

**PENGARUH PENANGANAN KELUHAN DAN KOMITMEN NASABAH  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK PEMBIAYAAN  
RAKYAT SYARIAH (BPRS) SURIYAH KC SEMARANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1

Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Disusun Oleh :

**ANGGUN MERLYNDA DWI SETYANINGRUM**

**NIM. 1505036074**

**PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

**2019**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

**H. Johan Arifin, S.Ag., MM.**

NIP. 19710908 200212 1 001

Perum BPI Blok D No.1 Rt. 02 Rw. X Purwoyoso Ngaliyen

**Zuhdan Adv Fataron, S.T., MM.**

NIP. 19840308 201503 1 003

Bukit Beringin Selatan Blok F No. 22 Ngaliyen

---

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdr. Anggun Merlynda Dwi Setyaningrum

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

*Assalamu'alaikum. Wr. Wb*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah skripsi dari saudara:

Nama : Anggun Merlynda Dwi Setyaningrum

NIM : 1505036074

Judul Skripsi : **Pengaruh Penanganan Keluhan dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah KC Semarang.**

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum. Wr. Wb*

Pembimbing I

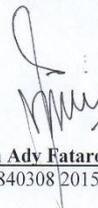
Semarang, 25 Juli 2019

Pembimbing II



**H. Johan Arifin, S.Ag., MM.**

NIP. 19710908 200212 1 001



**Zuhdan Adv Fataron, S.T., MM.**

NIP. 19840308 201503 1 003

## LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Prof. Hamka Km.02 Semarang Telp/Fax. (024)7601291

### PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Anggun Merlynda Dwi Setyaningrum  
NIM : 1505036074  
Judul : PENGARUH PENANGANAN KELUHAN DAN KOMITMEN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH (BPRS) SURIYAH KC SEMARANG.

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude, pada tanggal:

31 Juli 2019

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2019/2020

Ketua Sidang

Heny Yuningrum, S.E., M.Si.  
NIP. 198106092007102005

Semarang, 01 Agustus 2019  
Sekretaris Sidang

H. Johan Arifin, S.Ag., M.M.  
NIP. 197109082002121001

Penguji Utama I

  
Dr. Ratno Agriyanto, CA., CPA.  
NIP. 198001282008011010

Penguji Utama II

  
Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag.  
NIP. 196908301994032003

Pembimbing I

  
H. Johan Arifin, S.Ag., M.M.  
NIP. 197109082002121001

Pembimbing II

  
Zuhdan Ady Fataron, S.T., M.M.  
NIP. 19840308201503100

## MOTTO

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ  
وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya : “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”. (Qs. An-Nahl:90).

## **PERSEMBAHAN**

Sembah sujud dan syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikan kekuatan, membekali dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam selalu terlimpahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW.

Dengan Segenap kerendahan hati kupersembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang telah memberikan warna dalam hidup penulis :

1. Terimakasih untuk orang tuaku tercinta Ibu Rini Purwaningsih dan Bapak Heri Maryono, yang tiada pernah hentinya selama ini memberi semangat, do'a, dorongan, nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga penulis selalu kuat menjalani rintangan yang ada.
2. Kakak Donny Hendra Purnomo yang penulis sayangi, terimakasih telah menjadi penyemangat, semoga kita menjadi anak yang soleh, solehah dan bisa membahagiakan kedua orang tua.
3. Terimakasih untuk kalian keluarga S1 Perbankan Syariah yang menjadi bagian penting dalam skripsi ini.
4. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini.

## DEKLARASI

### DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 25 Juli 2019

Deklarator



Anggun Merlynda Dwi S

NIM. 1505036074

## TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin di dalam skripsi ini mengacu pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang (al-) disengaja secara konsistensi agar sesuai teks Arabnya.

ا	A	ط	T
ب	B	ظ	Z
ت	T	ع	'
ث	S	غ	G
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Z	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	'
ص	S	ي	Y
ض	D		

### Bacaan Madd:

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

### Bacaan Diftong:

au= أَوْ

ai= أَيْ

iy= إِي

## ABSTRAK

Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia semakin bersaing dalam memberikan jasa layanan perbankan, untuk menarik perhatian dan minat nasabah baru. Bank harus mampu menghadapi tantangan revolusi industri tersebut, dengan meningkatkan dan mengembangkan strategi dalam memahami apa saja faktor dalam menarik nasabah dan menjadikan nasabah loyal. Loyalitas nasabah dapat dibentuk salah satunya berdasarkan cara penanganan keluhan dan komitmen nasabah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Penanganan Keluhan dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah KC Semarang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer yang diperoleh melalui kuisioner (angket) dengan menggunakan skala pengukuran yaitu skala *likert*. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Untuk menganalisis penulis menggunakan metode regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, secara parsial variabel penanganan keluhan berpengaruh positif dengan nilai signifikansi  $0,006 < 0,05$  dengan nilai koefisien pengaruh terhadap loyalitas sebesar 0,235. Sedangkan variabel komitmen nasabah juga secara parsial berpengaruh positif dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dengan koefisien pengaruh terhadap loyalitas sebesar 0,909. Penanganan keluhan dan komitmen nasabah secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah KC Semarang dengan nilai koefisiensi statistik uji F sebesar  $61,300 > F$  tabel 3,09. Analisis koefisien determinan ( $R^2$ ) sebesar 0,558 atau 55,8%. Angka tersebut mempunyai maksud bahwa pengaruh penanganan keluhan dan komitmen nasabah secara simultan adalah 55,8% sedangkan sisanya sebesar 44,2% dipengaruhi variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Penanganan Keluhan, Komitmen nasabah, dan Loyalitas Nasabah.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, dengan segala puji syukur penulis kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam pada Nabi Muhammad SAW yang menjadi teladan dalam hidup ini. Karena atas ridha-Nya skripsi yang berjudul “Pengaruh Penanganan Keluhan dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang” dapat diselesaikan dengan baik.

Adapun penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat akademis untuk memperoleh gelar strata satu (S1) dalam Progam Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan bantuan dalam berbagai bentuk. Untuk itu penulis ucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag, selaku rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Ibu Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag, selaku ketua jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Ibu Heny Yuningrum, S.E., M.Si, selaku sekretaris jurusan S1 Perbankan Syariah.
5. Bapak H. Johan Arifin, S.Ag., M.M, selaku pembimbing I dan Bapak Zuhdan Ady Fataron, S.T., M.M, selaku pembimbing II dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Segenap dosen dan staff pengajar di Prodi S1 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang.
7. Bapak Umar Faruq, selaku kepala cabang BPRS Suriyah Kantor Cabang Semarang .
8. Orang tuaku bapak Heri Maryono dan ibu Rini Purwaningsih yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materil selama penulis menyelesaikan materi perkuliahan maupun penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman S1 Perbankan Syariah 2015 yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Sehingga penyusunan skripsi ini sangatlah jauh dari kesempurnaan dan tak luput dari kekurangan, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Semarang, 25 Juli 2019

Penulis,

Anggun Merlynda Dwi Setyningrum

NIM. 1505036074

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>MOTTO</b> .....	iv
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>DEKLARASI</b> .....	vi
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR DIAGRAM</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Perumusan Masalah</b> .....	8
<b>1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian</b> .....	8
1.3.1 Tujuan .....	8
1.3.2 Manfaat .....	9
<b>1.4 Sistematika Penulisan</b> .....	9
<b>BAB II</b> .....	11
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	11
<b>2.1 Kajian Teori</b> .....	11
2.1.1 Penanganan Keluhan.....	11
2.1.2 Komitmen Nasabah.....	17
2.1.3 Loyalitas Nasabah .....	19

2.1.4	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah .....	23
<b>2.2</b>	<b>Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>26</b>
<b>2.3</b>	<b>Kerangka Berpikir .....</b>	<b>28</b>
<b>2.4</b>	<b>Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>29</b>
<b>BAB III</b>	<b>.....</b>	<b>30</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	<b>.....</b>	<b>30</b>
<b>3.1</b>	<b>Jenis dan Sumber Data .....</b>	<b>30</b>
3.1.1	Jenis Data .....	30
3.1.2	Sumber Data.....	31
<b>3.2</b>	<b>Populasi dan Sampel Penelitian .....</b>	<b>31</b>
3.2.1	Populasi .....	31
3.2.2	Sampel dan Tehnik Pengambilan Sampel.....	32
<b>3.3</b>	<b>Tehnik Pengumpulan Data .....</b>	<b>33</b>
<b>3.4</b>	<b>Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....</b>	<b>34</b>
3.4.1	Variabel Penelitian .....	34
3.4.2	Definisi Operasional.....	35
<b>3.5</b>	<b>Tehnik Analisis Data .....</b>	<b>37</b>
3.5.1	Uji Validitas .....	37
3.5.2	Uji Reabilitas.....	38
3.5.3	Uji Normalitas.....	38
3.5.4	Uji Multikolinieritas.....	39
3.5.5	Uji Heteroskedastisitas.....	40
3.5.6	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	40
3.5.7	Uji Regresi Linier Berganda .....	40
3.5.8	Uji Hipotesis.....	41
<b>BAB IV</b>	<b>.....</b>	<b>42</b>
<b>HASIL PENELITIAN</b>	<b>.....</b>	<b>42</b>
<b>4.1</b>	<b>Deskripsi Objek Penelitian .....</b>	<b>42</b>
4.1.1	Sejarah BPRS Suriyah.....	42
4.1.2	Visi, Misi dan Motto Kerja BPRS Suriyah .....	43
4.1.3	Pengurus dan Pemegang Saham.....	44
4.1.4	Struktur Organisasi PT. BPRS Suriyah KC Semarang .....	45

4.1.5	Tugas dan Wewenang Jabatan di BPRS Suriyah KC Semarang ....	46
4.1.6	Produk BPRS Suriyah .....	49
<b>4.2</b>	<b>Gambaran Responden Penelitian .....</b>	<b>53</b>
4.2.1	Jenis Kelamin .....	53
4.2.2	Pekerjaan .....	54
4.2.3	Usia .....	55
4.2.4	Pendidikan .....	56
4.2.5	Lama Menjadi Nasabah .....	58
4.2.6	Penghasilan .....	59
<b>4.3</b>	<b>Hasil Penelitian .....</b>	<b>60</b>
4.3.1	Uji Validitas .....	60
4.3.2	Uji Reabilitas .....	62
4.3.3	Uji Normalitas .....	63
4.3.4	Uji Multikolinieritas .....	65
4.3.5	Uji Heterokedastisitas .....	66
4.3.6	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	66
4.3.7	Uji Regresi Linier Berganda .....	67
4.3.8	Uji Hipotesis .....	69
<b>4.4</b>	<b>Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian .....</b>	<b>72</b>
4.4.1	Pengaruh Penanganan Keluhan (X <sub>1</sub> ) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y) .....	72
4.4.2	Pengaruh Komitmen Nasabah (X <sub>2</sub> ) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y) .....	72
4.4.3	Pengaruh Penanganan Keluhan (X <sub>1</sub> ) dan komitmen Nasabah (X <sub>2</sub> ) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y) .....	73
<b>BAB V</b>	.....	<b>74</b>
<b>PENUTUP</b>	.....	<b>74</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>74</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran .....</b>	<b>75</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>80</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	.....	<b>96</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Kantor Bank Syariah (Periode Maret 2019).....	2
Tabel 1. 2 Data Distribusi Simpanan BPRS Di Indonesia .....	3
Tabel 1. 3 Jumlah Nasabah BPRS Suriyah KC Semarang (Tahun 2019).....	5
Tabel 1. 4 Temuan Research Gap .....	7
Tabel 2. 1 Tipologi Perilaku Pelanggan .....	13
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Penelitian .....	35
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin... ..	53
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	57
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	58
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	59
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Penanganan Keluhan (X1) .....	61
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Komitmen Nasabah (X2) .....	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas (Y) .....	62
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reabilitas .....	62
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas .....	63
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas .....	65
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Uji Glejser.....	66
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2).....	67
Tabel 4. 15 Hasil Uji Linier Bergada .....	67
Tabel 4. 16 Hasil Uji F.....	69
Tabel 4. 17 Hasil Uji T.....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	28
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	45
Gambar 4. 2 Grafik P-Plot .....	64

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4. 1 Jenis Kelamin.....	54
Diagram 4. 2 Pekerjaan.....	55
Diagram 4. 3 Usia .....	56
Diagram 4. 4 Pendidikan.....	57
Diagram 4. 5 Lama Nasabah.....	59
Diagram 4. 6 Penghasilan .....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisiner Penelitian .....	80
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden .....	84
Lampiran 3 Hasil Analisis Data .....	90

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan di Indonesia baik bank konvensional maupun bank syariah semakin bersaing dalam memberikan jasa layanan perbankan, untuk menarik perhatian dan minat nasabah baru. Bank syariah merupakan bank yang dalam kegiatan usahanya didasarkan prinsip-prinsip syariah dengan berpegang kepada Al-Qur'an dan Hadits. Awal periode tahun 1980-an mulai diadakan diskusi mengenai keberadaan bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam.<sup>1</sup> Ditetapkannya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) tahun 2003 bahwa bunga bank konvensional haram, semakin memperkuat kedudukan bank syariah. Bank syariah beroperasi tidak menggunakan bunga, sebagaimana yang dilakukan oleh bank konvensional. Hal ini didasarkan karena bunga mengandung unsur riba yang jelas dilarang dalam Al-Qur'an. Dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah: Ayat 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum

---

<sup>1</sup> M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001, h. 25.

*datang larangan) dan urusannya (terserah) kepada Allah, orang yang kembali (mengambil riba), maka orang-orang itu adalah penghuni-penghuni neraka mereka kekal didalamnya”.*<sup>2</sup>

Berdasarkan ayat diatas, Allah menegaskan bahwa di halalkan jual beli tetapi diharamkan riba. Bagi siapa saja kembali mengulangi praktek ribawi setelah menerima larangan dari Allah, maka mereka itulah para penghuni neraka dan akan kekal didalamnya. Termasuk dalam dunia perbankan perlu menghindari diri dari riba, agar tidak terjerat dosa melakukan riba.

Regulasi mengenai bank syariah di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 disebutkan bahwa, bank syariah adalah suatu bank yang kegiatannya berdasarkan prinsip syariah. Menurut jenisnya bank syariah terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).<sup>3</sup>

**Tabel 1. 1 Jumlah Kantor Bank Syariah (Periode Maret 2019)**

<b>Industri Perbankan</b>	<b>Jumlah Institusi</b>	<b>Jumlah Kantor</b>
Bank Umum Syariah	14	1.886
Unit Usaha Syariah	20	364
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	165	496
<b>Total</b>	199	2.746

Sumber: Data Statistik OJK Perbankan Syariah

Berdasarkan data pada tabel 1.1 bahwa perkembangan perbankan syariah per 31 bulan maret 2019 terdiri atas 14 Bank Umum Syariah (BUS) dengan jumlah kantor 1.886, 20 Unit Usaha Syariah (UUS) dengan jumlah kantor 364, dan 165 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dengan jumlah kantor 496.

<sup>2</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Wali, 2012, h. 47.

<sup>3</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2009, h. 61.

Persaingan yang ketat diantara bank syariah, menuntut setiap bank untuk memunculkan suatu inovasi dan menarik nasabah baru maupun nasabah yang lama untuk menciptakan loyalitas nasabah.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah salah satu lembaga keuangan perbankan syariah yang kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, yang dimaksud dalam lalu lintas pembayaran yaitu seperti ikut dalam kegiatan kliring, inkaso dan menerbitkan giro.<sup>4</sup> Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah adalah lembaga perbankan yang menerapkan sistem operasional berdasarkan prinsip syariah Islam dan mempunyai visi yaitu mampu mendukung dalam sektor riil secara nyata melalui kegiatan pembiayaan berbasis bagi hasil dan transaksi riil dalam rangka keadilan, tolong menolong menuju kebaikan dan kemaslahatan ummat.

Distribusi simpanan di BPRS secara nasional pada periode Desember 2018 mengalami kenaikan sesuai dengan data yang disampaikan oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) sebagai berikut.

**Tabel 1. 2 Data Distribusi Simpanan BPRS Di Indonesia**

**(Rp Miliar)**

<b>Bulan</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Januari	6.505,06	7.904,85
Februari	6.613,50	7.971,59
Maret	6.658,51	8.087,97
April	6.792,71	8.123,62
Mei	6.784,25	8.026,21
Juni	6.705,00	8.034,43
Juli	6.959,32	8.375,72
Agustus	7.108,95	8.524,77
September	7.223,75	8.660,64

<sup>4</sup> Khotibul Umam, *Trend Pembentukann Bank Umum Syariah*, Yogyakarta: BFPE, 2009, h. 41.

Oktober	7.330,77	8.704,58
November	7.536,02	8.918,90
Desember	7.821,43	9.163,93

Sumber : Lembaga Penjamin Simpanan (LPS)

Berdasarkan tabel 1.2 diatas bahwa salah satu tolok ukur perkembangan BPRS di Indonesia dapat dilihat dari seberapa besar jumlah simpanan yang berhasil dihimpun oleh BPRS tersebut dan dilaporkan ke Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Total pertumbuhan simpanan BPRS di Indonesia pada bulan Desember 2018 mencapai Rp.1.342,53 miliar (17,16%, Yoy) dari Rp. 7.821,43 per Desember 2017 menjadi Rp. 9.163,96 per Desember 2018.<sup>5</sup>

Ekspansi yang dilakukan Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) dalam menysasar pasar mikro, berdampak semakin ketat persaingan bagi BPRS. Padahal segmen mikro merupakan sasaran bagi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), dalam hal ini BPRS Suriyah KC Semarang harus mampu menghadapi tantangan revolusi industri tersebut. BPRS Suriyah KC Semarang harus responsif menciptakan pasar sendiri dengan cara melakukan pendekatan kekeluargaan dengan nasabah, dan menekankan pelayanan karena nasabah akan loyal jika diberi layanan dengan baik. Nasabah yang sudah cocok dengan layanan yang diberikan BPRS Suriyah KC Semarang akan lebih dikenal masyarakat dan menghasilkan nasabah yang setia.

