | 29.5667 | 10.385 | .379 | .733 |
| loyalitasnasabah | 29.5167 | 9.678 | .498 | .709 |
| loyalitasnasabah | 29.4000 | 9.532 | .661 | .681 |

Lampiran 7

**PPlot**

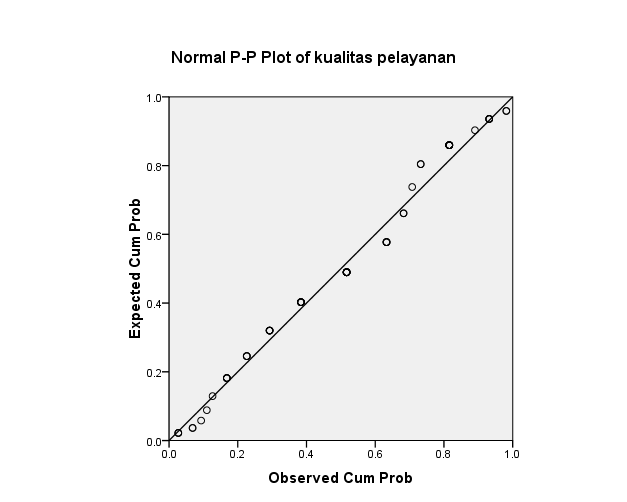
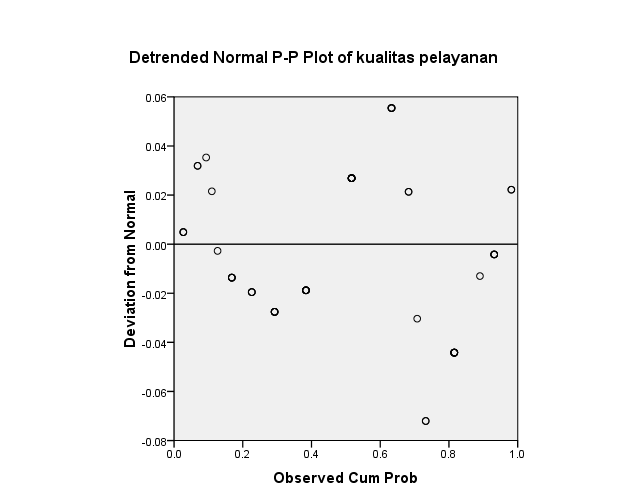
[DataSet4] C:\Users\NotBook\Documents\JUMLAH NILAI.sav

| **Model Description** | | |
| --- | --- | --- |
| Model Name | | MOD\_10 |
| Series or Sequence | 1 | penanganankeluhan |
| 2 | kualitaspelayanan |
| 3 | loyalitasnasabah |
| Transformation | | None |
| Non-Seasonal Differencing | | 0 |
| Seasonal Differencing | | 0 |
| Length of Seasonal Period | | No periodicity |
| Standardization | | Not applied |
| Distribution | Type | Normal |
| Location | estimated |
| Scale | estimated |
| Fractional Rank Estimation Method | | Blom's |
| Rank Assigned to Ties | | Mean rank of tied values |
| Applying the model specifications from MOD\_10 | | |