Melihat Fenomena ini maka bank harus meningkatkan dan mengembangkan strategi dalam memahami apa saja faktor dalam mendukung loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah dapat dibentuk berdasarkan cara penanganan keluhan dan komitmen nasabah. Loyalitas merupakan bagian terpenting seorang nasabah untuk tetap menggunakan produk dan jasa dengan pembelian ulang pada bank tersebut. Loyalitas nasabah mempunyai hubungan yang positif dengan

---

<sup>5</sup> Data Distribusi Simpanan Pada BPR Dan BPRS Semester II-2018, <https://www.lps.go.id>, diakses 16 Februari 2019, h. 9.

performa bisnis suatu bank.<sup>6</sup> Faktor pertama yang berpengaruh terhadap loyalitas dalam penelitian ini adalah penanganan keluhan. Perilaku keluhan oleh nasabah merupakan sikap ketidakpuasan atas suatu produk berupa barang/jasa yang digunakan.

Keluhan yang disampaikan oleh nasabah harus dilihat sebagai suatu masukan bagi bank, karena penanganan keluhan secara baik dan bijak justru akan memberikan peluang bagi perbaikan produk/barang dan membuat nasabah untuk tetap loyal pada bank.<sup>7</sup> Nasabah yang merasa tidak mendapatkan layanan secara baik saat menyampaikan keluhan maka nasabah akan dengan mudah beralih ke bank lain yang dirasa dapat memberikan layanan penanganan keluhan secara baik. Faktor kedua yang mempengaruhi loyalitas adalah komitmen nasabah. Loyalitas yang diperkuat dengan komitmen diantara bank dan nasabah dapat meningkatkan hubungan yang lebih dekat dalam penjaminan kebutuhan dan keinginan nasabah. Komitmen nasabah dapat dibangun dengan kejujuran dari penyedia jasa atau bank karena dengan kejujuran, nasabah akan memberikan kepercayaan dan berkomitmen kepada bank untuk tetap loyal dan menyimpan dana di bank tersebut.

Data yang diperoleh di BPRS Suriyah KC Semarang riset Maret 2019.<sup>8</sup>

**Tabel 1. 3 Jumlah Nasabah BPRS Suriyah KC Semarang (Tahun 2019)**

<b>Jenis</b>	<b>Nasabah</b>
Tabungan	3.993
Deposito	452
Pembiayaan	343
<b>Jumlah nasabah</b>	<b>4.788</b>

Sumber : BPRS Suriyah Kantor Cabang Semarang tahun 2019

<sup>6</sup> Nurhayati dan Fatmasaris Sukesti, "Peningkatan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Melalui Peningkatan Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Dengan Variabel Religiusitas Sebagai Variabel Moderating", Jurnal Economica, Vol. VII, Edisi 2, Oktober 2016, h. 143.

<sup>7</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2014, Edisi 3, h. 247.

<sup>8</sup> Arsip Dokumen BPRS Suriyah Semarang.

Berdasarkan data diatas pada BPRS Suriyah kantor cabang Semarang menunjukkan bahwa jumlah nasabah yang menabung di BPRS suriyah sebanyak 3.993 nasabah, deposito sebanyak 452 nasabah, dan pembiayaan sebanyak 343 nasabah. Jadi jumlah nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah KC Semarang sebanyak 4.788 nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Anindhyta Budiarti (2011), yaitu bahwa penanganan keluhan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Penanganan keluhan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Umum Syariah di Surabaya terbukti kebenarannya dan dapat diterima.<sup>9</sup> Hasil penelitian ini berbeda dengan yang dilakukan Riza Helmawan (2015), dimana hasil penelitian menunjukkan penanganan keluhan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah artinya penanganan keluhan tidak mempunyai kontribusi yang nyata terhadap keputusan loyalitas nasabah, dengan semakin tinggi penanganan keluhan tersebut maka tidak akan berpengaruh signifikan mendukung meningkatnya loyalitas nasabah. Hal ini tidak sejalan dengan teori karena temuan dilapangan berbeda dengan teori.<sup>10</sup>

Penelitian Bidah Sariyati (2017), dapat disimpulkan bahwa komitmen memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Artinya, jika komitmen mengalami peningkatan maka loyalitas nasabah akan meningkat juga.<sup>11</sup> Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitri Ningtyas dan Basuki Rachmad (2011), dari hasil pengujian meunjukkan bahwa komitmen dalam suatu bank tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabahnya berdasarkan hasil temuan lapangan terlihat bahwa sebagian responden yang merupakan Bank Muamalat juga merupakan nasabah dari bank lain. Dapat diidentifikasi bahwa

---

<sup>9</sup> Anindhyta Budiarti, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah di Surabaya”, Jurnal Ekuitas, Vol. 15, No. 2, Juni 2011, h. 229.

<sup>10</sup> Riza Helmawan Wahyudhi, “Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada BPRS Tanmiya Artha Kediri”, Skripsi, Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2015, h. 73.

<sup>11</sup> Bidah Sariyati, “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syariah Surakarta Dengan Komitmen Sebagai Variabel Intervening”, Skripsi, Salatiga: IAIN Salatiga, 2017, h. 92.

kemungkinan hal ini yang menyebabkan komitmen tidak mempengaruhi loyalitas nasabah.<sup>12</sup>

**Tabel 1. 4 Temuan Research Gap**

No	Kesenjangan Hasil Penelitian	Hasil Penelitian Terdahulu
1	Tidak konsistennya temuan penelitian pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas	Penanganan keluhan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. (Anindhyta Budiarti, 2011)
		Penanganan keluhan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. (Riza Helmawan Wahyudhi, 2015)
2	Tidak konsistennya temuan penelitian pengaruh komitmen terhadap loyalitas	Komitmen memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. (Bidah Sariyati, 2017)
		Komitmen tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. (Fitri Ningtyas dan Basuki Rachmad, 2011)

Sumber: Dikembangkan untuk Penelitian.

Loyalitas nasabah terhadap suatu produk dan pelayanan dilandasi oleh faktor-faktor tertentu. Maka dalam penelitian ini, faktor-faktor tersebut akan menjadi variabel penelitian. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah pada BPRS Suriyah KC Semarang, diantaranya yaitu penanganan keluhan dan komitmen nasabah. Dengan adanya penanganan keluhan yang baik dan komitmen yang erat akan disukai nasabah dan menjadikan nasabah loyal pada BPRS Suriyah KC Semarang. Berdasarkan uraian hasil penelitian diatas maka dari itu penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “*Pengaruh*

<sup>12</sup> Fitri Ningtyas dan Basuki Rachmad, “*Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Penanganan Masalah dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya*”, *Journal of Business and Banking*, Vol. 1, No. 1, Mei 2011, h. 56.

*Penanganan Keluhan Dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah KC Semarang”.*

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dari peneliti adalah sebagai berikut :

1. Apakah penanganan keluhan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah KC Semarang?
2. Apakah komitmen nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah KC Semarang?
3. Apakah penanganan keluhan dan komitmen nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah KC Semarang?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan**

1. Untuk mengetahui pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah KC Semarang.
2. Untuk mengetahui pengaruh komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah KC Semarang.
3. Untuk mengetahui pengaruh penanganan keluhan dan komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah KC Semarang.

### 1.3.2 Manfaat

#### 1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan serta pemahaman tentang pengaruh penanganan keluhan dan komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Suriyah KC Semarang.

#### 2. Secara Praktis

##### 1) Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menuangkan ide/pemikiran ke dalam bentuk tulisan dan melatih berfikir dalam menganalisis pengaruh penanganan keluhan dan komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Suriyah KC Semarang.

##### 2) Bagi BPRS Suriyah Kantor Cabang Semarang

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan, sumbangan pikiran, dan dari hasil penelitian ini dapat digunakan BPRS Suriyah KC Semarang sebagai dasar pengembangan kualitas dari instansi tersebut.

##### 3) Bagi UIN Walisongo Semarang

Sebagai tambahan informasi kepada UIN Walisongo Semarang dan sebagai tambahan dalam kepustakaan dibidang perbankan syari'ah khususnya dan dapat dijadikan sebagai bahan bacaan yang berisikan suatu studi yang bersifat karya ilmiah.

## 1.4 Sistematika Penulisan

Hasil penelitian ini disusun dalam bentuk laporan hasil penelitian yang sistematikanya sebagai berikut :

### BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini di dalamnya membahas beberapa unsur yang terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab II ini berisikan landasan teori yang berkaitan dengan variabel penelitian yaitu pengertian penanganan keluhan, teori komitmen nasabah, teori loyalitas nasabah, pengertian BPRS, kerangka teori, dan hipotesis.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini memuat tentang rancangan penelitian, jenis penelitian, waktu dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, sumber data, tehnik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta analisis data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dibagian ini memuat deskripsi singkat hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis) dan pembahasan.

**BAB V : PENUTUP**

Pada bab akhir ini dalam skripsi akan memuat tentang kesimpulan dan saran yang ditunjukkan kepada pihak yang berkepentingan.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kajian Teori

##### 2.1.1 Penanganan Keluhan

Keluhan secara bahasa berasal dari kata latin *plangere* yang artinya adalah memukul dan pukulan itu ditunjukkan pada bagian dada. Konteks keluhan pada saat ini, lebih diartikan sebagai sesuatu yang dianggap mengganggu atau tidak menyenangkan terhadap beberapa aspek yang diterima seseorang. Organisasi dapat mengumpulkan keluhan pelanggan dengan sejumlah cara diantaranya yaitu, kotak saran, formulir keluhan, saluran telepon khusus, website, kartu komentar, survay kepuasan dan *customer exit surveys*.<sup>13</sup>

Keluhan nasabah adalah ungkapan emosi nasabah karena adanya sesuatu yang tidak dapat diterima, yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan maupun pelayanan. Keluhan yang muncul dari nasabah harus diidentifikasi berdasarkan tingkat penyelesaiannya, dengan tujuan untuk mencari jalan keluar sehingga masing-masing pihak saling diuntungkan.<sup>14</sup>

Penanganan keluhan menurut Karatepe dalam Ferdyan Chandra adalah secara efektif dapat mengubah pelanggan yang merasa dirugikan menjadi pelanggan yang loyal. Hal ini diperkuat oleh pendapat Mudie dan Cottam, bahwa penanganan keluhan yang efektif akan memberikan sebuah peluang untuk mengubah pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk atau jasa perusahaan yang puas bahkan akan menjadikan pelanggan yang abadi.<sup>15</sup>

Peraturan Bank Indonesia nomor: 7/7/PBI/2005 tentang penyelesaian pengaduan nasabah bahwa pengaduan oleh nasabah yang tidak segera ditindaklanjuti akan berpotensi meningkatkan resiko reputasi bagi bank dan dalam

---

<sup>13</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset, 2014, h. 446.

<sup>14</sup> Sopiah, dan Etta Mamang Sangadji, *Salesmanship*, Jakarta: Bumi Aksara, 2016, h. 332.

<sup>15</sup> Ferdyan Chandra Chrisna dan Yessy Artanti, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Nganjuk)", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 1, No. 4, Juli 2013, h. 1106.

waktu jangka panjang dapat menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga perbankan, peraturan ini bertujuan untuk menciptakan kepedulian dan menumbuhkan kesadaran pada pelaku usaha untuk menjaga kepercayaan bagi nasabah.<sup>16</sup> Pasal 2 Peraturan BI nomor: 7/7/PBI/2005 berbunyi (1) Bank wajib menyelesaikan setiap Pengaduan yang diajukan nasabah dan atau perwakilan nasabah. (2) Untuk menyelesaikan pengaduan, bank wajib menetapkan kebijakan dan memiliki prosedur tertulis yang meliputi : a. penerimaan pengaduan, b. penanganan dan penyelesaian pengaduan, c. dan pemantauan penanganan dan penyelesaian pengaduan.

Menghadapi keluhan nasabah diperlukan sebuah pemahaman, sehingga akan menciptakan penanganan manajemen keluhan yang baik dan tidak menimbulkan rusaknya komunikasi yang sudah terjalin antara nasabah dan bank. Penanganan keluhan dilakukan dengan mengidentifikasi sumber permasalahan yang menyebabkan pelanggan tidak puas. Pada dasarnya ada tiga sumber utama yang berhubungan dengan keluhan yaitu :<sup>17</sup>

1. 40% masalah disebabkan oleh perusahaan itu sendiri, seperti kualitas produk rendah, komunikasi yang tidak akurat dan berlebihan, harga terlalu mahal dan lain-lain.
2. 20% masalah disebabkan oleh karyawan, seperti sikap dan perilaku yang kasar dan tidak sopan.
3. Sisanya 40% berasal dari pelanggan itu sendiri, seperti tidak teliti dalam membaca instruksi atau petunjuk yang diberikan, ekspektasi yang berlebihan, dan lain-lain.

Berkaitan dengan keluhan, terdapat tiga tipe pelanggan menurut Denham yaitu pertama *active complainers* adalah pelanggan yang memahami haknya, asertif, percaya diri, dan tahu persis cara menyampaikan keluhan ke perusahaan yang bersangkutan. Kedua *inactive complainers* adalah pelanggan yang lebih suka menyampaikan keluhannya kepada orang lain seperti teman, keluarga, rekan kerja

---

<sup>16</sup> Peraturan Bank Indonesia Nomor: 7/7/PBI/2005 Tentang Penyelesaian Pengaduan Nasabah, <https://www.bi.go.id/peraturan/perbankan>, diakses 15 Januari 2019, h. 1.

<sup>17</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010, h.109.

daripada langsung kepada perusahaan tersebut. Ketiga *hyperactive complainers*, adalah pelanggan yang selalu memberikan keluhan terhadap apapun.<sup>18</sup>

Setiap konsumen/pelanggan yang merasa tidak puas atas kinerja produk, jasa dan atau perusahaan tertentu akan bereaksi dengan tindakan yang berbeda-beda. Ada yang mendiamkan saja dan ada juga yang melakukan keluhan kepada perusahaan yang bersangkutan. Item-item spesifik pengukuran minat pelanggan untuk melakukan keluhan dapat dilihat pada tabel 2.1.

**Tabel 2. 1 Tipologi Perilaku Pelanggan**

<b>Voice Response</b>	<b>Private Response</b>	<b>Third Party Response</b>
<i>Redress seeking (voice)</i>	Memperingatkan keluarga dan teman (gethuk tular negative)	<i>Legal Action</i>
<i>No action (loyalitas)</i>	<i>Exit</i>	Komplain ke lembaga konsumen

Sumber : Diadaptasi dari Singh dalam Tjiptono.

Berkaitan dengan tabel 2.1, ada tiga kategori dalam tipe keluhan pelanggan yaitu :<sup>19</sup>

1. *Voice Response*

Ditunjukkan pada obyek-obyek yang sifatnya eksternal bagi lingkaran sosial nasabah (relasi informal) dan pihak-pihak yang secara langsung terlibat dalam pertukaran yang tidak memuaskan oleh penyedia jasa atau bank. *No action response* atau tidak melakukan apa-apa juga termasuk dalam kategori ini karena menggambarkan perasaan terhadap pemasar atau penjual.

2. *Private Response*

<sup>18</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran ...*, h. 449.

<sup>19</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality dan Satisfaction*, Yogyakarta: Andi Offset, 2016, Edisi 4, h. 249-251.

Dalam kategori ini ditunjukkan pada obyek yang sifatnya internal yaitu seperti memberitahu dan memperingati kolega, teman, atau keluarganya mengenai pengalaman buruknya dalam menggunakan suatu produk atau jasa dari bank yang bersangkutan dan dampaknya buruk bagi citra bank tersebut.

### 3. *Thrid Party Response*

Kategori ini ditunjukkan pada obyek-obyek eksternal yang tidak terlibat secara langsung dalam suatu pengalaman yang tidak memuaskan, misalnya melalui surat kabar, lembaga konsumen, dan lembaga hukum. Bentuk dari responnya bisa berupa menuntut ganti rugi secara hukum, mengadu lewat media masa atau secara langsung mendatangi lembaga hukum dan sebagainya.

Keluhan nasabah, dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan suatu masukan positif maupun negatif yang tujuannya supaya bank dapat memperbaiki kualitas jasa atau produk yang dihasilkan. Proses penanganan keluhan secara efisien dapat mengubah nasabah yang tidak puas menjadi nasabah yang puas. Empat aspek penanganan keluhan yang penting menurut Tjiptono yaitu :

#### 1. Empati terhadap pelanggan yang marah

Dalam menanggapi nasabah yang marah atau emosi, maka perusahaan perlu bersikap empati dan berkepala dingin, mendengarkan keluhan mereka dan berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh nasabah.

Pada saat menunjukkan rasa empati maka pelanggan akan merasa bahwa perusahaan bersungguh-sungguh dalam melayani. Menjalin komunikasi secara baik antara pelanggan sangat penting untuk mengetahui akar permasalahan, percakapan dengan sikap yang empati untuk dapat memahami masalah yang sebenarnya terjadi dan mencari solusi yang tepat agar kedua belah pihak sama-sama diuntungkan. Hal ini lebih efektif untuk menuntaskan permasalahan yang ada. Empati mempunyai tiga dimensi yaitu :

- a. *Acces*, perusahaan mudah didekati dan mudah dihubungi.

- b. *Communication*, mendengarkan pelanggan dan selalu memberitahu pelanggan mengenai informasi terbaru.
- c. *Understanding the customer*, membuat upaya mengenal pelanggan dan mengetahui kebutuhan mereka.

2. Kecepatan dalam penanganan keluhan

Menanggapi dan menangani keluhan nasabah secara cepat, maka ada kemungkinan nasabah tersebut menjadi puas dan kemungkinan besar akan menjadi nasabah bank kembali. Kecepatan merupakan hal penting dalam penanganan keluhan.

3. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan keluhan

Bank harus memperhatikan aspek kewajaran khususnya biaya dan kinerja jangka panjang. Hasil yang diharapkan tentunya adalah situasi 'win-win' dimana nasabah dan bank sama-sama diuntungkan. Hasil riset *Technical Assistance Research* menjelaskan bahwa :<sup>20</sup>

- a. 70% pelanggan yang melakukan keluhan akan melakukan bisnis lagi dengan perusahaan yang sama, apabila merasa puas atas pelayanan dalam menangani keluhan.
- b. 20-70% pelanggan yang tidak puas dengan penanganan keluhan yang diberikan tidak akan melakukan bisnis lagi dengan perusahaan yang sama.
- c. Hanya 10-30% pelanggan yang memiliki keluhan (tetapi tidak menyampaikan keluhan atau meminta bantuan) akan melakukan bisnis lagi dengan perusahaan yang sama.

Konsumen/pelanggan yang ingin memperoleh keadilan (*justice and fairness*) dalam bentuk :<sup>21</sup>

- a. *Outcome Fairness*, yaitu berupa hasil atau kompensasi yang setimpal dengan ketidakpuasan yang dialami.