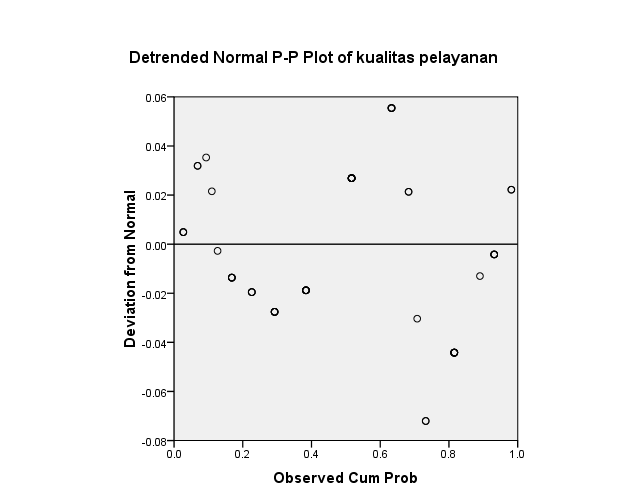
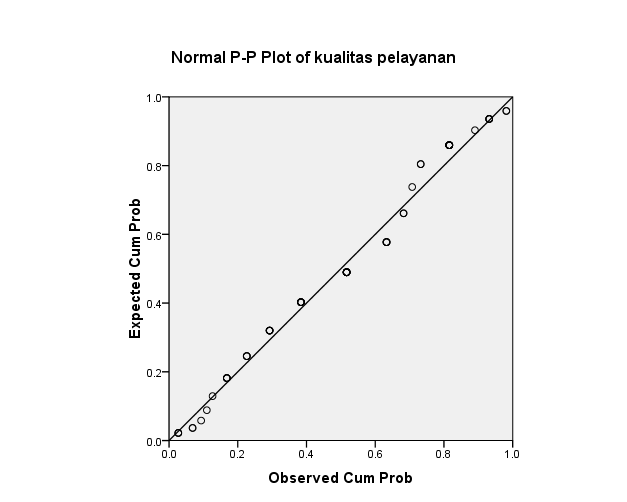
| **Case Processing Summary** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | penanganankeluhan | kualitaspelayanan | loyalitasnasabah |
| Series or Sequence Length | | 60 | 60 | 60 |
| Number of Missing Values in the Plot | User-Missing | 0 | 0 | 0 |
| System-Missing | 0 | 0 | 0 |
| The cases are unweighted. | |  |  |  |

| **Estimated Distribution Parameters** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | penanganankeluhan | kualitaspelayanan | loyalitasnasabah |
| Normal Distribution | Location | 37.9167 | 42.1167 | 33.7000 |
| Scale | 3.94149 | 4.52897 | 3.58575 |
| The cases are unweighted. | | |  |  |

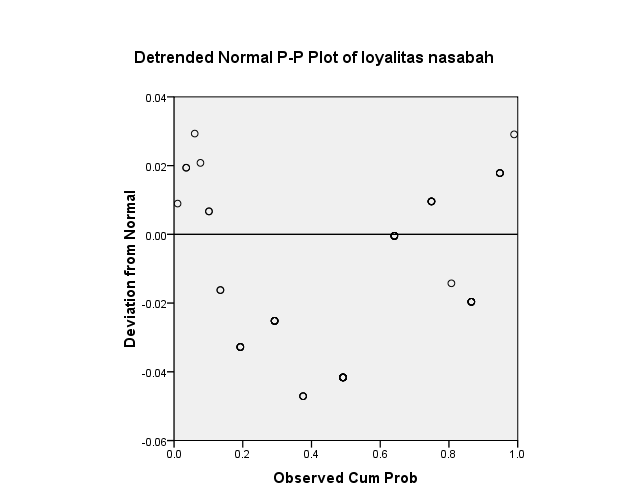
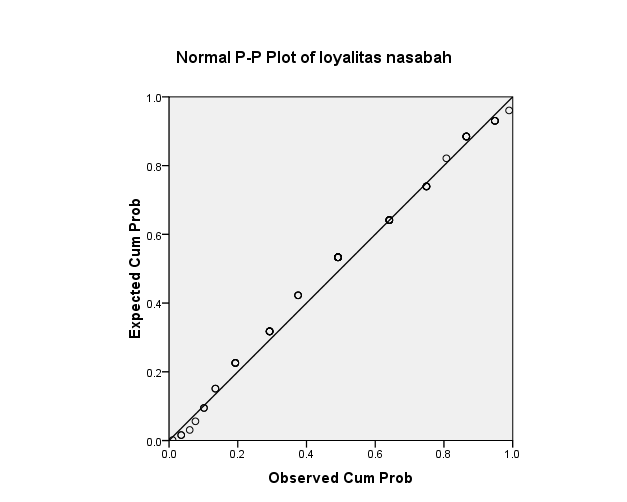
**penanganan keluhan**