---

<sup>20</sup> Ibid, h. 254-255.

<sup>21</sup> Ferdyan Chandra Chrisna, *Pengaruh ...*, h. 1108.

- b. *Procedural Fairness*, yaitu proses penanganan keluhan dan pemecahan masalah yang jelas, tepat waktu dan prosedurnya tidak mengecewakan.
  - c. *Interaction Fairness*, yaitu berupa perlakuan yang sopan dan menunjukkan kepedulian dan kejujuran.
4. Kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan

Hal ini penting bagi nasabah dalam menyampaikan komentar, saran, kritik dan pertanyaan, maupun keluhannya. Bila perlu dan memungkinkan, bank dapat menyediakan saluran telepon bebas pulsa dan atau *website* untuk menampung keluhan nasabah.

Dalam Al-Qur'an telah dijelaskan tentang keluhan yaitu terdapat pada QS. Al-Anbiya ayat 15 yang berbunyi :

فَمَا زَالَتْ تِلْكَ دَعْوَاهُمْ حَتَّىٰ جَعَلْنَاهُمْ حَصِيدًا خَامِدِينَ

Artinya : “Maka tetaplah demikian keluhan mereka, sehingga kami jadikan mereka sebagai tanaman yang telah dituai, yang tidak dapat hidup lagi”.

Dari Ayat diatas dapat diketahui bahwa mengabaikan dan membiarkan keluhan nasabah untuk menunggu lama tanpa kejelasan dalam transaksi bisnis, mendapat pelayanan yang tidak sesuai dengan yang diharapkan dan menganggap remeh atau tidak menghargai. Bank yang seperti ini akan menuai hasil atas apa yang dilakukan yaitu akan ditinggalkan oleh nasabah. Penanganan keluhan merupakan bagian dari pelayanan prima yang tidak terpisahkan. Ketidakpuasan nasabah akan semakin besar apabila keluhannya tidak segera ditangani.

Padahal dengan menjaga, menciptakan, dan meningkatkan kepuasan nasabah, perbankan tersebut justru akan membuka dan mendatangkan pintu rezeki yang luar biasa dan mendapatkan keuntungan yang halal tentunya bagi pihak perbankan syariah. Salah satunya dapat mendatangkan nasabah yang loyal dan tidak beralih ke bank lain yang menggiurkan.

### 2.1.2 Komitmen Nasabah

Komitmen menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yaitu perjanjian (keterikatan) untuk melakukan sesuatu kontrak.<sup>22</sup> Moorman, Zalthman, Despande dan Zulganef dalam Rahman El- Junusi menjelaskan, komitmen yaitu Hubungan antara sikap terhadap bukti fisik, proses dan karyawan dengan kualitas keterhubungan, serta perannya dalam menimbulkan niat untuk pembelian ulang dan loyalitas.<sup>23</sup>

Komitmen nasabah merupakan orientasi jangka panjang dalam suatu hubungan, termasuk keinginan untuk mempertahankan hubungan itu. Nasabah yang mempunyai komitmen kuat terhadap perbankan syariah diprediksikan akan meningkatkan loyalitasnya menjadi nasabah perbankan syariah sehingga akan tetap setia (loyal) untuk menggunakan produk atau jasa bank berbasis syariah.<sup>24</sup>

Pelanggan yang berkomitmen kemungkinan besar tidak memerlukan lagi tambahan informasi sewaktu melakukan transaksi dan tidak mudah terpengaruh oleh bujukan dari pihak pesaing lain. Walaupun mereka berpindah karena alasan promosi, akan tetapi untuk transaksi berikutnya akan tetap kembali pada perusahaan dimana pelanggan sudah loyal.<sup>25</sup> Komitmen terdiri dari tiga dimensi menurut Aderson dan Weitz yaitu hasrat untuk membangun hubungan yang stabil, kemauan untuk memberikan pengorbanan dalam membangun suatu hubungan, dan kepercayaan hubungan yang stabil.

---

<sup>22</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/komitmen.html>, diakses 16 Februari 2019.

<sup>23</sup> Rahman El Junusi, *Membangun Kemitraan Antara Bank Syariah dan Nasabah Dengan Pendekatan Customer Relationship Management*, Jakarta : Lembaga Penelitian IAIN Walisongo Semarang, 2012, h. 27.

<sup>24</sup> Anita Rahmawaty, "Pengaruh Service Performance, Kepuasan, Trust, dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kudus", *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 5, No. 1, Juni 2011, h. 75.

<sup>25</sup> J. Supranto dan Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011, Edisi 2, h. 244.

Menurut Fullerton dan Taylor dalam Rahman El-Junusi, indikator untuk mengukur komitmen ada tiga yaitu :<sup>26</sup>

1. Komitmen afeksi (Affective Commitment)

Komitmen yang berdasarkan pada keterlibatan emosional pada perusahaan yang berupa perasaan cinta dan kemurahan hati pada perusahaan tersebut.

Kecenderungan seorang pelanggan yang memiliki komitmen afeksi yang tinggi, dapat menunjukkan rasa memiliki atas perusahaan, dan keinginan untuk tetap bertahan pada perusahaan tersebut.

2. Komitmen kontinum (Continuance Commitment)

Komitmen yang merujuk kepada suatu pengorbanan oleh nasabah dan sebuah ketergantungan kepada bank. Pelanggan dengan tipe ini akan tetap bergabung dan bertahan berdasarkan pertimbangan untung rugi yang diperolehnya. Artinya terdapat dua aspek dalam komitmen ini yaitu melibatkan pengorbanan pribadi apabila meninggalkan perusahaan dan ketiadaan alternatif bagi orang tersebut.

3. Komitmen normatif (Normative Commitment)

Komitmen yang berisi tentang keyakinan terhadap bank tersebut dan tumbuhnya rasa berbagi tanggung jawab dan tetap bertahan karena loyalitas.

Keyakinan yang kuat untuk tetap berusaha dengan bersungguh-sungguh untuk mencapai suatu hasil yang maksimal harus dimiliki oleh setiap nasabah dalam mencapai tujuan bersama. Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Ahqaaf ayat 13 yang berbunyi:

إِنَّ الَّذِينَ قَالُوا رَبُّنَا اللَّهُ ثُمَّ اسْتَقَامُوا فَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ

Artinya : “*Sesungguhnya orang-orang yang mengatakan; “Tuhan kami ialah Allah”, kemudian mereka tetap istiqomah, maka tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan mereka tiada (pula) berduka cita”*”.

---

<sup>26</sup> Rahman El Junusi, *Membangun...*, h. 30.

Ayat diatas menjelaskan bahwa seseorang nasabah harus tetap teguh pendirian yang dilakukan secara sukarela dan tanggung jawab terhadap sesuatu, baik diri sendiri, orang lain, organisasi, maupun hal tertentu. Seseorang yang memiliki komitmen atau istiqomah merasa wajib untuk melakukannya serta didasari pada adanya keyakinan tanpa keraguan tentang apa yang dianggapnya benar.

### 2.1.3 Loyalitas Nasabah

Loyalitas dapat diartikan sebagai kesetiaan, yaitu kesetiaan nasabah tanpa adanya unsur paksaan tetapi murni dari kesadaran nasabah itu sendiri. Dengan adanya sikap loyal dari nasabah tentunya akan mendatangkan keuntungan antara kedua belah pihak. Pihak nasabah diuntungkan dari segi pelayanan dan kenyamanan dalam menunjang produk/jasa tersebut. Sedangkan dari pihak bank akan mendapat keuntungan demi keberlangsungan hidup bank tersebut.

Mengakui akan adanya hakikat Iman dan hakikat agama tanpa adanya dusta, bagi umat Islam yang beriman. Kata keimanan inilah yang dimaksud dengan loyalitas hamba (umat Islam) kepada Rabb-nya.<sup>27</sup> Allah berfirman dalam QS. Al-Hujurat Ayat 15 yang berbunyi :

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ آمَنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ لَمْ يَرْتَابُوا وَجَاهَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ  
وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ۗ أُولَٰئِكَ هُمُ الصَّادِقُونَ

Artinya : *“Sesungguhnya orang-orang yang beriman itu hanyalah orang-orang yang percaya (beriman) kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian mereka tidak ragu-ragu dan mereka berjuang (berjihad) dengan harta dan jiwa mereka pada jalan Allah. Mereka itulah orang-orang yang benar”*.

Ayat diatas dapat dikaitkan dengan loyalitas nasabah, yaitu jika nasabah sudah memiliki hubungan yang kuat dan setia terhadap suatu bank atau merek

---

<sup>27</sup> Eka Laila Fitriani, *“Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-Banking (Studi Pada Nasabah BNI Syariah KC Teluk Betung)”*, Skripsi, Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2018, h. 68.

maka nasabah tersebut akan tetap loyal dan tidak peduli dengan harga produk tersebut maupun tertarik dengan merek lain yang menggiurkan.

Loyalitas nasabah adalah suatu perilaku pembelian yang positif ditunjukkan untuk pelanggan terhadap perusahaan, merek, toko, pemasok yang dilakukan secara teratur, konsisten dan berkesinambungan serta berulang-ulang dalam kurun waktu yang lama.<sup>28</sup> Menurut Oliver dalam Herry Sutanto, Loyalitas atau kesetiaan adalah suatu komitmen mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali sebuah produk atau jasa yang disukai pada masa depan, meskipun situasi mempengaruhi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan pengalihan perilaku.<sup>29</sup>

Loyalitas nasabah merupakan satu konsep yang mencakup lima faktor yaitu:

1. Pengalaman pelanggan dengan kepuasan yang utuh ketika melakukan transaksi dengan perusahaan.
2. Bersedia untuk mengembangkan hubungan dengan perusahaan.
3. Bersedia untuk menjadi pelanggan setia atau membeli secara terus-menerus.
4. Bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain.
5. Penolakan dan berpaling dari pesaing yang saat ini digunakan.

Menciptakan loyalitas pelanggan merupakan sebuah aset bagi perusahaan dalam memperoleh keuntungan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya, sebagaimana yang di jelaskan oleh Griffin, indikator untuk mengetahui pelanggan yang loyal sebagai berikut :<sup>30</sup>

1. *Makes regular repeat purchases*

Yaitu melakukan pembelian secara berulang-ulang dan teratur terhadap perusahaan yang sama. Pelanggan yang puas atas suatu produk/ jasa akan terus setia dengan produk/jasa tersebut.

---

<sup>28</sup> Zulkarnain, *Entrepreneurial Marketing*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014, h. 114 - 115.

<sup>29</sup> Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013, h. 286.

<sup>30</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta, 2015, Cet. 4, h. 130.

2. *Purchases across product and service line*

Yaitu membeli diluar lini produk/jasa yang ditawarkan. Pelanggan yang loyal akan membeli produk lain yang terdapat di perusahaan

3. *Refers other*

Yaitu merekomendasikan produk lain. Pelanggan yang loyal akan merekomendasikan produk lain yang digunakannya kepada orang lain.

4. *Demonstrates an immunity to the full of the competition*

Yaitu menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (tidak mudah terpengaruh oleh tarikan pesaing produk lain). Pelanggan yang loyal tidak akan berpaling terhadap produk lain walaupun pesaing memberikan promosi yang menjanjikan kepada pelanggan.

Dalam konsep loyalitas terdapat empat tahapan yaitu :<sup>31</sup>

1. Loyalitas Kognitif (keyakinan), yaitu tahap dimana adanya kepercayaan terhadap suatu merek, dan merek tersebut lebih diminati daripada merek lain.
2. Loyalitas Afektif (sikap), yaitu pelanggan lebih memilih merek yg timbul akibat adanya kepuasan.
3. Loyalitas konektif (niat), yaitu intensi membeli ulang yang kuat dan membeli karena keterlibatan tinggi sebagai dorongan motivasi.
4. Loyalitas tindakan, yaitu menghubungkan peningkatan yang baik dari minat dan keinginan menjadi sebuah tindakan yang disertai kemauan untuk mengatasi segala halangan yang mungkin terjadi.

---

<sup>31</sup> Evi Oktaviani Satriyani, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah, dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya", *Journal of Business and Banking*, Vol. 2, No. 2, November 2012, h. 173.

Menciptakan pelanggan yang loyal maka seorang pelanggan harus melalui beberapa tahapan yaitu :<sup>32</sup>

1. *Suspect*, yaitu meliputi semua orang yang akan membutuhkan atau membeli produk/jasa perusahaan, tetapi belum mengetahui mengenai informasi perusahaan dan produk/jasa yang ditawarkan.
2. *Pospect*, yaitu orang-orang yang memiliki kebutuhan akan jasa dan mempunyai kemampuan untuk membelinya. Pada tahapan ini pelanggan belum melakukan pembelian tetapi telah mengetahui keberadaan perusahaan atas produk/jasa yang ditawarkan.
3. *Disqualified Prospect*, yaitu orang yang telah mengetahui keberadaan perusahaan dan produk/jasa tetapi tidak mempunyai kebutuhan akan produk/jasa dan tidak mempunyai kemampuan untuk membeli.
4. *First Time Customer*, yaitu pelanggan yang membeli untuk pertama kalinya.
5. *Repeat Customer*, yaitu pelanggan yang melakukan pembelian sebanyak dua kali atau lebih.
6. *Client*, yaitu membeli semua produk/jasa yang ditawarkan dan telah melakukan pembelian secara teratur.
7. *Advocates*, yaitu pelanggan yang membeli semua produk/jasa yang ditawarkan secara teratur dan mendorong teman-temannya untuk melakukan pembelian.

Loyalitas adalah perilaku yang diharapkan oleh bank syariah kepada nasabahnya dimana bank mengharapkan nasabah untuk tetap setia pada bank syariah. Kebijakan yang diterapkan oleh bank syariah mengenai loyalitas nasabah yaitu :<sup>33</sup>

1. Melakukan pembelian ulang produk perbankan lain yang ada di bank syariah.

---

<sup>32</sup> Rini Dwiyan Hadiwidjaja, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Baitul Maal Wat Tamwil”, Jurnal Ilmu Akuntansi, Vol. 10, No. 2, Oktober 2007, h. 292.

<sup>33</sup> Rahman, *Membangun ...*, h. 36.

2. Tetap memilih bank syariah tidak memiliki niatan untuk menutup atau tidak melanjutkan bank syariah meskipun ditawarkan produk sejenis dari bank lain.
3. Yakin bahwa bank syariah yang terbaik memiliki keyakinan yang kuat bahwa bank syariah merupakan produk tabungan rencana yang paling baik.
4. Merekomendasikan bank syariah kepada orang lain untuk menggunakan bank syariah.

Menurut Griffin keuntungan-keuntungan yang akan didapat perusahaan apabila memiliki pelanggan yang loyal yaitu :<sup>34</sup>

1. Mengurangi biaya pemasaran hal ini karena untuk menarik pelanggan baru biayanya lebih mahal.
2. Dapat mengurangi biaya transaksi.
3. Dapat mengurangi biaya *turn over* pelanggan karena penggantian pelanggan lebih sedikit.
4. Meningkatkan penjualan silang yang akan memperbesar pangsa pasar perusahaan.
5. Mendorong *word of mouth* yang lebih positif, dengan asumsi bahwa pelanggan yang loyal juga berarti mereka merasa puas.
6. Dapat mengurangi biaya kegagalan seperti biaya penggantian dan lain-lain.

#### 2.1.4 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Bank (Pasal 1 angka 1 UU Perbankan Syariah) adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.

Istilah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dalam (Pasal 1 angka 9 UU Perbankan Syariah) yaitu bank syariah yang dalam kegiatan usahanya tidak

---

<sup>34</sup> Ratih Huriyati, *Bauran ...*, h. 129.

boleh memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Yang perlu diperhatikan dari ketentuan diatas adalah kepanjangan dari BPRS yang berupa Bank Perkreditan Rakyat Syariah. Ini berarti semua peraturan perundang-undangan yang menyebut BPRS dengan Bank Perkreditan Rakyat Syariah harus diganti dengan nama Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.<sup>35</sup>

Pengaturan perizinan pendirian BPRS dimuat dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 yang mengatur Bank pembiayaan Rakyat Syariah hanya dapat didirikan dan atau dimiliki oleh:<sup>36</sup>

- a. Warga negara Indonesia (WNI) dan atau badan hukum Indonesia yang seluruh pemiliknya warga negara Indonesia.
- b. Pemerintah Daerah.
- c. Dua pihak atau lebih sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b.

Kegiatan usaha dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) intinya hampir sama dengan kegiatan dari Bank Umum Syariah, yaitu berupa penghimpunan dana, penyaluran dana dan kegiatan di bidang jasa. Perbedaannya adalah bahwa Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) tidak boleh memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, seperti ikut dalam kegiatan kliring, inkaso, dan menerbitkan giro. Kegiatan usaha Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dalam pasal 21 UU Perbankan Syariah yaitu :

1. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk :
  - a. Simpanan yang berupa tabungan atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
  - b. Investasi berupa deposito atau tabungan atau bentuklainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.
2. Menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk:

---

<sup>35</sup> Zubairi Hasan, *Undang-Undang Perbankan Syariah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009, h. 7.

<sup>36</sup> Jundiani, *Pengaturan Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia*, Malang: UIN Malang Press, 2017, Cet. 2, h. 84.

- a. Pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah* atau *musyarakah*.
  - b. Pembiayaan berdasarkan akad *murabahah*, *salam*, atau *istishna'*.
  - c. Pembiayaan berdasarkan akad *qardh*.
  - d. Pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad ijarah atau sewa beli dalam *bentuk ijarah muntahiya bittamlik*.
  - e. Pengambilalihan utang berdasarkan akad *hawalah*.
3. Menempatkan dana pada Bank Syariah lain dalam bentuk titipan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi berdasarkan akad *mudharabah* dan atau akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.
  4. Memindahkan uang baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah melalui rekening BPRS yang ada di BUS, Bank Umum Konvensional, dan UUS.
  5. Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha Bank Syariah lainnya yang sesuai dengan Prinsip Syariah berdasarkan persetujuan Bank Indonesia.<sup>37</sup>

Larangan yang tidak boleh dilakukan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) berdasarkan Pasal 25 UU Perbankan Syariah, BPRS dilarang:<sup>38</sup>

1. Melakukan kegiatan usaha yang bertentangan dengan Prinsip Syariah.
2. Menerima simpanan berupa Giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran.
3. Melakukan kegiatan usaha dalam valuta asing, kecuali penukaran asing dengan izin Bank Indonesia.
4. Melakukan kegiatan usaha perasuransian, kecuali sebagai agen pemasaran produk asuransi syariah.
5. Melakukan penyertaan modal, kecuali pada lembaga yang dibentuk untuk menanggulangi kesulitan likuiditas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

---

<sup>37</sup> Khotibul Umam, *Trend ...*, h. 54.