**kualitas pelayanan**



**loyalitas nasabah**



Lampiran 8

**Regression**

[DataSet4] C:\Users\NotBook\Documents\JUMLAH NILAI.sav

| **Variables Entered/Removedb** | | | |
| --- | --- | --- | --- |
| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
| 1 | penanganankeluhana | . | Enter |
| a. All requested variables entered. | | |  |
| b. Dependent Variable: loyalitasnasabah | | | |

| **Model Summaryb** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .067a | .004 | -.013 | 3.60851 |
| a. Predictors: (Constant), penanganankeluhan | | | | |
| b. Dependent Variable: loyalitasnasabah | | | |  |

| **ANOVAb** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 3.361 | 1 | 3.361 | .258 | .613a |
| Residual | 755.239 | 58 | 13.021 |  |  |
| Total | 758.600 | 59 |  |  |  |
| a. Predictors: (Constant), penanganankeluhan | | | | |  |  |
| b. Dependent Variable: loyalitasnasabah | | | |  |  |  |

| **Coefficientsa** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 35.996 | 4.543 |  | 7.923 | .000 |
| penanganankeluhan | -.061 | .119 | -.067 | -.508 | .613 |
| a. Dependent Variable: loyalitasnasabah | | | |  |  |  |

Lampiran 9

**Regression**

[DataSet4] C:\Users\NotBook\Documents\JUMLAH NILAI.sav

| **Variables Entered/Removedb** | | | |
| --- | --- | --- | --- |
| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
| 1 | kualitaspelayanana | . | Enter |
| a. All requested variables entered. | | |  |
| b. Dependent Variable: loyalitasnasabah | | | |

| **Model Summaryb** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .092a | .008 | -.009 | 3.60128 |
| a. Predictors: (Constant), kualitaspelayanan | | | | |
| b. Dependent Variable: loyalitasnasabah | | | |  |

| **ANOVAb** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 6.384 | 1 | 6.384 | .492 | .486a |
| Residual | 752.216 | 58 | 12.969 |  |  |
| Total | 758.600 | 59 |  |  |  |
| a. Predictors: (Constant), kualitaspelayanan | | | |  |  |  |
| b. Dependent Variable: loyalitasnasabah | | | |  |  |  |

| **Coefficientsa** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 36.759 | 4.385 |  | 8.383 | .000 |
| kualitaspelayanan | -.073 | .104 | -.092 | -.702 | .486 |
| a. Dependent Variable: loyalitasnasabah | | | |  |  |  |

Lampiran 10

**Regression**

[DataSet4] C:\Users\NotBook\Documents\JUMLAH NILAI.sav

| **Variables Entered/Removedb** | | | |
| --- | --- | --- | --- |
| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
| 1 | kualitaspelayanan, penanganankeluhana | . | Enter |
| a. All requested variables entered. | | |  |
| b. Dependent Variable: loyalitasnasabah | | | |

| **Model Summaryb** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .098a | .010 | -.025 | 3.63052 |
| a. Predictors: (Constant), kualitaspelayanan, penanganankeluhan | | | | |
| b. Dependent Variable: loyalitasnasabah | | | |  |

| **ANOVAb** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 7.303 | 2 | 3.651 | .277 | .759a |
| Residual | 751.297 | 57 | 13.181 |  |  |
| Total | 758.600 | 59 |  |  |  |
| a. Predictors: (Constant), kualitaspelayanan, penanganankeluhan | | | | | |  |
| b. Dependent Variable: loyalitasnasabah | | | |  |  |  |

| **Coefficientsa** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 37.586 | 5.417 |  | 6.939 | .000 |
| penanganankeluhan | -.034 | .129 | -.038 | -.264 | .793 |
| kualitaspelayanan | -.062 | .113 | -.078 | -.547 | .587 |
| a. Dependent Variable: loyalitasnasabah | | | |  |  |  |

Lampiran 11

**Frequencies**

[DataSet0] C:\Users\NotBook\Documents\DATA X1.sav

| **Statistics** | | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | X1.7 | X1.8 | X1.9 |
| N | Valid | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| Missing | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

**Frequency Table**

| **X1.1** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 9 | 15.0 | 15.0 | 15.0 |
| 4 | 27 | 45.0 | 45.0 | 60.0 |
| 5 | 24 | 40.0 | 40.0 | 100.0 |
| Total | 60 | 100.0 | 100.0 |  |

| **X1.2** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 9 | 15.0 | 15.0 | 15.0 |
| 4 | 22 | 36.7 | 36.7 | 51.7 |
| 5 | 29 | 48.3 | 48.3 | 100.0 |
| Total | 60 | 100.0 | 100.0 |  |

| **X1.3** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 13 | 21.7 | 21.7 | 21.7 |
| 4 | 25 | 41.7 | 41.7 | 63.3 |
| 5 | 22 | 36.7 | 36.7 | 100.0 |
| Total | 60 | 100.0 | 100.0 |  |

| **X1.4** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 8 | 13.3 | 13.3 | 13.3 |
| 4 | 27 | 45.0 | 45.0 | 58.3 |
| 5 | 25 | 41.7 | 41.7 | 100.0 |
| Total | 60 | 100.0 | 100.0 |  |

| **X1.5** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2 | 1 | 1.7 | 1.7 | 1.7 |
| 3 | 10 | 16.7 | 16.7 | 18.3 |
| 4 | 26 | 43.3 | 43.3 | 61.7 |
| 5 | 23 | 38.3 | 38.3 | 100.0 |
| Total | 60 | 100.0 | 100.0 |  |

| **X1.6** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 8 | 13.3 | 13.3 | 13.3 |
| 4 | 25 | 41.7 | 41.7 | 55.0 |
| 5 | 27 | 45.0 | 45.0 | 100.0 |
| Total | 60 | 100.0 | 100.0 |  |

| **X1.7** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 14 | 23.3 | 23.3 | 23.3 |
| 4 | 23 | 38.3 | 38.3 | 61.7 |
| 5 | 23 | 38.3 | 38.3 | 100.0 |
| Total | 60 | 100.0 | 100.0 |  |

| **X1.8** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 11 | 18.3 | 18.3 | 18.3 |
| 4 | 27 | 45.0 | 45.0 | 63.3 |
| 5 | 22 | 36.7 | 36.7 | 100.0 |
| Total | 60 | 100.0 | 100.0 |  |

| **X1.9** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2 | 1 | 1.7 | 1.7 | 1.7 |
| 3 | 20 | 33.3 | 33.3 | 35.0 |
| 4 | 21 | 35.0 | 35.0 | 70.0 |
| 5 | 18 | 30.0 | 30.0 | 100.0 |
| Total | 60 | 100.0 | 100.0 |  |

Lampiran 12

**Frequencies**

[DataSet1] C:\Users\NotBook\Documents\DATA X2.sav

| **Statistics** | | | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 | X2.7 | X2.8 | X2.9 | X2.10 |
| N | Valid | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| Missing | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

**Frequencies**

| **X2.1** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 19 | 31.7 | 31.7 | 31.7 |
| 4 | 25 | 41.7 | 41.7 | 73.3 |
| 5 | 16 | 26.7 | 26.7 | 100.0 |
| Total | 60 | 100.0 | 100.0 |  |

| **X2.2** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 5 | 8.3 | 8.3 | 8.3 |
| 4 | 22 | 36.7 | 36.7 | 45.0 |
| 5 | 33 | 55.0 | 55.0 | 100.0 |
| Total | 60 | 100.0 | 100.0 |  |

| **X2.3** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 8 | 13.3 | 13.3 | 13.3 |
| 4 | 27 | 45.0 | 45.0 | 58.3 |
| 5 | 25 | 41.7 | 41.7 | 100.0 |
| Total | 60 | 100.0 | 100.0 |  |