<sup>38</sup> Zubairi Hasan, *Undang-Undang ...*, h. 95.

6. Melakukan usaha lain di luar kegiatan usaha sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 21.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu**

<b>Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Hasil Temuan</b>
Anindhiyta Budiarti (2011)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah di Surabaya	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, penanganan keluhan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Umum Syariah di Surabaya dan hipotesisnya terbukti.
Fitri Ningtyas dan Basuki Rachmad (2011)	Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Penanganan Masalah dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepercayaan dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat di Surabaya dan hal ini teruji kebenarannya.</li> <li>2. Komitmen tidak berpengaruh terhadap loyalitas hal ini disebabkan karena sebagian besar responden yang merupakan nasabah Bank Muamalat juga merupakan nasabah dari bank lain.</li> <li>3. Komunikasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.</li> <li>4. Penanganan masalah tidak</li> </ol>

		berpengaruh terhadap loyalitas nasabah hal ini tidak teruji kebenarannya.
Riza Helmawan Wahyudi (2015)	Pengaruh Penanganan Keluhan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di BPRS Tanmiya Artha Kediri.	Disimpulkan bahwa variabel penanganan keluhan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Tanmiya Artha Kediri, dan hipotesis penelitiannya tidak teruji.
Aulia Yumi Rosda (2015)	Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komunikasi, Komitmen, Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Sudirman Pekanbaru	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dari penelitian yang dilakukan kepercayaan berpengaruh secara signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Sudirman Pekanbaru.</li> <li>2. Komunikasi tidak berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Sudirman Pekanbaru.</li> <li>3. Komitmen berpengaruh secara signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Sudirman Pekanbaru.</li> <li>4. Penanganan keluhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah BNI Syariah KC. Sudirman Pekanbaru.</li> </ol>

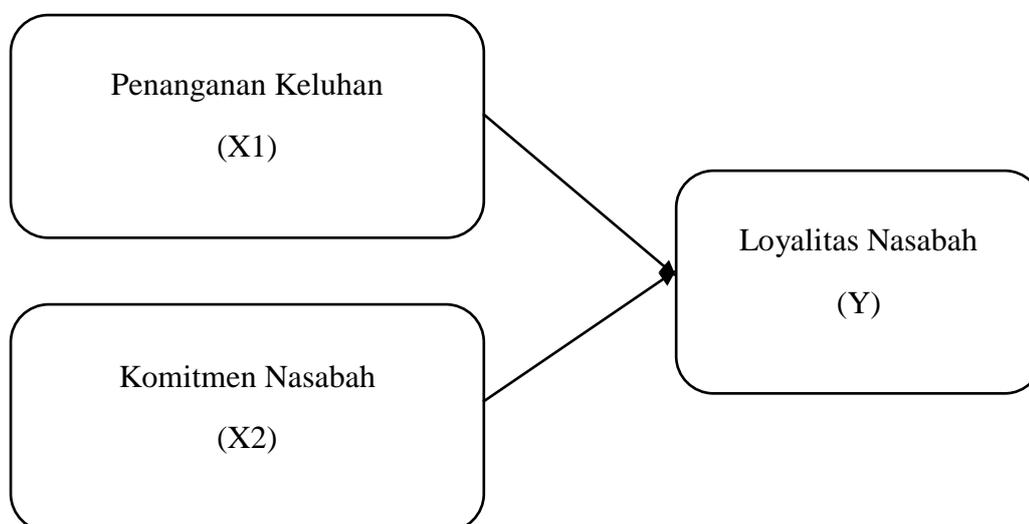
Bidah Sariyati (2017)	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syariah Surakarta Dengan Komitmen Sebagai Variabel Intervening	1. Berdasarkan uji parsial (t-hitung) kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas. 2. Berdasarkan uji parsial (t-hitung) Komitmen berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas.
-----------------------------	--	---

Berdasarkan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan diatas, jelas bahwa analisis pengaruh penanganan keluhan dan komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang belum pernah diteliti. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah variabel dan tempat penelitian.

### 2.3 Kerangka Berpikir

Berdasarkan tinjauan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun suatu kerangka teori dalam penelitian ini sebagai berikut :

**Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir**



Sumber: adaptasi dari berbagai sumber yang diolah kembali untuk penelitian.

Kerangka pemikiran teoritis yang disajikan diatas menjelaskan bahwa loyalitas nasabah BPRS Suriyah KC. Semarang dipengaruhi oleh 2 variabel yang terdiri dari penanganan keluhan dan komitmen nasabah.

#### **2.4 Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan kajian teori dan penjelasan dari masing-masing variabel yang mempengaruhi loyalitas nasabah, maka dapat diajukan hipotesis alternatif sebagai berikut :

1. Penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang.

Ho = Penanganan keluhan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang.

Ha = Penanganan keluhan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang.

2. Komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang.

Ho = Komitmen nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang.

Ha = Komitmen nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang.

3. Penanganan keluhan dan komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang.

Ho = Penanganan keluhan dan komitmen nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang.

Ha = Penanganan keluhan dan komitmen nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis dan Sumber Data

##### 3.1.1 Jenis Data

Metode penelitian pada dasarnya sebuah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metodologi penelitian yaitu ilmu yang mengkaji ketentuan atau aturan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian.<sup>39</sup>

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang berfokus pada pengujian hipotesis dari data-data yang telah diolah. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel, tehnik yang digunakan pada pengambilan sampel dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dengan analisis data bersifat statistik atau kuantitatif untuk menghasilkan hipotesis.<sup>40</sup>

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui penanganan keluhan dan komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah KC Semarang. Analisis penelitian kuantitatif dengan uji empiris teori yang dipakai dan dilakukan setelah selesai pengumpulan data secara tuntas dengan menggunakan sarana statistik.

#### Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini pada tanggal 27-31 Mei 2019. Penelitian ini dilakukan pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang yang terletak di Jalan Indraprasta No. 39, Pindrikan Lor, Kota Semarang, Jawa Tengah 50131.

---

<sup>39</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset, 2010, h. 4.

<sup>40</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2013, h. 13.

### 3.1.2 Sumber Data

Data adalah kumpulan beberapa informasi yang tujuannya untuk menjawab permasalahan dalam suatu penelitian. Sumber data yaitu subjek penelitian tempat data menempel, yang bisa berupa benda, manusia, tempat, berupa angka-angka dari hasil pencatatan atau suatu kejadian.<sup>41</sup> Sumber data penelitian terdiri atas :

1. Data primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dan sumber asli yang berhubungan dengan obyek yang diteliti. Data Dalam penelitian ini, data primer dapat diperoleh langsung dari responden dengan cara menyebarkan kuisisioner pada nasabah BPRS Suriyah KC Semarang.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara yang tersusun dalam arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data yang dikeluarkan oleh BPRS Suriyah KC Semarang yang berupa sejarah, visi dan misi, struktur organisasi, serta studi literatur yang diperoleh dari buku, jurnal dan internet yang bisa dijadikan penunjang dalam data sekunder.

## 3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

### 3.2.1 Populasi

Populasi merupakan Obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian diambil kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasinya adalah nasabah BPRS Suriyah Semarang dengan total 4.788 nasabah.

---

<sup>41</sup> Ibid, h, 43.

### 3.2.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah sebagian saja dari jumlah populasi yang yang memiliki karakteristik yang benar-benar mewakili penelitian. Teknik Sampling adalah teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian. Teknik penelitian sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*. *Non probabiity sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan yang sama bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>42</sup>

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik sampel dengan *Acidental sampling* yaitu mengambil sampel kepada nasabah atau responden yang kebetulan ditemui ketika proses penelitian di BPRS Suriyah KC Semarang yang dirasa cocok sebagai sumber data.

Rumus Slovin untuk menetapkan jumlah sampel:<sup>43</sup>

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n= Ukuran sampel

N= Ukuran populasi

e<sup>2</sup>= Persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, misalnya 10%.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{4788}{1 + 4788(0,1)^2}$$

$$n = \frac{4788}{1 + 47,88}$$

$$n = \frac{4788}{48,88}$$

---

<sup>42</sup> Yeti Nurizzati, "Peranan Statistika Dalam Penelitian Sosial Ekonomi", Jurnal Edueksos, Vol. 1, No. 1, Januari-Juni 2012, h. 95.

<sup>43</sup> Etta Mamang Sangadji, *Metodologi ..*, h. 189.

$$n = 97,95 = 98$$

Berdasarkan data yang diperoleh, data yang menabung di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah KC Semarang yang berjumlah 4.788 nasabah. Jumlah sampel yang diambil adalah dibulatkan menjadi 100 orang dari total 4.788 nasabah.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara untuk memperoleh data dalam kegiatan penelitian yaitu menentukan cara untuk mendapatkan data mengenai variabel-variabel.<sup>44</sup>

#### 1. Kuisisioner (Angket)

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Manfaat dari kuisisioner guna mengambil sikap atau pendapat dari responden. Kuisisioner dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data tentang identitas responden dan variabel penelitian tentang penanganan keluhan, komitmen nasabah dan loyalitas nasabah pada BPRS Suriyah KC. Semarang. Peneliti menggunakan angket tertutup yang berisikan alternatif jawaban sehingga responden tinggal memilih jawaban yang tersedia.

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka dari jawaban akan diberi skor dengan skala likert sebagai berikut :

- Sangat Setuju (SS) = 5
- Setuju (S) = 4
- Cukup Setuju (CS) = 3
- Tidak Setuju (TS) = 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

---

<sup>44</sup> Etta Mamang Sangadji, *Metodologi ...*, h. 149.

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kumpulan dokumen yang dapat memberikan bukti yang berhubungan dengan proses pengumpulan data yang berkaitan. Manfaat dari dokumentasi sebagai penyedia informasi untuk kebutuhan penelitian. Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu foto, dan mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan nasabah BPRS Suriyah Kantor Cabang Semarang.

## 3. Kepustakaan

Kepustakaan adalah tehnik yang digunakan dengan mempelajari, mendalami dan mengutip teori dari berbagai sumber literatur, seperti jurnal, artikel, internet, buku, dan lain sebagainya. Manfaat kepustakaan ini sebagai bahan untuk menggali teori-teori yang ditemukan oleh para ahli.

### **3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

#### 3.4.1 Variabel Penelitian

Variabel adalah atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh sebuah informasi yang kemudian dapat ditarik kesimpulannya.<sup>45</sup> Dalam penelitian ini terdapat variabel-variabel yaitu :

##### 1. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel independen pada variabel ini adalah Penanganan Keluhan ( $X_1$ ) dan Komitmen Nasabah ( $X_2$ ).

##### 2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel dependen pada

---

<sup>45</sup> Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013, h. 108.

penelitian ini adalah Loyalitas Nasabah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah KC Semarang.

### 3.4.2 Definisi Operasional

Definisi operasional yaitu menentukan definisi mengenai cara mengukur variabel yang telah diidentifikasi secara konseptual yang dijadikan pedoman dalam sebuah penelitian.

**Tabel 3. 1 Definisi Operasional Penelitian**

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Ukur
Penanganan Keluhan (X1)	Penanganan keluhan yaitu dengan adanya penanganan keluhan yang baik dan bijak akan memberikan peluang besar bagi bank untuk mengubah nasabah yang awalnya tidak puas menjadi nasabah yang puas dan tetap loyal pada bank tersebut	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Empati terhadap pelanggan yang marah</li> <li>2. Kecepatan dalam penanganan keluhan.</li> <li>3. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan keluhan</li> <li>4. Kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan</li> </ol>	Diukur dengan skala angket dengan menggunakan skala <i>likert</i> .
Komitmen Nasabah (X2)	Komitmen nasabah adalah suatu keadaan dimana seseorang nasabah tetap teguh pendirian yang dilakukan secara	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Komitmen Afeksi (Affective Commitment)</li> <li>2. Komitmen Kontinum (Continuance</li> </ol>	Diukur dengan skala angket dengan menggunakan skala <i>likert</i> .

	sukarela dan tanggung jawab terhadap sesuatu, baik diri sendiri, orang lain, organisasi, maupun hal tertentu.	Commitment) 3. Komitmen Normatif (Normative Commitment)	
Loyalitas Nasabah (Y)	Loyalitas adalah suatu sikap nasabah yang timbul atas kesadarannya sendiri untuk setia dengan cara terus menerus membeli dan menggunakan produk tersebut pada suatu perusahaan/bank.	1. Melakukan pembelian secara berulang-ulang dan teratur terhadap perusahaan yang sama, ( <i>Makes regular repeat purchases</i> ). 2. Membeli diluar lini produk/jasa yang ditawarkan, ( <i>Purchases across product and service line</i> ). 3. Merekomendasikan produk lain, ( <i>Refers other</i> ). 4. menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing, ( <i>Demonstrates an immunity to the full</i>	Diukur dengan skala angket dengan menggunakan skala <i>likert</i> .

		<i>of the competition).</i>	
--	--	-----------------------------	--

Sumber: literature mendukung yang diolah peneliti.

### 3.5 Tehnik Analisis Data

#### 3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas yaitu menggambarkan tingkat instrumen yang bersangkutan mampu mengukur apa yang akan diukur. Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen (kuisisioner) yang digunakan dalam pengumpulan data.<sup>46</sup> Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi *product moment* dari parson yang rumusnya :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{((n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2))}}$$

Keterangan :

r = Angka indeks “r” *product moment*

n = Banyaknya sampel

$\sum XY$  = Jumlah perkalian X dan Y

$\sum X$  = Jumlah seluruh skor X

$\sum Y$  = Jumlah seluruh skor Y

Dengan ketentuan :

- Jika r hitung positif dan r hitung > r tabel (pada taraf  $\alpha = 10\%$ ), maka variabel tersebut valid.
- Jika r hitung neganif dan r hitung < r tabel (pada taraf  $\alpha = 10\%$ ), maka variabel tersebut tidak valid.

<sup>46</sup> Ricki Yuliadi dan Zuli Nuraeni, *Statistika Penelitian*, Yogyakarta: Innosain, 2017, h. 93.

### 3.5.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas yaitu uji yang berkenaan dengan tingkat keajegan atau ketetapan hasil dari suatu pengukuran. Reliabel lebih mudah dan dimengerti dengan memperhatikan tiga aspek dari suatu alat ukur yaitu kemantapan, ketepatan, dan homogenitas.<sup>47</sup> Uji reabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Cronbach Alpha*.

Rumus *Cronbach Alpha* yaitu:

$$r_{11} = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( \frac{1 - \sum s_i^2}{s^2_t} \right)$$

Keterangan :

$r_{11}$  = reabilitas instrumen

$n$  = jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum s_i^2$  = jumlah varian skor tiap item

$s^2_t$  = varian total

Sebuah instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 dikatakan instrumen tersebut reliabel. Uji reabilitas dari instrumen dengan tingkat signifikan 5%.

### 3.5.3 Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, dapat menggunakan analisis parametrik. Jika data tidak berdistribusi dengan normal maka menggunakan analisis non parametrik.<sup>48</sup> Ada beberapa cara untuk uji yang dapat digunakan dalam uji normalitas yaitu dengan menggunakan uji Kolmogorof-Smirnof dan Normal P-Plot yaitu :

#### 1. Uji Kolmogorof-Smirnof

<sup>47</sup> Ibid, h. 102.

<sup>48</sup> Rambat Lupiyoadi dan Ridho Bramulya Ikhsan, *Praktikum Metode Riset Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2015, h. 134.

Analisis statistik menggunakan uji statistik non parametrik Kolmogorof-  
Dengan pedoman pengambilan keputusan nilai signifikansi 5% :

- Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikan  $> 0,05\%$ .
- Data tidak berdistribusi dengan normal jika nilai signifikan  $< 0,05\%$ .

## 2. Normal P-Plot

Dasar pengambilan keputusan uji normalitas yaitu :

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal sehingga data tersebut menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normal.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak tidak mengikuti arah garis tidak meunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### 3.5.4 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas yaitu menguji apakah model regresi terdapat adanya korelasi atau hubungan yang kuat antar variabel bebas (independen).<sup>49</sup> Model regresi yang baik yaitu model regresi yang tidak terdapat korelasi antar variabel bebas, karena jika saling berkorelasi maka nilainya nol.

Cara mendeteksi apakah terdapat korelasi antar variabel independen dapat dilihat dari nilai *tolerance* :

- Jika nilai *tolerance*  $> 0,1$  dan nilai *Variance inflation Factor* (VIF)  $< 10$  berarti terbebas dari adanya multikolinieritas.
- Jika nilai *tolerance*  $< 0,1$  dan nilai *Variance inflation Factor* (VIF)  $> 10$  berarti terdapat adanya multikolinieritas.

---

<sup>49</sup> Ibid, h. 141.

### 3.5.5 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah homogenitas atau tidak heteroskedastisitas.<sup>50</sup>

Untuk menguji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser yaitu dengan melihat pada grafik Scatter Plot residualnya (ZRESID) dan prediksi variabel dependen (ZPRED).

- Jika nilai signifikan hitung  $>$   $\alpha = 5\%$  maka tidak terdapat heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikan hitung  $<$   $\alpha = 5\%$ , maka terjadi heteroskedastisitas.

### 3.5.6 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi R<sup>2</sup> digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependennya. Persamaan regresi yang baik ditentukan oleh R<sup>2</sup> yang memiliki nilai antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

### 3.5.7 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi yaitu ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen yang bertujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui.<sup>51</sup> Berikut adalah bentuk persamaannya :

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

<sup>50</sup> Yayasan Cendekia Solution Yogyakarta, *Modul Pelatihan Pengolahan Data Statistik Dengan SPSS*, (walisongo Press), h. 70.

<sup>51</sup> Ibid, h. 57.

Keterangan :

Y = loyalitas nasabah

$\alpha$  = nilai Konstanta

X<sub>1</sub> = penanganan keluhan

X<sub>2</sub> = komitmen nasabah

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = koefisien regresi

e = eror

### 3.5.8 Uji Hipotesis

#### 3.5.8.1 Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menentukan pengaruh variabel dependen secara bersama-sama atau simultan.<sup>52</sup> Kriteriaanya adalah jika signifikan  $F < 0.05$  atau jika  $F$  hitung  $>$  tabel maka hipotesis nol ditolak yang artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

#### 3.5.8.2 Uji T (Parsial)

Uji t yaitu digunakan untuk menguji tentang kebenaran atau kepalsuan dari hipotesis nol/nihil (H<sub>0</sub>) yang menyatakan bahwa antara dua mean sampel yang diambil secara random dari populasi yang sama tidak terdapat perbedaan signifikan.

Kriteriaanya :

- Jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel atau  $\text{sig} > 0,05$ , maka H<sub>0</sub> diterima.
- Sebaliknya jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel atau  $\text{sig} < 0,05$ , maka H<sub>0</sub> ditolak.<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup> Rambat Lupiyoadi, *Praktikum ...*, h. 167.

<sup>53</sup> Yayasan Cendekia Solution Yogyakarta, *Modul pelatihan ...*, h. 23.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **4.1 Deskripsi Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah BPRS Suriyah**

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah berdiri pada tanggal 06 Januari 2005 dan mulai beroperasi pada tanggal 01 April 2005. BPRS Suriyah didirikan oleh pengusaha asal Cilacap yaitu bapak Drs. H. Mulia Budy Artha dan ibu Drs. Hj. Siti Fatimah beserta beberapa kerabat. Pendirian BPRS Suriyah dilatarbelakangi oleh banyaknya keinginan dari masyarakat untuk membuat lembaga keuangan yang berbasis syariah di Kabupaten Cilacap. Nama Suriyah sendiri diambil dari nama ibu kandung dari salah satu pendiri BPRS Suriyah yaitu ibu Fatimah. Sedangkan pada lambang BPRS Suriyah terdapat 13 lambang garis yang menunjukkan saudara kandung dari ibu Fatimah yang berjumlah 13 orang bersaudara. BPRS Suriyah adalah bank yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, dan tidak menerima simpanan dalam bentuk giro.

Sasaran pasar BPRS Suriyah yaitu kalangan menengah kebawah atau ekonomi mikro. Munculnya gagasan untuk mendirikan BPRS Suriyah Cabang Semarang karena masih terbukanya segmen pasar keuangan syariah di Kota Semarang terutama pasar mikro, perdagangan, dan industri rumah tangga. Atas dasar faktor tersebut maka pada tanggal 16 Oktober 2010, diresmikan BPRS Suriyah Cabang Semarang melalui keputusan BI Purwokerto No. 12/56/Dpbs/PadBS/pwt pada tanggal 06 Oktober 2010. Izin operasi/usaha BPRS Suriyah dari Gubernur BI No.07/014/KEP.GBI/2005 tanggal 21 Maret 2005 dengan modal disetor Rp. 1 miliar. Setelah beroperasi selama kurang lebih 4 tahun per Desember 2008 aset BPRS Suriyah telah mencapai Rp. 15,37 miliar dan per November 2010 memiliki aset sebesar Rp. 25 miliar dan pada tahun 2013 aset yang dimiliki oleh BPRS Suriyah mencapai Rp. 13.025.453.211,06. Peningkatan

aset ini dikarenakan pertumbuhan dana pihak ketiga (simpanan) cukup besar dan didukung jaringan kantor yang luas.<sup>54</sup>

#### 4.1.2 Visi, Misi dan Motto Kerja BPRS Suriyah

##### 1. Visi

- a. Menjadi BPRS yang kompetitif, efisien, dan memenuhi prinsip kehati-hatian.
- b. Mampu mendukung sektor riil secara nyata melalui kegiatan pembiayaan berbasis bagi hasil dan transaksi riil dalam rangka keadilan, tolong menolong menuju kebaikan dan kemaslahatan umat.
- c. Sehat diukur dari ketentuan/peraturan Bank Indonesia.
- d. Memperluas jaringan pelayanan.
- e. Pembinaan sumber daya insani yang profesional dan berintegritas.

##### 2. Misi

- a. Ikut membangun ekonomi umat
- b. Menyediakan produk-produk perbankan syariah yang mampu mendorong masyarakat untuk menjalankan bisnis secara produktif, efisien, dan akuntabel.
- c. Pertumbuhan bank secara optimal.
- d. Memelihara hubungan kerja yang baik.

##### 3. Motto Kerja

- a. Raih masa depan gemilang dengan investasi yang aman, halal, dan menguntungkan secara terencana.
- b. Semua produk dan usaha yang kami jalankan telah mendapatkan persetujuan dan sudah diawasi oleh dewan pengawas syariah.
- c. Nikmati kemudahan, kecepatan, keamanan, kenyamanan, dan keberkahan bertransaksi di Bank Pembiayaan Rakyat Suriyah dengan pelayanan terbaik dari kami.

---

<sup>54</sup> [www.banksuriyah.com](http://www.banksuriyah.com), Profile BPRS Suriyah.

#### 4.1.3 Pengurus dan Pemegang Saham

1. Susunan pengurus BPRS Suriyah adalah sebagai berikut :<sup>55</sup>

a. Dewan Komisaris :

Komisaris Utama : Dra. Hj. Siti Chasanah

Komisaris : Muchamad Taufiqullah

b. Dewan Pengawas Syariah : Habib Mustafa

Rezza Arief Budi Arta

c. Direktur Utama : Ahmad Mujahid

d. Direktur : M. Maruto Ardi S

2. Susunan pemegang saham BPRS Suriyah adalah sebagai berikut :

a. Siti Fatimah : 67,15%

b. Mulia Budy Artha : 10,77%

c. Okty Prahalanitya : 9,42%

d. Ammy Amalia Fatma Surya : 6,73%

e. Aulia Hasan Hariadi : 2,69%

f. Ilma Maria Fitriana : 2,42%

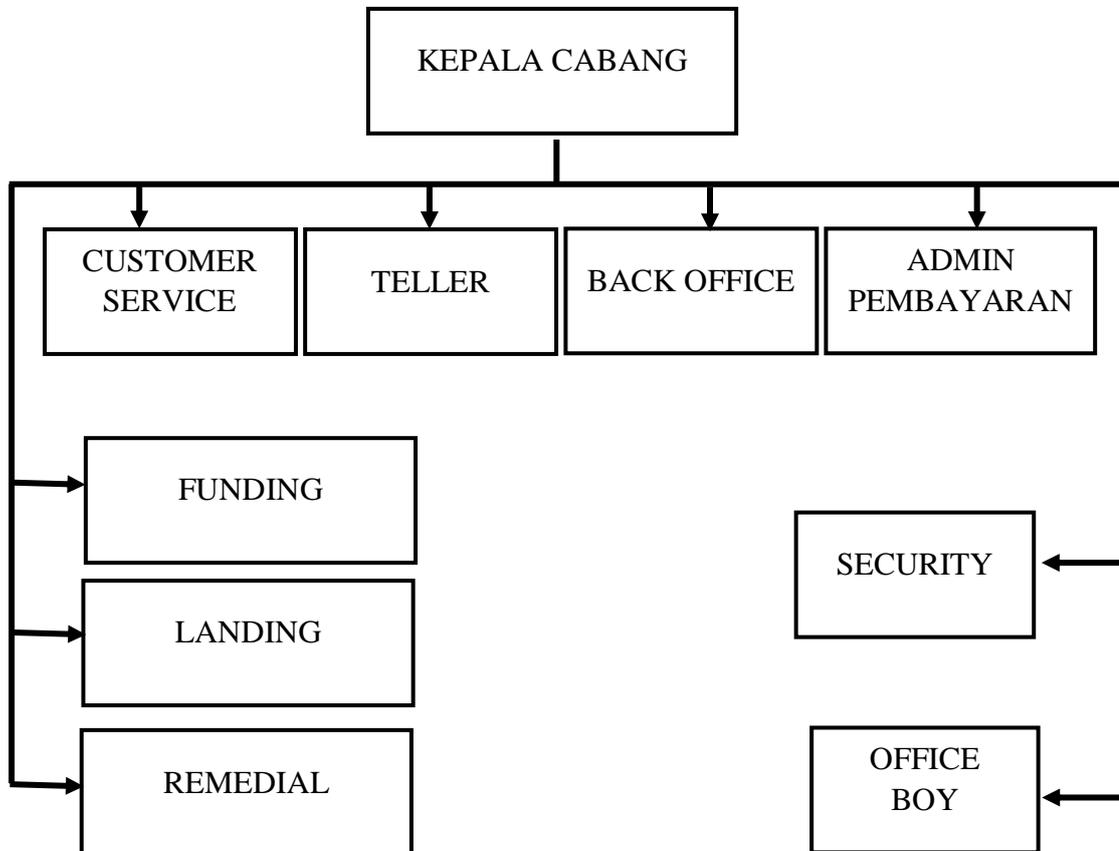
g. Ahmad Mujahid : 0,81%

---

<sup>55</sup> Arsip Dokumen BPRS Suriyah.

## 4.1.4 Struktur Organisasi PT. BPRS Suriyah KC Semarang

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi



Sumber : Arsip Dokumen BPRS Suriyah

**Keterangan :**

Kepala Cabang	:	Umar Faruq
Customer Service	:	Vidya Rinukti
Teller	:	Lisa Karmila Puspa Sari Kinansih
Back Office	:	Sri Indah Priyatiningasih
Funding	:	Muhamad Qoshtolani Asyiful Umam

Lending	:	Prayudiyanto Fajar Friyantiyas Kurniawam
Remedial	:	Sentot Sapto Nugroho Dwi Anggoro Sunu Aji
Admin Pembayaran	:	Anggarita Werdiningsih
Office Boy	:	Muhamad Wakhidun
Security	:	Nunung Efendi

#### 4.1.5 Tugas dan Wewenang Jabatan di BPRS Suriyah KC Semarang

##### 1. Kepala Kantor Cabang Semarang

- a. Bertanggungjawab atas kelancaran operasional perusahaan sesuai dengan rencana kerja tahunan yang disusun direksi dan diketahui dewan komisaris.
- b. Bertanggungjawab atas pemasaran produk, pengelolaan keuangan dalam hal penghimpunan dan pelepasan dana.
- c. Berwenang menandatangani cek dan bilyet giro, bilyet deposito, perjanjian kredit dengan pihak ketiga berdasarkan ketetapan dewan komisaris.
- d. Berwenang melakukan survai calon debitur dan memutuskan kredit sesuai wewenang komite kredit yang ditetapkan oleh dewan komisaris.
- e. Bertanggungjawab terhadap perekrutan, pengembangan, peningkatan kemampuan kerja (kompetensi), kesejahteraan dan pemberhentian SDM bank.

##### 2. Teller

- a. Membuat laporan posisi kas ditangan dan posisi saldo akhir pada bank
- b. Melakukan pengeluaran uang yang telah disetujui oleh kepala cabang.
- c. Mengelola kas kecil.

- d. Bertanggungjawab atas pelayanan nasabah dalam hal transaksi tunai baik menerima uang penyetoran tabungan, deposito, pencairan dan pengeluaran lainnya yang berhubungan dengan kantor.
  - e. Memasukan mutasi ke lembaran buku mutasi teller untuk kas masuk pada penerimaan untuk kas keluar pada pembiayaan. Semua mutasi disertai dengan bukti atau slip.
  - f. Memberi tanda redmark untuk setiap slip setoran atau penarikan tabungan.
  - g. Menerima, menyusun dan menghitung uang secara cermat dan hati-hati setiap setoran tunai dari nasabah dan penarikan tunai untuk nasabah.
  - h. Melakukan penyortiran untuk uang masuk dan keluar.
3. Customer Service
- a. Memberikan pelayanan nasabah yang berkaitan dengan pembukaan rekening tabungan, pembukaan deposito, permohonan nasabah lainnya.
  - b. Memberikan informasi sejelas mungkin mengenai berbagai produk dan jasa yang ingin diketahui dan diminati kepada nasabah atau calon nasabah.
  - c. Menerima, melayani dan mengatasi permasalahan yang disampaikan oleh nasabah sehubungan dengan ketidakpuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan pihak bank.
  - d. Mengadministrasikan daftar hitam Bank Indonesia dan daftar rehabilitasi nasabah serta file nasabah.
  - e. Mengadministrasi buku tabungan.
  - f. Memperkenalkan dan menawarkan produk dan jasa yang ada dan yang baru sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.
4. Bagian Operasional
- a. Menerima setoran dari nasabah baik tunai maupun non tunai, kemudian memposting disistem komputer bank.

- b. Mengatur dan bertanggungjawab atas dana kas yang tersedia.
  - c. Memberikan pelayanan transaksi kepada nasabah yang bertransaksi tunai di kantor bank dan melakukan posting di sistem komputer bank.
5. Admin Pembayaran
- a. Melakukan pelayanan dan pembinaan kepada peminjam.
  - b. Menyusun rencana pembiayaan.
  - c. Mengajukan berkas pembiayaan hasil analisis kepada komisi pembiayaan.
  - d. Menerima pengajuan berkas pembiayaan.
  - e. Melakukan analisis pembiayaan.
6. Funding
- a. Menghimpun dana baik dalam bentuk tabungan maupun deposito.
  - b. Mencari atau menghubungi nasabah potensial.
  - c. Memberikan informasi seperti brosur dan menjelaskan perkembangan hasil usaha perusahaan kepada nasabah.
7. Lending
- a. Bertanggungjawab dalam upaya menyalurkan dana bank dalam bentuk pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat yang dinilai produktif.
  - b. Mencari nasabah potensial yang layak diberikan fasilitas pembiayaan.
  - c. Melakukan analisa untuk menentukan layak tidaknya pengajuan pembiayaan dari calon nasabah.
  - d. Bertanggungjawab atas kelancaran pengambilan dana yang telah disalurkan.
8. Remedial
- a. Melakukan pencegahan pembiayaan bermasalah.
  - b. Melakukan pengelolaan terhadap pembiayaan berkolektibilitas kurang lancar, diragukan dan macet serta telah dihapuskan.
  - c. Bertanggungjawab dalam penyelesaian atas pembiayaan bermasalah.

#### 4.1.6 Produk BPRS Suriyah

##### 1. Produk Simpanan

###### a. Tabungan iB Tasya Suriyah

Tabungan yang diperuntukan bagi individu ataupun perusahaan dimana penyetoran dan penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu. Setoran awal minimal Rp. 20.000, selanjutnya minimal Rp. 10.000, dan untuk biaya administrasi bulanan Rp. 1.000. Keuntungan bagi nasabah:

- 1) Nasabah mendapat bonus sesuai dengan kebijakan manajemen bank.
- 2) Dapat digunakan sebagai jaminan dan referensi bank.
- 3) Jika penarikan dikuasakan, harus dilampiri surat kuasa bermaterai cukup.
- 4) Nasabah menerima buku tabungan sebagai bukti tabungan yaitu buku tabungan tasya.

###### b. Tabungan iB Tasya Pelajar dan Santri

Tabungan yang diperuntukan untuk sekolah dan pelajar dimana penyetoran dan penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu untuk pelajar dan santri dengan biaya bulanan Rp. 1.000. Keuntungan bagi nasabah :

- 1) Nasabah mendapat bonus sesuai dengan kebijakan manajemen bank.
- 2) Dapat digunakan sebagai jaminan dan referensi bank.
- 3) Jika penarikan dikuasakan, harus dilampiri surat kuasa bermaterai cukup.
- 4) Nasabah menerima buku tabungan sebagai bukti tabungan.

###### c. Tabungan Sempel iB (simpanan pelajar)

Tabungan simpel di BPRS Suriyah menggunakan akad Wadi'ah, dengan setoran awal Rp. 1.000, setoran selanjutnya minimal Rp. 1.000, dan tabungan ini tidak dikenakan biaya administrasi. Keuntungan menggunakan tabungan simpel yaitu :

- 1) Bebas biaya administrasi
- 2) Setoran cukup ringan
- 3) Mendapatkan buku tabungan
- 4) Jika diakhir semester saldo mencapai Rp. 500.000, akan mendapatkan *reward* yang menarik.

d. Tabungan iB Tasya Haji Baitulloh

Tabungan yang diperuntukan bagi umat Islam yang mempunyai keinginan memenuhi panggilan Allah SWT dengan setoran awal Rp. 100.000, dan setoran berikutnya minimal Rp. 50.000. Keuntungan bagi nasabah :

- 1) Nasabah mendapat bonus sesuai dengan kebijakan manajemen bank.
- 2) Dapat digunakan sebagai jaminan dan referensi bank.
- 3) Jika penarikan dikuasakan, harus dilampiri surat kuasa bermaterai cukup.
- 4) Nasabah menerima buku tabungan sebagai bukti tabungan.
- 5) Bank membantu penyetoran haji melalui seskohat.

e. Tabungan iB Tasya Qurban

Tabungan yang memfasilitasi nasabah untuk menunaikan ibadah qurban. Setoran pertama minimal Rp. 25.000 dan selanjutnya minimal Rp. 10.000. Keuntungan bagi nasabah :

- 1) Nasabah mendapat bonus sesuai dengan kebijakan manajemen bank.
- 2) Dapat digunakan sebagai jaminan dan referensi bank.
- 3) Jika penarikan dikuasakan, harus dilampiri surat kuasa bermaterai cukup.
- 4) Nasabah menerima buku tabungan sebagai bukti tabungan.
- 5) Bank dapat membantu pembelian hewan kurban.

f. Tabungan iB Masa Depan Syariah (Tamansari)

Tamansari yaitu merupakan tabungan investasi dengan akad mudharabah mutlaqah dengan jumlah setoran telah

dicantumkan (tetap) dan rutin dengan periode tertentu (bulanan, triwulan) dan penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat dan waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan. Beberapa keuntungan yang dapat diperoleh dari produk tabungan iB Masa Depan Syariah Suriyah (Tamansari) :

- 1) Bagi hasil akan diberikan setiap bulan sesuai dengan nisbah yang telah disepakati.
- 2) Nisbah bagi hasil lebih menarik dari tabungan lainnya.
- 3) Bagi hasil setiap bulan akan terus menambah saldo tamansari.
- 4) Nasabah bebas menentukan jangka waktu kesepakatan (minimal 3 tahun).
- 5) Jumlah setoran ditentukan sendiri sesuai kemampuan (minimal Rp. 50.000).

g. Deposito iB Mudharabah

Deposito mudharabah dengan prinsip mudharabah mutalaqoh memberikan keuntungan bagi hasil kompetitif yang diberikan setiap bulannya, dapat diperpanjang secara otomatis dengan jangka waktu 1,3,6,12 bulan. Jumlah perorangan minimal Rp. 500.000, dan untuk perusahaan/organisasi minimal Rp. 1.000.000.