| **X2.4** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 4 | 6.7 | 6.7 | 6.7 |
| 4 | 31 | 51.7 | 51.7 | 58.3 |
| 5 | 25 | 41.7 | 41.7 | 100.0 |
| Total | 60 | 100.0 | 100.0 |  |

| **X2.5** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 12 | 20.0 | 20.0 | 20.0 |
| 4 | 29 | 48.3 | 48.3 | 68.3 |
| 5 | 19 | 31.7 | 31.7 | 100.0 |
| Total | 60 | 100.0 | 100.0 |  |

| **X2.6** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 18 | 30.0 | 30.0 | 30.0 |
| 4 | 26 | 43.3 | 43.3 | 73.3 |
| 5 | 16 | 26.7 | 26.7 | 100.0 |
| Total | 60 | 100.0 | 100.0 |  |

| **X2.7** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 19 | 31.7 | 31.7 | 31.7 |
| 4 | 26 | 43.3 | 43.3 | 75.0 |
| 5 | 15 | 25.0 | 25.0 | 100.0 |
| Total | 60 | 100.0 | 100.0 |  |

| **X2.8** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 14 | 23.3 | 23.3 | 23.3 |
| 4 | 23 | 38.3 | 38.3 | 61.7 |
| 5 | 23 | 38.3 | 38.3 | 100.0 |
| Total | 60 | 100.0 | 100.0 |  |

| **X2.9** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 6 | 10.0 | 10.0 | 10.0 |
| 4 | 25 | 41.7 | 41.7 | 51.7 |
| 5 | 29 | 48.3 | 48.3 | 100.0 |
| Total | 60 | 100.0 | 100.0 |  |

| **X2.10** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 4 | 6.7 | 6.7 | 6.7 |
| 4 | 21 | 35.0 | 35.0 | 41.7 |
| 5 | 35 | 58.3 | 58.3 | 100.0 |
| Total | 60 | 100.0 | 100.0 |  |

Lampiran 13

**Frequencies**

[DataSet3] C:\Users\NotBook\Documents\DATA Y.sav

| **Statistics** | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 | Y.6 | Y.7 | Y.8 |
| N | Valid | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| Missing | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |

**Frequency Table**

| **Y.1** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 9 | 10.6 | 15.0 | 15.0 |
| 4 | 28 | 32.9 | 46.7 | 61.7 |
| 5 | 23 | 27.1 | 38.3 | 100.0 |
| Total | 60 | 70.6 | 100.0 |  |
| Missing | System | 25 | 29.4 |  |  |
| Total | | 85 | 100.0 |  |  |

| **Y.2** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 7 | 8.2 | 11.7 | 11.7 |
| 4 | 24 | 28.2 | 40.0 | 51.7 |
| 5 | 29 | 34.1 | 48.3 | 100.0 |
| Total | 60 | 70.6 | 100.0 |  |
| Missing | System | 25 | 29.4 |  |  |
| Total | | 85 | 100.0 |  |  |

| **Y.3** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 14 | 16.5 | 23.3 | 23.3 |
| 4 | 21 | 24.7 | 35.0 | 58.3 |
| 5 | 25 | 29.4 | 41.7 | 100.0 |
| Total | 60 | 70.6 | 100.0 |  |
| Missing | System | 25 | 29.4 |  |  |
| Total | | 85 | 100.0 |  |  |

| **Y.4** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 15 | 17.6 | 25.0 | 25.0 |
| 4 | 25 | 29.4 | 41.7 | 66.7 |
| 5 | 20 | 23.5 | 33.3 | 100.0 |
| Total | 60 | 70.6 | 100.0 |  |
| Missing | System | 25 | 29.4 |  |  |
| Total | | 85 | 100.0 |  |  |