2. Produk Pembiayaan

a. iB Bisya Murabahah

Prinsip pembiayaan dengan sistem jual beli barang dengan margin/keuntungan yang telah disepakati dengan pembayaran tangguh atau angsur.

b. iB Bisya Istisna

Prinsip pembiayaan dengan sistem jual beli barang berdasarkan pesanan dengan margin/keuntungan yang telah disepakati dengan pembayaran tangguh/angsur.

c. iB Bisya Mudharabah

Prinsip pembiayaan usaha dengan sistem bagi hasil atas pendapatan atau keuntungan yang diperoleh dari usaha bersama dengan bank sebagai shahibul maal/pemilik modal, pembagian keuntungan dengan nisbah yang telah disepakati.

d. iB Bisya Musyarakah

Prinsip pembiayaan usaha dengan sistem bagi hasil atas pendapatan/keuntungan yang diperoleh dari usaha bersama dengan sharing dana modal (kemitraan) antara nasabah dengan bank. Pembagian keuntungan (bagi hasil) sesuai dengan porsi modal dan nisbah yang telah disepakati.

e. iB Bisya Ijarah

Prinsip pembiayaan dengan sistem sewa dengan pembayaran secara tangguh.

f. iB Bisya multijasa

Prinsip pembiayaan dengan berdasarkan atas manfaat yang diperoleh dengan pembayaran sewa secara berkala.<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup> Brosus BPRS Suriyah.

## 4.2 Gambaran Responden Penelitian

Dalam Penelitian ini, sampel yang diambil adalah nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang sejumlah 100. Setiap Responden mempunyai karakteristik yang berbeda, untuk itu perlu dilakukan pengelompokan dengan karakteristik tertentu. Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 responden melalui kuisioner didapat gambaran sebagai berikut :

### 4.2.1 Jenis Kelamin

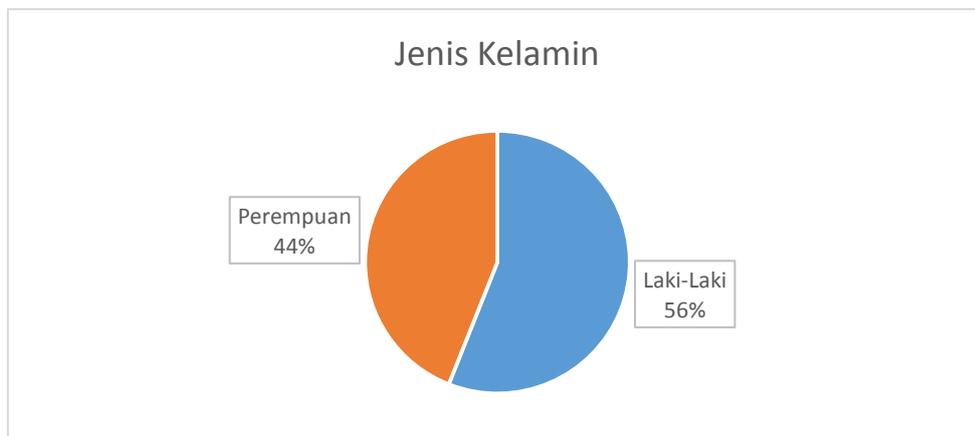
Adapun data jenis kelamin responden di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang sebagai berikut :

**Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase (%)</b>
Laki-laki	56	56%
Perempuan	44	44%
<b>Total</b>	100	100%

Sumber: Data Primer diolah tahun 2019

Pada tabel 4.1 dapat diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin yang diambil menjadi responden menunjukkan mayoritas berjenis kelamin laki-laki sebanyak 56 nasabah atau dengan presentase 56% dan berjenis kelamin perempuan sebanyak 44 nasabah atau dengan presentase 44%. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang adalah laki-laki.

**Diagram 4. 1 Jenis Kelamin**

Sumber: Data Primer diolah tahun 2019

#### 4.2.2 Pekerjaan

Adapun data mengenai pekerjaan responden di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

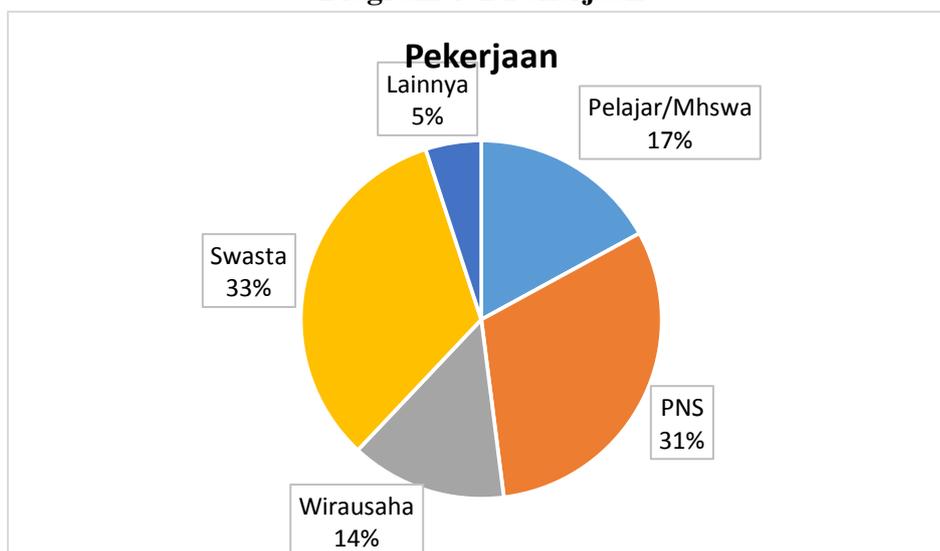
Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	17	17%
PNS	31	31%
Wirausaha	14	14%
Pegawai Swasta	33	33%
Lainnya	5	5%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah tahun 2019

Berdasarkan data pada tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 17 nasabah atau dengan presentase 17%, pekerjaan PNS sebanyak 31 nasabah atau dengan presentase 31%, pekerjaan wirausaha sebanyak 14 nasabah atau dengan presentase 14%, pekerjaan pegawai swasta sebanyak 33 nasabah atau dengan presentase 33% dan

yang tersisa pekerjaan lainnya sebanyak 5 nasabah atau dengan presentase 5%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang sebagian besar mempunyai pekerjaan sebagai pegawai swasta.

**Diagram 4. 2 Pekerjaan**



Sumber: Data Primer diolah tahun 2019

#### 4.2.3 Usia

Adapun data mengenai usia responden di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang dikelompokkan menjadi lima jenis yaitu kurang dari 20 tahun, 21-30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun, dan lebih dari 50 tahun. Adapun data yang diperoleh dari hasil penelitian yaitu :

**Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

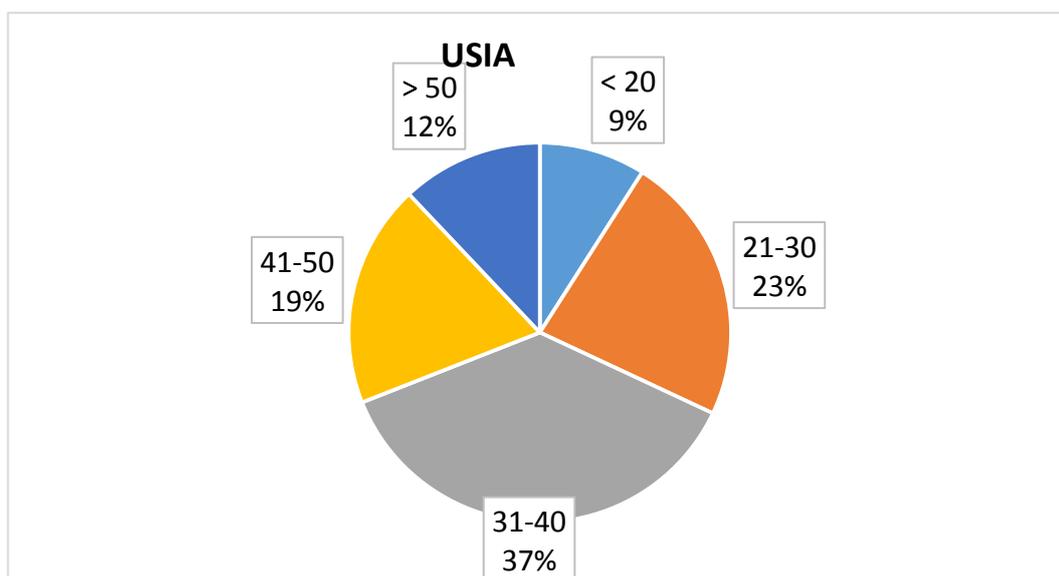
Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
Kurang dari 20 tahun	9	9%
21-30 tahun	23	23%
31-40 tahun	37	37%
41-50 tahun	19	19%

Lebih dari 50 tahun	12	12%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah tahun 2019

Berdasarkan data pada tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 9 nasabah atau dengan presentase 9%, usia 21-30 tahun sebanyak 23 nasabah atau dengan presentase 23%, usia 31-40 tahun sebanyak 37 nasabah atau dengan presentase 37%, usia 41-50 tahun sebanyak 19 nasabah atau dengan presentase 19%, sedangkan usia lebih dari 50 tahun sebanyak 12 nasabah atau dengan presentase 12%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang berusia 31-40 tahun.

**Diagram 4. 3 Usia**



Sumber: Data Primer diolah tahun 2019

#### 4.2.4 Pendidikan

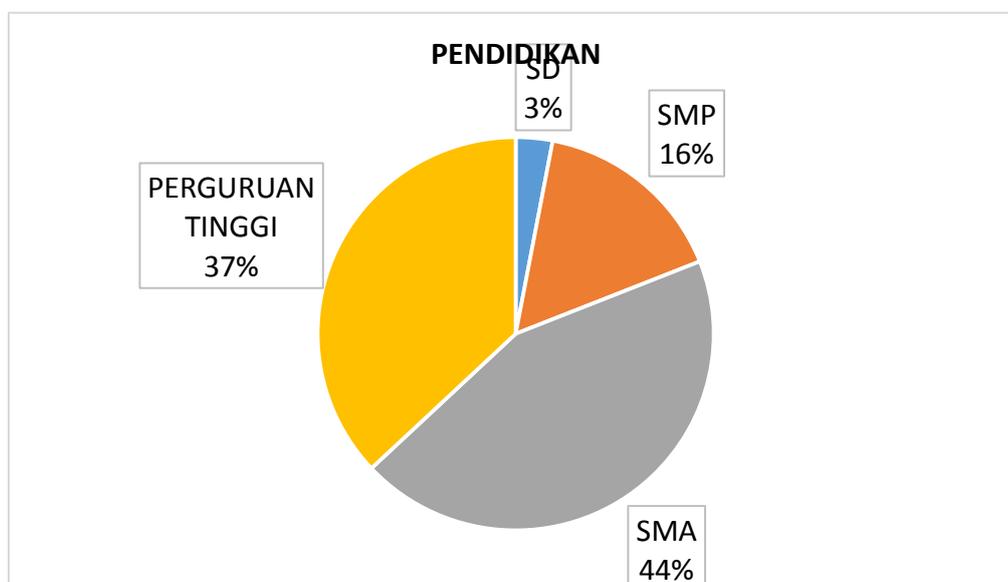
Adapun data mengenai pendidikan responden di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

<b>Pendidikan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase (%)</b>
SD	3	3%
SMP	16	16%
SMA	44	44%
Perguruan Tinggi	37	37%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah tahun 2019

Berdasarkan data pada tabel diatas menunjukkan bahwa responden berdasarkan pendidikan SD sebanyak 3 nasabah atau dengan presentase 3%, pendidikan SMP sebanyak 16 nasabah atau dengan presentase 16%, pendidikan SMA sebanyak 44 nasabah atau dengan presentase 44%, dan pendidikan Perguruan Tinggi sebanyak 37 nasabah atau dengan presentase 37%. Dari data tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar pendidikan responden pada Bank Pembiayaan Rakyat (BPRS) Syariah Kantor Cabang Semarang adalah SMA.

**Diagram 4. 4 Pendidikan**

Sumber: Data Primer diolah tahun 2019

#### 4.2.5 Lama Menjadi Nasabah

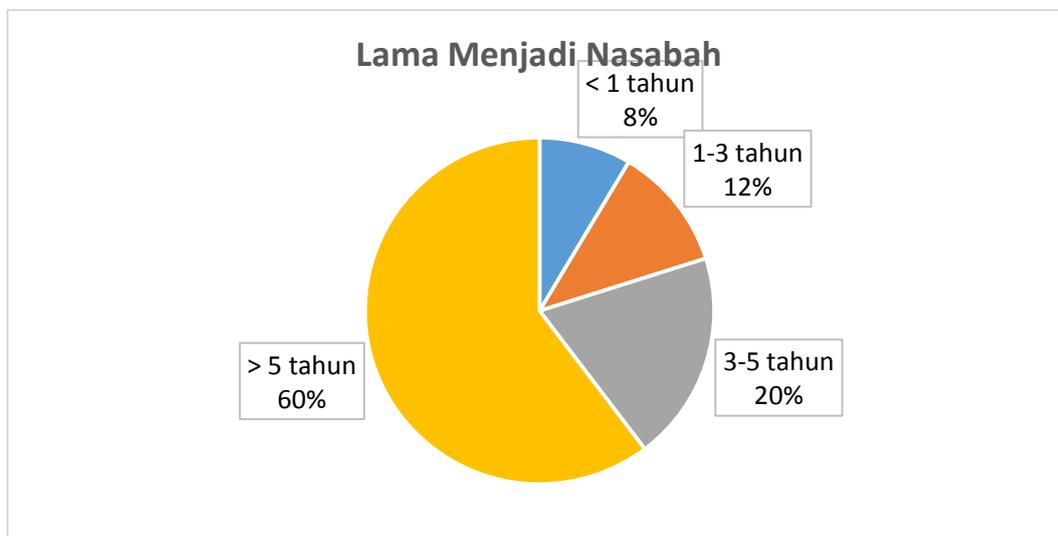
Adapun data mengenai lama menjadi nasabah pada responden di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah**

<b>Lama Menjadi Nasabah</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase (%)</b>
Kurang dari 1 tahun	17	17%
1-3 tahun	23	23%
3-5 tahun	39	39%
Lebih dari 5 tahun	21	21%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah tahun 2019

Berdasarkan data pada tabel diatas menunjukkan bahwa responden berdasarkan lama menjadi nasabah kurang dari 1 tahun sebanyak 17 nasabah atau dengan presentase 17%, lama menjadi nasabah 1-3 tahun sebanyak 23 nasabah atau dengan presentase 23%, lama menjadi nasabah 3-5 tahun sebanyak 39 nasabah atau dengan presentase 39%, dan lama menjadi nasabah lebih dari 5 tahun sebanyak 21 nasabah atau dengan presentase sebesar 21%. Dari data tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar lama menjadi nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang adalah selama 3-5 tahun.

**Diagram 4. 5 Lama Nasabah**

Sumber: Data Primer diolah tahun 2019

#### 4.2.6 Penghasilan

Adapun data mengenai penghasilan responden di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang adalah sebagai berikut

:

**Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan**

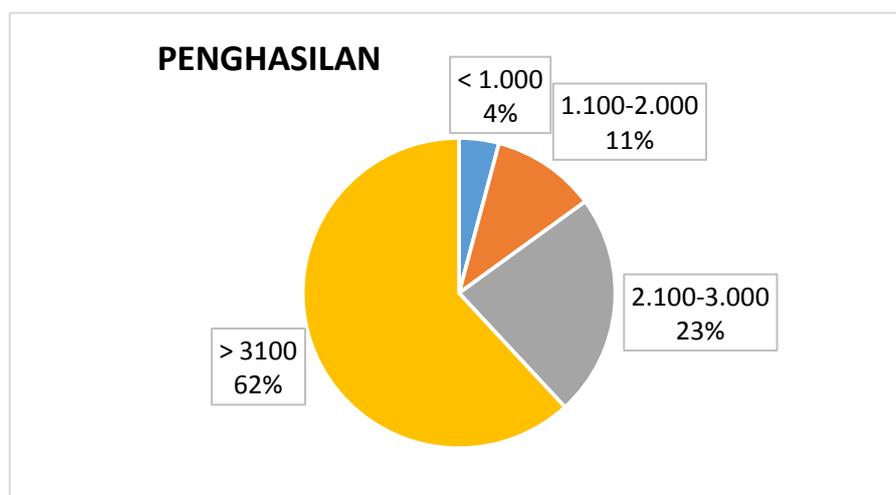
Penghasilan	Jumlah Responden	Presentase (%)
Kurang dari 1.000.000	8	8%
1.100.000-2.000.000	21	21%
2.100.000-3.000.000	45	45%
Lebih dari 3.100.000	26	26%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah tahun 2019

Berdasarkan data pada tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang mempunyai penghasilan kurang dari 1.000.000 sebanyak 8 nasabah atau dengan

presentase 8%, responden berdasarkan penghasilan 1.100.000-2.000.000 sebanyak 21 nasabah atau dengan presentase 21%, penghasilan 2.100.000-3.000.000 sebanyak 45 nasabah atau dengan presentase 45%, dan penghasilan lebih dari 3.100.000 sebanyak 26 nasabah atau dengan presentase 26%. Dari data diatas maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Kantor Cabang Semarang mempunyai penghasilan antara 2.100.000-3.000.000.

**Diagram 4. 6 Penghasilan**



Sumber: Data Primer diolah tahun 2019

### 4.3 Hasil Penelitian

#### 4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen (kuisisioner) yang digunakan dalam pengumpulan data. Manfaat uji validitas dalam penelitian ini adalah dapat mengetahui sejauh mana ketepatan suatu instrumen sehingga bisa sesuai dengan tujuan diadakannya pengukuran tentang pengaruh penanganan keluhan dan komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah. Dalam uji validitas dilakukan uji signifikan dengan membandingkan  $r$  hitung dan  $r$  tabel. Dengan ketentuan :

- Jika  $r$  hitung positif dan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (pada taraf  $\alpha = 10\%$ ), maka variabel tersebut valid.
- Jika  $r$  hitung negatif dan  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel (pada taraf  $\alpha = 10\%$ ), maka variabel tersebut tidak valid.

**Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Penanganan Keluhan (X1)**

Item Soal	r hitung	r tabel (Sig 10%)	Keterangan
X1.1	0,729	0,1654	Valid
X1.2	0,760	0,1654	Valid
X1.3	0,820	0,1654	Valid
X1.4	0,426	0,1654	Valid

Sumber: SPSS v.23 diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji validitas variabel penanganan keluhan (X1) dapat diketahui bahwa  $r$  tabel dengan  $df$  ( $\alpha$ ,  $n-2$ ) atau  $(100-2) = 98$  dan tingkat signifikansi 0,1 dengan uji 2 arah adalah 0,1654. Sehingga masing-masing item soal dinyatakan valid karena  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

**Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Komitmen Nasabah (X2)**

Item Soal	r hitung	r tabel (Sig 10%)	Keterangan
X2.1	0,784	0,1654	Valid
X2.2	0,834	0,1654	Valid
X2.3	0,783	0,1654	Valid

Sumber: SPSS v.23 diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji validitas variabel komitmen nasabah (X2) dapat diketahui bahwa  $r$  tabel dengan  $df$  ( $\alpha$ ,  $n-2$ ) atau  $(100-2) = 98$  dan tingkat signifikansi 0,1 dengan uji 2 arah adalah 0,1654. Sehingga masing-masing item soal dinyatakan valid karena  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

**Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas (Y)**

<b>Item Soal</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel (Sig 10%)</b>	<b>Keterangan</b>
Y1	0,635	0,1654	Valid
Y2	0,619	0,1654	Valid
Y3	0,729	0,1654	Valid
Y4	0,765	0,1654	Valid

Sumber: SPSS v.23 diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji validitas variabel loyalitas nasabah dapat diketahui bahwa r tabel dengan df (Alpha, n-2) atau  $(100-2) = 98$  dan tingkat signifikansi 0,1 dengan uji 2 arah adalah 0,1654. Sehingga masing-masing item soal dinyatakan valid karena r hitung > r tabel.

#### 4.3.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas yaitu uji yang berkenaan dengan ketetapan hasil dari suatu pengukuran. Manfaat uji reabilitas pada penelitian ini adalah dapat menunjukkan keajegan suatu tes dalam mengukur gejala yang sama pada waktu dan kesempatan yang berbeda yang terdapat pada variabel penanganan keluhan ( $X_1$ ), komitmen nasabah ( $X_2$ ) dan loyalitas nasabah (Y). Sebuah instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* >0,6. Uji reabilitas dari instrumen dengan tingkat signifikan 5%.

**Tabel 4. 10 Hasil Uji Reabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Nilai Cronbach Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
$X_1$	0,624	Reliabel
$X_2$	0,718	Reliabel
Y	0,617	Reliabel

Sumber: SPSS v.23 diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji reabilitas dari ketiga variabel dinyatakan reliabel dengan alasan karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,6.

#### 4.3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, dapat menggunakan analisis parametrik. Manfaat uji normalitas dalam penelitian ini adalah dapat membuktikan data dari sampel yang dimiliki peneliti berasal dari data populasi yang berdistribusi normal. Uji yang dapat digunakan dalam uji normalitas yaitu dengan menggunakan uji Kolmogorof-Smirnof dan grafik P-Plot. Dengan pedoman pengambilan keputusan nilai signifikansi 5% :

- Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikan > 0,05%.
- Data tidak berdistribusi dengan normal jika nilai signifikan < 0,05%.

**Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,52535036
Most Extreme Differences	Absolute	,057
	Positive	,057
	Negative	-,048
Test Statistic		,057
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

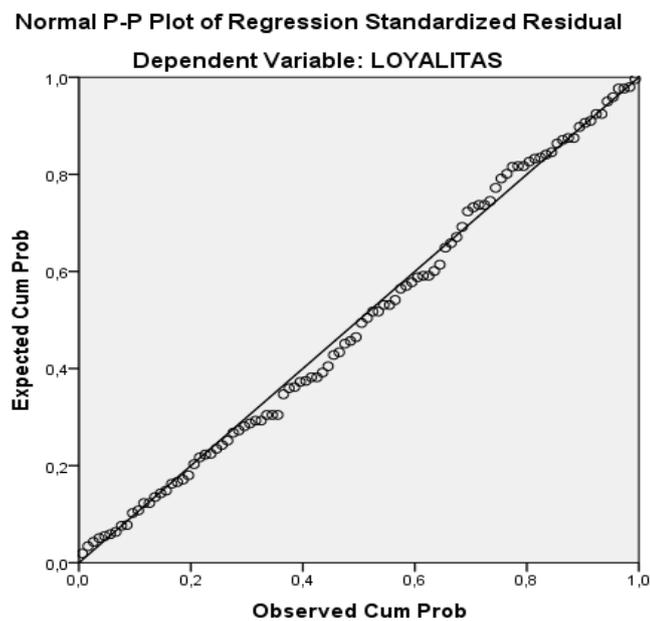
a. Test distribution is Normal.

Sumber: SPSS v.23 diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar  $0,200 > 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal sehingga asumsi normalitas terpenuhi.

Uji normalitas kedua menggunakan uji dengan grafik P-Plot untuk mengetahui apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak. Data dikatakan berdistribusi normal jika data atau titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

**Gambar 4. 2 Grafik P-Plot**



Sumber: SPSS v.23 diolah 2019

Berdasarkan gambar 4.2 dapat diketahui bahwa titik-titik tersebut menyebar disekitar atau mengikuti arah garis diagonal, hal ini menunjukkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

#### 4.3.4 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah digunakan untuk menguji apakah model regresi terdapat adanya korelasi atau hubungan yang kuat antar variabel bebas (independen). Manfaat uji multikolinieritas dalam penelitian ini adalah dapat menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Cara mendeteksi apakah terdapat korelasi antar variabel independen dapat dilihat dari nilai *tolerance*. Dengan nilai *tolerance*  $> 0,1$  dan *Variance Inflation Factor* (VIF)  $< 10$  berarti terbebas dari adanya multikolinieritas.

**Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	-,728	1,554		-,469	,640			
PENANGANAN KELUHAN	,235	,084	,190	2,806	,006	,995	1,005	
KOMITMEN	,909	,087	,709	10,467	,000	,995	1,005	

a. Dependent Variable: LOYALITAS

Sumber: SPSS v.23 diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji multikolinieritas, nilai *tolerance* dari variabel penanganan keluhan dan komitmen nasabah sebesar  $0,995 > 0,1$ . Selanjutnya nilai VIF dari kedua variabel sebesar  $1,005 < 10,0$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari kedua nilai dari variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

#### 4.3.5 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Manfaat uji heterokedastisitas dalam penelitian ini adalah dapat mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan varian. Untuk menguji heterokedastisitas dengan menggunakan uji Glejser yaitu

- Jika nilai signifikan hitung  $>$   $\alpha = 5\%$  maka tidak terdapat heterokedastisitas.
- Jika nilai signifikan hitung  $<$   $\alpha = 5\%$ , maka terjadi heterokedastisitas.

**Tabel 4. 13 Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Uji Glejser**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,478	,878		2,821	,006
PENANGANAN KELUHAN	-,065	,047	-,139	-1,382	,170
KOMITMEN	-,023	,049	-,047	-,464	,644

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: SPSS v.23 diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.13 hasil uji heterokedastisitas dengan uji Glejser menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $X_1$  (penanganan keluhan) sebesar 0,170 dan  $X_2$  (komitmen nasabah) sebesar 0,644 yang memiliki nilai lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heterokedastisitas.

#### 4.3.6 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi  $R^2$  digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependennya. Manfaat uji koefisien

determinasi ( $R^2$ ) pada penelitian ini adalah dapat mengetahui besarnya pengaruh nilai suatu variabel penanganan keluhan ( $X_1$ ) dan komitmen ( $X_2$ ) terhadap naik turunnya variabel lain ( $Y$ ). Persamaan regresi yang baik ditentukan oleh  $R^2$  yang memiliki nilai antara nol dan satu.

**Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,747 <sup>a</sup>	,558	,549	1,541

a. Predictors: (Constant), KOMITMEN, PENANGANAN KELUHAN  
 Sumber: SPSS v.23 diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.14 hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa *R square* ( $R^2$ ) sebesar 0,558 atau 55,8% yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel penanganan keluhan dan komitmen nasabah. Sedangkan sisanya 44,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

#### 4.3.7 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi yaitu ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen. Manfaat uji regresi linier berganda pada penelitian ini adalah dapat mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui.

**Tabel 4. 15 Hasil Uji Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,728	1,554		-,469	,640
PENANGANAN KELUHAN	,235	,084	,190	2,806	,006
KOMITMEN	,909	,087	,709	10,467	,000

a. Dependent Variable: LOYALITAS  
 Sumber: SPSS v.23 diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.15 dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = -0,728 + 0,235 X_1 + 0,909 X_2 + e$$

Adapun interpretasi persamaan regresi linier berganda tersebut adalah :

1. Konstanta sebesar - 0,728 artinya jika penanganan keluhan dan komitmen nasabah tidak ada atau nilainya adalah 0, maka loyalitas nasabah BPRS Suriyah nilainya sebesar - 0,728.
2. Nilai koefisien regresi variabel penanganan keluhan ( $X_1$ ) sebesar 0,235. Artinya jika variabel penanganan keluhan ditingkatkan, dalam hal ini melalui indikator empati, kecepatan, kewajaran dan kemudahan maka loyalitas nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 23,5%. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan positif antara penanganan keluhan dengan loyalitas nasabah. Semakin naik penanganan keluhan, maka semakin naik pula loyalitas nasabah.
3. Nilai koefisien regresi variabel komitmen nasabah ( $X_2$ ) sebesar 0,909. Artinya jika variabel komitmen nasabah ditingkatkan, dalam hal ini melalui indikator komitmen afeksi, komitmen kontinum, dan komitmen normatif maka loyalitas nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 90,9%. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan positif antara komitmen nasabah dengan loyalitas nasabah. Semakin naik komitmen nasabah, maka semakin naik pula loyalitas nasabah.

Dengan demikian variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi loyalitas adalah komitmen nasabah dengan nilai koefisien 0,909 lebih besar dari penanganan keluhan dengan nilai koefisien 0,235.

#### 4.3.8 Uji Hipotesis

##### 1. Uji F

Uji F adalah untuk menentukan pengaruh variabel dependen secara bersama-sama atau simultan. Manfaat uji F dalam penelitian ini adalah dapat mengetahui seberapa jauh semua variabel X (penanganan keluhan dan komitmen) secara bersama-sama mempengaruhi variabel Y (loyalitas). Jika signifikan  $F < 0.05$  atau jika  $F \text{ hitung} > \text{tabel}$  maka hipotesis nol ditolak yang artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

**Tabel 4. 16 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	290,657	2	145,329	61,200	,000 <sup>b</sup>
Residual	230,343	97	2,375		
Total	521,000	99			

a. Dependent Variable: LOYALITAS

b. Predictors: (Constant), KOMITMEN, PENANGANAN KELUHAN

Sumber: SPSS v.23 diolah 2019

Rumus F tabel =  $F(k ; n-k) = F(2 ; 100-2) = f(2 ; 98)$  = sehingga akan diperoleh F tabel 3,09

Keterangan :

K = jumlah variabel bebas

N = jumlah responden

Berdasarkan tabel 4.16 hasil uji F dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar  $61,200 > 3,09$  dan nilai probabilitas value atau taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ . Sehingga uji hipotesisnya yaitu  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.

Dapat disimpulkan bahwa kedua variabel dalam pengujian ini dinyatakan antara penanganan keluhan dan komitmen nasabah secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Suriyah KC Semarang.

## 2. Uji T

Uji T yaitu digunakan untuk menguji tentang kebenaran atau kepalsuan dari hipotesis nol/nihil ( $H_o$ ) yang menyatakan bahwa antara dua mean sampel yang diambil secara random dari populasi yang sama tidak terdapat perbedaan signifikan. Manfaat uji T dalam penelitian ini adalah dapat mengetahui seberapa jauh masing-masing variabel penanganan keluhan dan komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah. Jika  $t$  hitung  $< t$  tabel maka  $H_o$  diterima, sebaliknya jika  $t$  hitung  $> t$  tabel maka  $H_o$  ditolak.

Nilai  $t$  tabel dapat diketahui dengan melihat pada tabel  $t$  dan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} T \text{ tabel} &= t (\alpha/2 ; n-k-1) \\ &= t (0,05/2 ; 100-2-1) \\ &= t \text{ tabel } (0,025 ; 97) = 1,98472 \end{aligned}$$

**Tabel 4. 17 Hasil Uji T**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,728	1,554		-,469	,640
PENANGANAN KELUHAN	,235	,084	,190	2,806	,006
KOMITMEN	,909	,087	,709	10,467	,000

a. Dependent Variable: LOYALITAS  
Sumber: SPSS v.23 diolah 2019

Berdasarkan pada tabel 4.17 hasil uji t-statistik diperoleh nilai t hitung dan signifikan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Pada variabel penanganan keluhan ( $X_1$ ) memiliki t hitung  $>$  t tabel yaitu  $2,806 > 1,984$  dengan nilai signifikan  $0,006 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya dalam pengujian ini dapat diketahui bahwa variabel penanganan keluhan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pada variabel komitmen nasabah ( $X_2$ ) memiliki t hitung  $>$  t tabel yaitu  $10,467 > 1,984$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,5$ , maka  $H_0$  ditolaak dan  $H_a$  diterima, artinya dalam pengujian ini dapat dinyatakan bahwa variabel komitmen nasabah terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Suriyah KC Semarang.

#### **4.4 Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian**

##### **4.4.1 Pengaruh Penanganan Keluhan ( $X_1$ ) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y)**

Dari hasil perhitungan koefisien regresi sebesar 0,235 menunjukkan apabila variabel penanganan keluhan ditingkatkan maka akan meningkatkan loyalitas nasabah pada BPRS Suriyah KC Semarang sebesar 23,5%. Dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan (*ceteris paribus*).

Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik t, terlihat bahwa variabel penanganan keluhan sebesar 0,006 yang lebih kecil dari nilai signifikan sebesar 0,05 ( $0,006 < 0,05$ ) oleh karena itu, hipotesis awal yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Artinya variabel penanganan keluhan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Suriyah KC Semarang.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian Anindhiya Budiarti yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah di Surabaya” yang menyatakan bahwa penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.

##### **4.4.2 Pengaruh Komitmen Nasabah ( $X_2$ ) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y)**

Dari hasil perhitungan koefisien regresi sebesar 0,909 menunjukkan apabila variabel komitmen nasabah ditingkatkan maka akan meningkatkan loyalitas nasabah pada BPRS Suriyah KC Semarang sebesar 90,9%. Dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan (*ceteris paribus*).

Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik t, terlihat bahwa variabel komitmen sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai signifikan sebesar 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) oleh karena itu, hipotesis awal yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Artinya variabel komitmen nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Suriyah KC Semarang.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian Aulia Yumi Rosda yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Komunikasi, Komitmen, dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Sudirman Pekanbaru” yang menyatakan bahwa komitmen nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.

#### 4.4.3 Pengaruh Penanganan Keluhan ( $X_1$ ) dan komitmen Nasabah ( $X_2$ ) Terhadap Loyalitas Nasabah ( $Y$ )

Dapat diketahui bahwa hasil penelitian variabel penanganan keluhan ( $X_1$ ) dan komitmen nasabah ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BPRS Suriyah KC Semarang. Dilihat dari nilai koefisien statistik uji F tabel sebesar 61,200 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,09. Hasil uji regresi linier berganda pengaruh dari dua variabel yang mempengaruhi loyalitas nasabah dengan melihat koefisien regresi menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam model memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah. Peningkatan penanganan keluhan akan memiliki dampak meningkatnya loyalitas nasabah. Begitu juga dengan peningkatan komitmen nasabah akan memiliki dampak meningkatkan loyalitas.

Variabel penanganan keluhan dan komitmen nasabah berpengaruh terhadap loyalitas sebesar 55,8%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama hampir memberikan pengaruh cukup besar terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Suriyah Kantor Cabang Semarang.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh penanganan keluhan dan komitmen nasabah pada BPRS Suriyah KC Semarang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah KC Semarang yang dibuktikan pada nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yaitu sebesar  $2,806 > 1,984$  dan nilai signifikansi  $0,006 < 0,05$ .
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah KC Semarang yang dibuktikan pada nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yaitu sebesar  $10,467 > 1,984$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ .
3. Penanganan keluhan dan komitmen nasabah secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah KC Semarang. Hal ini diketahui dari nilai koefisiensi statistik uji  $F$  yang dilihat dari nilai  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel yaitu sebesar  $61,200 > 3,09$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dan hasil penelitian koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa kedua variabel independen yaitu penanganan keluhan ( $X_1$ ) dan komitmen nasabah ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap variabel dependen loyalitas nasabah sebesar  $0,558$  atau  $55,8\%$  yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel penanganan keluhan dan komitmen nasabah. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

## 5.2 Saran

Saran-saran yang dapat diberikan sebagai hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka saran yang diajukan adalah sebagai berikut :

### 1. Bagi BPRS Suriyah KC Semarang

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah KC Semarang dalam mengatasi keluhan yang disampaikan nasabah hendaknya BPRS dapat memberikan media yang tepat untuk menyalurkan kritik dan saran untuk para nasabah yang mengalami keluhan. Beberapa media yang dapat digunakan antara lain seperti blanko keluhan nasabah, layanan suara konsumen bebas pulsa atau *customer service*. Bank dapat mengelola keluhan nasabah dan membuat solusi perbaikan agar usahanya dinilai semakin bermutu oleh nasabah. Serta upaya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah KC Semarang untuk menjalin komitmen demi terciptanya kerjasama yang dapat menguntungkan kedua belah pihak, terutama BPRS harus memperhatikan bahwa komitmen yang terjalin dapat mendatangkan keberhasilan untuk jangka panjang, dengan cara memberikan pelayanan dan kinerja yang cepat dan unggul serta sering berinovasi dalam memperoleh nasabah baru maupun dalam mempertahankan loyalitas nasabah.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti lebih dari satu objek dan memperbanyak jumlah sampel atau mengambil sampel lebih dari 100 responden supaya nilai representatif dari populasi semakin baik. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan meneliti variabel lain yang ada diluar penelitian ini, atau dapat mengkombinasikan variabel yang terdapat dalam penelitian ini dengan variabel baru yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah terutama di dunia perbankan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. Syafi'i, 2001, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani.
- Arsip Dokumen BPRS Suriyah.
- Brosur BPRS Suriyah.
- Budiarti, Anindhyta, "*Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah di Surabaya*", Jurnal Ekuitas, Vol. 15, No. 2, Juni 2011.
- Chrisna, Ferdyan Chandra, dan Yessy Artanti, "*Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Nganjuk)*", Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 1, No. 4, Juli 2013.
- Darmawan, Deni, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Data Distribusi Simpanan Pada BPR Dan BPRS Semester II-2018, <https://www.lps.go.id>.
- El Junusi, Rahman, 2012, *Membangun Kemitraan Antara Bank Syariah dan Nasabah Dengan Pendekatan Customer Relationship Management*, Jakarta : Lembaga Penelitian IAIN Walisongo Semarang.
- Fitriani, Eka Laila, "*Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-Banking (Studi Pada Nasabah BNI Syariah KC Teluk Betung)*", Skripsi, Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2018.
- Hadiwidjaja, Rini Dwiyani, "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Baitul Maal Wat Tamwil*", Jurnal Ilmu Akuntansi, Vol. 10, No. 2, Oktober 2007.
- Hasan, Ali, 2010, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia.