| **Y.5** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 11 | 12.9 | 18.3 | 18.3 |
| 4 | 25 | 29.4 | 41.7 | 60.0 |
| 5 | 24 | 28.2 | 40.0 | 100.0 |
| Total | 60 | 70.6 | 100.0 |  |
| Missing | System | 25 | 29.4 |  |  |
| Total | | 85 | 100.0 |  |  |

| **Y.6** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 14 | 16.5 | 23.3 | 23.3 |
| 4 | 24 | 28.2 | 40.0 | 63.3 |
| 5 | 22 | 25.9 | 36.7 | 100.0 |
| Total | 60 | 70.6 | 100.0 |  |
| Missing | System | 25 | 29.4 |  |  |
| Total | | 85 | 100.0 |  |  |

| **Y.7** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2 | 1 | 1.2 | 1.7 | 1.7 |
| 3 | 12 | 14.1 | 20.0 | 21.7 |
| 4 | 22 | 25.9 | 36.7 | 58.3 |
| 5 | 25 | 29.4 | 41.7 | 100.0 |
| Total | 60 | 70.6 | 100.0 |  |
| Missing | System | 25 | 29.4 |  |  |
| Total | | 85 | 100.0 |  |  |

| **Y.8** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3 | 8 | 9.4 | 13.3 | 13.3 |
| 4 | 26 | 30.6 | 43.3 | 56.7 |
| 5 | 26 | 30.6 | 43.3 | 100.0 |
| Total | 60 | 70.6 | 100.0 |  |
| Missing | System | 25 | 29.4 |  |  |
| Total | | 85 | 100.0 |  |  |

Lampiran 14

**DATA RESPONDEN**

**PengaruhPenangananKeluhandanKualitasPelayanan**

**terhadapLoyalitasNasabah**

**Di BPRS TanmiyaArtha Kediri**

Sebelumnyapenelitisampaikanmaafkarenatelahmenggangguwaktusaudara/i, sayamengharapkankesediaansaudara/i, untukmengisikuisioner. Informasi yang andaberikansangatberartibagipenelitianini, olehkarenaitupenelitisangatmengharapkankesediaansaudar/I untuk

Mengisikuisionerdengansebenarbenarnya, atasbantuansaudara/I penelitiucapkanterimakasih.

Peneliti

RizaHelmawan .W

Berilahtandacentang (√) padasalahsatupilihanjawabansesuaidengananda.

1. JenisKelamin : □ Pria□ Wanita
2. Umur : …………..

3. Lamanyamenjadinasabah : □ < 1 tahun

□ 1 tahun – 2 tahun

□ > 2 tahun

Berikutnya, saya meminta kesediaan saudara untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini. Masing – masing daftar pertanyaan disediakan 5 alternatif jawaban. Saudara diminta memilih alternatif jawaban atas pertanyaan berikut dengan memberi tanda checklist (√) pada kolom yang sudah disiapkan. Perlu diketahui bahwa tidak ada jawaban yang benar dan juga tidak ada jawaban yang salah.

**KETERANGAN :**

**SS** : SangatSetuju  **S** : Setuju

**N** : Netral **TS** : TidakSetuju

**STS** : Sangat Tidak Setuju

**Penanganan keluhan**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Pernyataan** | **SS** | **S** | **N** | **TS** | **STS** |
| **1.** | Nasabahberhakuntukmengatakankepadaperusahaanapabilamenemukanpelayanan yang kurangbaik. |  |  |  |  |  |
| **2.** | Menyediakan sarana untuk menyampaikan keluhan |  |  |  |  |  |
| **3.** | Karyawan mencatat setiap keluhan yang dilakukan oleh nasabah |  |  |  |  |  |
| **4.** | Karyawan menerima dengaan baik atas keluhan yang nasabah sampaikan |  |  |  |  |  |
| **5.** | Karyawan menyertakan manajer untuk menyelesaikan keluhan |  |  |  |  |  |
| **6.** | Manajermenemuilangsungnasabahsaatterjadikeluhan |  |  |  |  |  |
| **7.** | Karyawan menyertakan manajer untuk menyelesaikan keluhan |  |  |  |  |  |
| **8.** | Dengan menyampaikan keluhan kepada Bank, orang lain tidak akan mengalami masalah yang sama seperti yang saya alami |  |  |  |  |  |
| **9.** | Denganmenyampaikankeluhanakanmembuatperusahaansemakinbaik |  |  |  |  |  |