- Hasan, Zubairi, 2009, *Undang-Undang Perbankan Syariah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hurriyati, Ratih, 2015, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta, Cet. 4.
- J. Supranto dan Nandan Limakrisna, 2011, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Mitra Wacana Media, Edisi 2.
- Jundiani, 2017, *Pengaturan Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia*, Malang: UIN Malang Press, Cet 2.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/komitmen.html>.
- Kementerian Agama RI, 2012, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Wali.
- Lupiyoadi, Rambat dan Ridho Bramulya Ikhsan, 2015, *Praktikum Metode Riset Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat, 2014, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, Edisi 3.
- Ningtyas, Fitri, dan Basuki Rachmad, “*Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Penanganan Masalah dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya*”, *Journal of Business and Banking*, Vol. 1, No. 1, Mei 2011.
- Nurhayati dan Fatmasaris Sukesti, “*Peningkatan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Melalui Peningkatan Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Dengan Variabel Religiusitas Sebagai Variabel Moderating*”, *Jurnal Economica*, Vol. VII, Edisi 2, Oktober 2016.
- Nurizzati, Yeti, “*Peranan Statistika Dalam Penelitian Sosial Ekonomi*”, *Jurnal Edueksos*, Vol. 1, No. 1, Januari-Juni 2012.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor: 7/7/PBI/2005 Tentang Penyelesaian Pengaduan Nasabah, <https://www.bi.go.id/peraturan/perbankan>.

- Rahmawaty, Anita, “*Pengaruh Service Performance, Kepuasan, Trust, dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kudus*”, *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 5, No. 1, Juni 2011.
- Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiah, 2010, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Sariyati, Bidah, “*Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syariah Surakarta Dengan Komitmen Sebagai Variabel Intervening*”, Skripsi, Salatiga: IAIN Salatiga, 2017.
- Satriyani, Evi Oktaviani, “*Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah, dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya*”, *Journal of Business and Banking*, Vol. 2, No. 2, November 2012.
- Soemitra, Andri, 2009, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana.
- Sopiah, dan Etta Mamang Sangadji, 2016, *Salesmanship*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Sutanto, Herry, dan Khaerul Umam, 2013, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia.
- Tjiptono, Fandy, 2014, *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra, 2016, *Service, Quality dan Satisfaction*, Yogyakarta: Andi Offset, Edisi 4.
- Umam, Khotibul, 2009, *Trend Pembentukann Bank Umum Syariah*, Yogyakarta: BFPE.
- Wahyudhi, Riza Helmawan, “*Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada BPRS Tanmiya Artha Kediri*”, Skripsi, Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2015.
- [www.banksuriyah.com](http://www.banksuriyah.com), Profile BPRS Suriyah.
- Yayasan Cendekia Solution Yogyakarta, “*Modul Pelatihan Pengolahan Data Statistik Dengan SPSS*”, (walisongo Press).

Yuliadi, Ricky, dan Zuli Nuraeni, 2017, *Statistika Penelitian*, Yogyakarta: Innosain.

Zulkarnain, 2014, *Entrepreneurial Marketing*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

#### KUISISIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat,

Dalam rangka penelitian yang berjudul “PENGARUH PENANGANAN KELUHAN DAN KOMITMEN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH (BPRS) SURIYAH KANTOR CABANG SEMARANG”, mohon sekiranya bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berpartisipasi mengisi kuisisioner ini.

#### Bagian A

#### Petunjuk pengisian :

Berikan tanda centang (√) pada salah satu kotak pilihan yang sesuai dengan jawaban anda.

1. Nama : \_\_\_\_\_
2. Agama : \_\_\_\_\_
3. Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan
4. Pekerjaan :  Pelajar/Mahasiswa  PNS  
 Wirausaha  Pegawai Swasta  
 Lainnya.....
5. Usia :  Kurang dari 20 tahun  21-30 tahun

31-40 tahun  41-50 tahun

Lebih dari 51 tahun

6. Pendidikan :  SD  SMP  
 SMA  Perguruan Tinggi

7. Lama Menjadi Nasabah :  Kurang dari 1 tahun  
 1-3 tahun  
 3-5 tahun  
 Lebih dari 5 tahun

8. Penghasilan :  Kurang dari 1.000.000  
 1.100.000 - 2.000.000  
 2.100.000 - 3.000.000  
 Lebih dari 3.100.000

## Bagian B

### Petunjuk Pengisian Kuisisioner :

Berilah tanda (√) pada salah satu kolom pada setiap pernyataan dibawah ini dan dimohon nasabah mengisi kuisisioner yang diajukan secara objektif dan benar apa adanya.

Keterangan :

- a. SS (Sangat Setuju) = 5
- b. S (Setuju) = 4
- c. CS (Cukup Setuju) = 3
- d. TS (Tidak Setuju) = 2
- e. STS (Sangat tidak setuju) = 1

Penanganan Keluhan (X1)						
NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	CS	TS	STS
1	BPRS Suriyah Semarang menerima dengan baik keluhan yang disampaikan oleh nasabah					
2	BPRS Suriyah Semarang sigap dan cepat dalam menangani keluhan nasabah					
3	BPRS Suriyah Semarang bersikap adil dan jujur dalam menangani keluhan nasabah					
4	BPRS Suriyah Semarang menyediakan sarana untuk menyampaikan keluhan nasabah					

<b>Komitmen (X2)</b>						
<b>NO</b>	<b>PERNYATAAN</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1	Saya memiliki ikatan kuat dengan BPRS Suriyah Semarang karena sudah terbangun hubungan baik dengan pihak bank					
2	Saya merasa hubungan jangka panjang dengan BPRS Suriyah Semarang penting untuk dipertahankan karena saling menguntungkan					
3	Saya berkomitmen untuk tetap melanjutkan transaksi di BPRS Suriyah Semarang					
<b>Loyalitas (Y)</b>						
<b>NO</b>	<b>PERNYATAAN</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1	Saya sering datang ke BPRS Suriyah Semarang untuk bertransaksi					
2	Saya tetap memilih dan menggunakan produk/jasa di BPRS Suriyah Semarang					
3	Saya memberi tahu dan menyarankan orang lain untuk memilih BPRS Suriyah Semarang dalam melakukan transaksi perbankan					
4	Saya tetap bertahan di BPRS Suriyah Semarang dan tidak terpengaruh tawaran bank lain karena sudah terjalin lama dengan para karyawan dan manajemen BPRS.					

## Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden

### A. Penanganan Keluhan

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
4	4	4	4
4	3	3	3
5	5	5	4
4	3	3	4
5	4	3	4
5	4	4	3
5	4	5	4
4	3	3	5
4	4	3	4
4	2	3	4
5	4	3	4
4	3	4	4
3	2	2	3
5	4	4	4
5	3	4	4
4	3	3	4
4	3	3	4
4	2	3	4
5	4	3	3
4	4	4	3
4	3	3	4
3	3	3	4
4	4	4	4
4	4	3	4
5	2	4	4
4	3	2	4
4	4	4	5
5	4	4	2
4	3	3	4
5	4	5	3
4	3	3	4
4	4	3	2
4	3	3	4
4	2	3	4
5	4	4	4

### B. Variabel Komitmen

X2.1	X2.2	X2.3
4	4	4
4	4	4
4	5	4
5	5	5
5	5	5
4	5	5
4	5	4
4	4	4
4	4	5
3	4	3
4	5	4
5	5	4
4	4	5
4	3	3
3	3	3
4	4	4
3	4	5
3	3	3
3	4	4
3	5	3
4	5	4
4	4	4
4	5	5
4	3	3
4	3	4
3	4	4
4	5	4
4	4	3
4	3	5
4	4	4
4	5	3
4	5	5
4	4	4
4	3	3
4	3	3
4	5	3

5	4	4	3
4	3	3	3
3	2	2	3
4	4	3	3
4	4	4	5
4	3	4	4
3	2	2	4
4	4	4	3
3	3	3	4
5	4	4	4
4	3	3	3
5	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	3
4	3	3	4
4	4	3	4
4	3	3	4
4	4	4	4
2	2	3	4
4	3	4	4
4	4	4	4
4	3	3	5
5	3	3	4
4	3	3	4
4	4	4	3
4	4	4	4
3	3	3	3
5	3	4	4
5	4	5	5
4	4	3	3
4	3	2	4
4	3	3	4
3	2	2	3
5	4	3	4
3	3	4	5
4	3	3	2
5	5	5	4
4	4	4	4
4	3	3	3
5	4	4	4
4	3	4	5

4	5	4
3	3	3
4	3	4
5	5	5
4	4	3
3	4	3
3	3	3
4	4	4
4	3	3
4	5	5
5	4	4
5	5	5
4	4	3
4	4	5
3	3	4
3	3	3
4	3	3
4	4	4
3	4	4
4	4	3
4	5	3
3	4	3
4	5	4
5	5	5
4	5	4
4	5	3
3	4	3
4	4	4
3	2	4
5	5	4
5	5	5
4	3	3
5	4	3
4	5	4
5	5	5
5	5	4
4	4	3
4	5	3
3	4	4
3	4	4
3	3	3

4	3	3	4
4	3	2	4
5	3	4	4
5	3	4	4
4	4	3	4
3	3	4	3
4	3	4	3
4	4	3	4
5	4	5	4
4	4	4	5
3	3	4	5
4	4	3	3
4	4	4	3
5	4	4	5
4	3	4	3
4	2	3	3
4	4	4	3
4	3	3	4
4	4	3	3
4	3	3	4
4	3	4	4
4	4	4	4
4	3	3	3
3	3	3	4

3	4	4
2	1	2
3	4	4
4	3	3
5	4	4
4	4	4
3	4	4
3	4	4
4	4	3
4	5	5
5	5	4
4	5	5
4	4	3
4	3	4
4	5	3
3	4	4
4	5	4
4	5	4
4	4	3
3	4	3
4	4	4
4	4	3
5	5	5
5	4	5

## C. Variabel Loyalitas

Y1	Y2	Y3	Y4
3	3	4	4
4	2	4	5
4	4	3	4
2	3	4	5
4	5	3	5
3	4	4	5
4	5	4	4
3	3	2	4
4	3	4	5
2	2	2	3
4	4	3	4
5	4	4	4
4	2	4	5
2	3	2	3
2	2	2	3
4	4	4	4
3	1	3	5
2	2	3	3
3	4	4	4
4	4	4	3
4	3	3	4
3	4	4	4
4	4	4	5
2	4	3	3
2	2	3	4
3	2	4	4
4	4	2	4
3	2	4	3
3	3	4	5
3	4	3	4
4	2	4	3
4	4	3	5
3	3	3	4
3	2	2	3
2	4	4	3
3	4	3	4
4	3	2	3
3	2	4	4
4	4	3	5

4	3	3	3
3	2	4	3
3	2	1	3
3	4	3	4
4	3	2	3
4	4	4	5
3	3	4	4
4	4	3	5
3	4	3	3
4	5	4	5
2	4	2	4
4	2	4	3
2	3	1	3
3	3	4	4
3	3	3	4
2	2	4	3
4	4	3	5
4	3	4	5
4	3	4	4
3	2	4	4
4	4	4	4
4	4	4	5
3	2	2	3
3	3	3	4
3	1	2	4
2	4	4	4
4	2	4	4
2	3	2	3
4	2	1	3
3	4	3	4
4	3	4	5
3	2	3	4
3	4	4	3
4	4	4	5
4	3	4	4
3	4	4	4
2	3	2	3
4	2	3	4
1	2	1	2
3	3	4	4
4	2	2	3

3	4	3	4
4	3	3	4
4	2	4	4
2	4	2	4
4	3	3	3
3	4	4	5
4	3	3	4
4	3	3	5
3	4	2	3
1	4	3	4
3	2	3	3
4	2	3	4
2	4	3	4
4	3	4	4
3	4	2	3
4	3	2	3
3	4	4	4
4	4	3	3
3	4	4	4
4	4	4	5

### Lampiran 3 Hasil Analisis Data

#### A. Uji Kualitas Data

##### 1. Uji Validitas

##### a. Variabel Penanganan Keluhan

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,510**	,493**	,024	,729**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,814	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,510**	1	,560**	-,006	,760**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,955	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,493**	,560**	1	,161	,820**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,110	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,024	-,006	,161	1	,426**
	Sig. (2-tailed)	,814	,955	,110		,000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL_X1	Pearson Correlation	,729**	,760**	,820**	,426**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

## b. Variabel Komitmen Nasabah

## Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL_X2
X2.1 Pearson Correlation	1	,513	,426	,784
1 Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
N	100	100	100	100
X2.2 Pearson Correlation	,513	1	,449	,834
2 Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
N	100	100	100	100
X2.3 Pearson Correlation	,426	,449	1	,783
3 Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
N	100	100	100	100
TOTAL_X2 Pearson Correlation	,784	,834	,783	1
TOTAL_X2 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100

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

## c. Variabel Loyalitas Nasabah

## Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL_Y
Y1 Pearson Correlation	1	,120	,300	,362	,635
Y1 Sig. (2-tailed)		,235	,002	,000	,000
N	100	100	100	100	100
Y2 Pearson Correlation	,120	1	,201	,304	,619
Y2 Sig. (2-tailed)	,235		,045	,002	,000
N	100	100	100	100	100
Y3 Pearson Correlation	,300	,201	1	,495	,729
Y3 Sig. (2-tailed)	,002	,045		,000	,000
N	100	100	100	100	100
Y4 Pearson Correlation	,362	,304	,495	1	,765
Y4 Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000		,000
N	100	100	100	100	100
TOTAL_Y Pearson Correlation	,635	,619	,729	,765	1

L_Y	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

## 2. Uji Reabilitas

### a. Variabel Penanganan Keluhan

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,624	4

### b. Variabel komitmen Nasabah

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,718	3

### c. Variabel Loyalitas Nasabah

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,617	4

## B. Uji Normalitas Data

### 1. Uji Kolmogorov-Smirnov

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

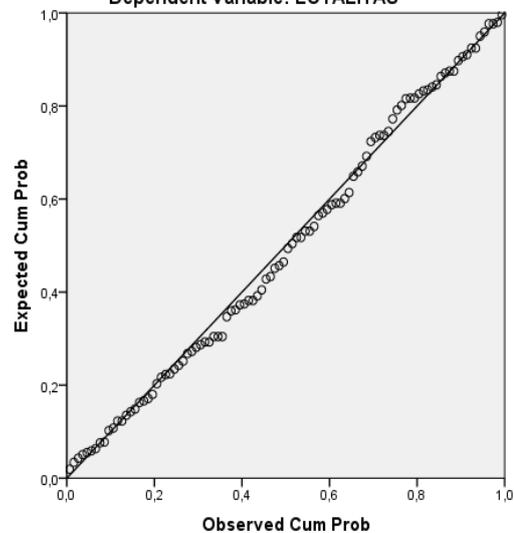
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,52535036
Most Extreme Differences	Absolute	,057
	Positive	,057
	Negative	-,048
Test Statistic		,057
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

### Grafik P-Plot

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**

Dependent Variable: LOYALITAS



## 2. Uji Multikolinieritas

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-,728	1,554		-,469	,640		
PENANGANAN	,235	,084	,190	2,806	,006	,995	1,005
KELUHAN							
KOMITMEN	,909	,087	,709	10,467	,000	,995	1,005

b. Dependent Variable: LOYALITAS

## 3. Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,478	,878		2,821	,006
PENANGANAN	-,065	,047	-,139	-1,382	,170
KELUHAN					
KOMITMEN	-,023	,049	-,047	-,464	,644

a. Dependent Variable: RES2

### C. Uji Hipotesis

#### 1. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,747 <sup>a</sup>	,558	,549	1,541

a. Predictors: (Constant), KOMITMEN, PENANGANAN KELUHAN

#### 2. Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	290,657	2	145,329	61,200	,000 <sup>b</sup>
	Residual	230,343	97	2,375		
	Total	521,000	99			

a. Dependent Variable: LOYALITAS

b. Predictors: (Constant), KOMITMEN, PENANGANAN KELUHAN

#### 3. Uji T dan Analisis Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,728	1,554		-,469	,640
PENANGANAN KELUHAN	,235	,084	,190	2,806	,006
KOMITMEN	,909	,087	,709	10,467	,000

a. Dependent Variable: LOYALITAS

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **IDENTITAS DIRI**

Nama : Anggun Merlynda Dwi Setyaningrum  
 Tempat, Tanggal Lahir : Kendal, 05 Juli 1997  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Agama : Islam  
 Alamat : Ds. Ngaglik Rt. 04 Rw. 09, Kelurahan Kutoharjo, Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Kendal, Provinsi Jawa Tengah.  
 Status : Belum Menikah  
 Kewarganegaraan : WNI  
 E-Mail : Anggunmerlynda.ds97@gmail.com

### **PENDIDIKAN**

1. TK (2001-2002) : TK Tarbiyatul Atfal 01 Kauman
2. SD (2003-2008) : SD Negeri 03 Sumberejo
3. SMP (2009-2011) : MTs Negeri Brangsong
4. SMA (2011-2014) : MA Negeri Kendal
5. S1 (2015-2019) : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

### **LATAR BELAKANG KELUARGA**

1. Ayah : Heri Maryono  
 Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 03 Februari 1961
2. Ibu : Rini Purwaningsih  
 Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 02 Desember 1970
3. Kakak : Donny Hendra Purnomo  
 Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 28 Agustus 1990