**Kualitas Pelayanan**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Pernyataan** | **SS** | **S** | **N** | **TS** | **STS** |
| **1.** | Ruangan dan fasilitas BPRS Tanmiya Artha sangat memadai |  |  |  |  |  |
| **2.** | Keramahan karyawan dalam melayani nasabah |  |  |  |  |  |
| **3.** | Kesiapan karyawan dalam menangani nasabah |  |  |  |  |  |
| **4.** | Kecepatan karyawan dalam melayani nasabah |  |  |  |  |  |
| **5.** | Karyawan tidak pernah sibuk dalam merespon keluhan nasabah |  |  |  |  |  |
| **6.** | Karyawan memberikan panduan pengoperasian layanan |  |  |  |  |  |
| **7.** | karyawan mempunyai Keterampilan dan tanggung jawab dalam bekerja |  |  |  |  |  |
| **8.** | Karyawan mempeunyai pengetahuan dalam menjawab pertanyaan nasabah |  |  |  |  |  |
| **9.** | Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan baik |  |  |  |  |  |
| **10.** | Karyawan cepat tanggap saat nasabah dalam kesulitan |  |  |  |  |  |

**Loyalitas Nasabah**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** | **SS** | **S** | **N** | **ST** | **STS** |
| 1. | Mengatakan keunggulan BPRS Tanmiya Artha kepada orang lain |  |  |  |  |  |
| 2. | Tidak mengatakan hal negative kepada orang lain tentang BPRS Tanmiya Artha |  |  |  |  |  |
| 3. | Memberi saran kepada orang lain untuk menjadi nasabah BPRS Tanmiya Artha |  |  |  |  |  |
| 4. | Mengajak orang lain untuk menjadi nasabah BPRS Tanmiya Artha |  |  |  |  |  |
| 5. | Tetap akan melakukan transaksi di BPRS Tanmiya Artha. |  |  |  |  |  |
| 6. | Tidak Berfikiran untuk beralih ke Bank lain. |  |  |  |  |  |
| 7. | Meningkatkan jumlah dana di BPRS Tanmiya Artha |  |  |  |  |  |
| 8. | Memberikan ucapan terimaksih kepada BPRS Tanmiya Artha |  |  |  |  |  |

Lampiran 16

**Dokumentasi**











1. Departemen AgamaRepublikIndonesia, *Al- Qur`andanTerjemahnya,* (Jakarta: Departemen Agama Islam, 1998), hal. 122 [↑](#footnote-ref-2)
2. .Michael Le Boeuf, *Memelihara dan memenangkan pelanggan* (Jakarta:Pustaka Tangga, 1992) hal 175 [↑](#footnote-ref-3)
3. . Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen,* (Bandung : Alfabeta, 2010) hal 128 [↑](#footnote-ref-4)
4. M.N Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2005) hal 2-3 [↑](#footnote-ref-5)
5. .E-books, Rhonda Abrams, *The Owners Manual* ( yogayakarta: Kanisius , 2008) hal 208-209 [↑](#footnote-ref-6)
6. . Michael Le Boeuf, *Memelihara dan memenangkan pelanggan* (Jakarta:Pustaka Tangga, 1992) hal 175 [↑](#footnote-ref-7)
7. . Frieda Elena, Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah, (semarang, 2011) [↑](#footnote-ref-8)
8. . Philip kotler dan kevin lane keller, Manajemen Pemasaran, (PT Gelora Aksara Pratama, 2009) 143 [↑](#footnote-ref-9)
9. . M.N Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2005) hal 2-3 [↑](#footnote-ref-10)
10. . E-books, Atep adya Barata, *dasar-dasar Pelayanan Prima* (:Elex Media Komputindo, 2003) hal 36 [↑](#footnote-ref-11)
11. . Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta:Prenada Media, 2004) hal 137 [↑](#footnote-ref-12)
12. .Fandi Tjiptono, *Service, Kuality and Satisfactio, Edisi Pertama, (Yogyakarta:Andi Offset, 2005), Hal 111* [↑](#footnote-ref-13)
13. . R Agustinus Anggoro Pribadi dkk, Strategi Membangun Kualitas Pelayanan Perbankan untuk Menciptakan Kepuasan Nasabah Berorientasi Loyalitas pada BRI Cabang Blora dan Unit *online*-nya [↑](#footnote-ref-14)
14. . [↑](#footnote-ref-15)
15. Departemen Agama Republik Indonesia, *Al- Qur`an dan Terjemahnya,* (Jakarta: Departemen Agama Islam, 1998), hal. 122 [↑](#footnote-ref-16)
16. Syafii Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam,*(Yogyakarta :PT Amanah Bunda Sejahtera, 1999) hal 95-96 [↑](#footnote-ref-17)
17. . Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2003) hal 21-22 [↑](#footnote-ref-18)
18. . M. Syarif, Mengenal Bank dan Lembag Keuangan non Bank, (Jakarta : Mandiri Abadi, 2003) hal 13 [↑](#footnote-ref-19)
19. . Didik Kurniawan, UIN Sunan Kali Jaga, yogyakarta, *Pengaruh Kualitas Layanan Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah*, 2012 [↑](#footnote-ref-20)
20. . Muhammad abiding, UIN sunan Kali Jaga, Yogyakarta, *pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah studi kasus pada Bank Syariah Mandiri cabang Magelang*, 2010 [↑](#footnote-ref-21)
21. . Frieda Ellena, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang, *Analisis pengaruh kepercayaan, komitmen, Komunikasi, dan penanganan keluhan terhadap Loyalitas nasabah*, 2011 [↑](#footnote-ref-22)
22. . Gusti ayu putu ratih Dewi, Universitas Udayana,Denpasar, *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan dan loyalitas nasabah PT. BPR hoki di kabupaten Tabanan,* 2014 [↑](#footnote-ref-23)
23. . Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras), hal. 99 [↑](#footnote-ref-24)
24. .Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, (Bandung : Alfabeta,2005), hal.11 [↑](#footnote-ref-25)
25. .Ibid…,Hal 30 [↑](#footnote-ref-26)
26. Ibnu Hadjar, Dasar-dasar Metodologi Kuantitatif Dalam Pendidikan, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996), hlm. 133. [↑](#footnote-ref-27)
27. . Burhan Buangin, Metodologi Penelitian Sosial, (Surabaya : Airlangga University Press, 2001), Hal 128 [↑](#footnote-ref-28)
28. .Sugiyono, *Metode Penelitian*…,Hal 32 [↑](#footnote-ref-29)
29. .Sugiyono, *Metode Penelitian*…,Hal 33 [↑](#footnote-ref-30)
30. .Sugiyono, *Metode Penelitian administrasi*, (Bandung : Alfabeta,2006), hal 105 [↑](#footnote-ref-31)
31. .Syofian Siregar, Metodologi Penelitian Kuantitatif,(Jakarta: Kencana 2013), Hal 7 [↑](#footnote-ref-32)
32. . Syofian Siregar, Metodologi Penelitian…,Hal, 46. [↑](#footnote-ref-33)
33. Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta:Prestasi Pustaka Publisher 2009) hal. 96 [↑](#footnote-ref-34)
34. Arikunto, prosedur …, hal. 144-145 [↑](#footnote-ref-35)
35. Ibid hal 144-145 [↑](#footnote-ref-36)
36. Moehar Daniel, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2002), hlm., 156. [↑](#footnote-ref-37)
37. .Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0* ..., hal.96 [↑](#footnote-ref-38)
38. Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, ...hal. 71 [↑](#footnote-ref-39)