

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KOMITMEN DAN
PENANGANAN KONFLIK TERHADAP LOYALITAS
NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS DI KSPPS SM NU CABANG BATANG)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

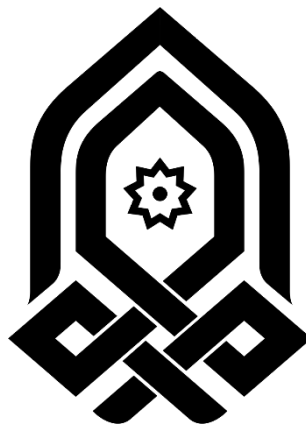
RETNO AYU ASRORIYAH
NIM. 4217004

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KOMITMEN DAN
PENANGANAN KONFLIK TERHADAP LOYALITAS
NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS DI KSPPS SM NU CABANG BATANG)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

RETNO AYU ASRORIYAH
NIM. 4217004

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Retno Ayu Asroriyah

NIM : 4217004

Judul Skripsi : **Pengaruh kepercayaan, Komitmen dan Penanganan Konflik Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada KSPPS SM NU Cabang Batang)**

menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 13 Agustus 2021

Yang Menyatakan,



Retno Ayu Asroriyah

NIM. 4217004

LEMBAR NOTA PEMBIMBING

Dr. H. Tamamudin, M.M

Jl. K.H. Ahmad Dahlan Tirta, Kota Pekalongan, Jawa Tengah

Lamp : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Retno Ayu Asroriyah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Jurusan Perbankan Syariah
PEKALONGAN

Assalammualaikum Wr.Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : Retno Ayu Asroriyah

NIM : 4217004

Judul Skripsi : **Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, dan Penanganan Konflik Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di KSPPS SM NU Cabang Batang)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalammualaikum Wr.Wb.

Pekalongan, 29 Juli 2021

Pembimbing,


Dr. H. Tamamudin, M. M.
NIP. 19791030 200604 1 018



PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari :

Nama : Retno Ayu Asroriyah
NIM 4217004
Judul : Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, dan Penanganan Konflik Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di KSPPS SM NU Cabang Batang)

Telah diujikan pada hari Selasa dan Rabu tanggal 31 Agustus - 1 September 2021 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I

M. Shulthoni. Lc., M. A., M. Si. Ph. D
NIP. 197507062008011016

Penguji II

Drajat Stiawan, M. Si
NIP. 198301182015031001

Pekalongan, 20 September 2021

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001

ABSTRAK

Asroriyah, Retno Ayu. Pengaruh Kepercayaan, Komitmen Dan Penanganan Konflik Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Di KSPPS SM NU Cabang Batang)

Kepuasan nasabah ialah rasa puas yang diperoleh dari pemakaian suatu produk, sedangkan loyalitas nasabah ialah bentuk kesetiaan nasabah pada produk yang dipakai. Beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas yaitu kepercayaan, komitmen, penanganan konflik dan kepuasan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, komitmen dan penanganan konflik terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening* pada KSPPS SM NU Cabang Batang. Penelitian ini termasuk *survey research* dengan pendekatan kuantitatif, pengumpulan data menggunakan metode kuesioner, populasi penelitian berjumlah 500 anggota dan sampel yang diambil sebanyak 83 responden dengan rumus slovin, standar error 10%. Teknik pengambilan sampel memakai *incidental sampling*, dan teknik analisis data menggunakan uji instrument, uji asumsi klasik, uji analisis jalur, uji mediasi dan uji R^2 dengan bantuan SPSS 21.0.

Hasil hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai beta sebesar 0.596 dan nilai signifikansi $0.000 < 0.1$. Komitmen tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai beta sebesar 0.006 dan nilai signifikansi $0.955 > 0.1$. Penanganan konflik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai sebesar 0.184 dan nilai signifikansi $0.067 < 0.1$. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai beta sebesar 0.403 dan nilai signifikansi $0.002 < 0.1$. Komitmen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai beta sebesar 0.514 dan nilai signifikansi $0.000 < 0.1$. Penanganan konflik tidak berpengaruh terhadap loyalitas dengan nilai beta sebesar 0.093 dan nilai signifikansi $0.341 > 0.1$. Kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas dengan nilai beta sebesar -0.278 dan nilai signifikansi $0.012 < 0.1$. Kepuasan memediasi kepercayaan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai $t_{hitung} = 3.4852 > t_{tabel} = 1.6646$. Komitmen terhadap loyalitas nasabah nilai $t_{hitung} = 13.1282 > t_{tabel} = 1.6646$, Kepuasan tidak memediasi penanganan konflik terhadap loyalitas nasabah nilai $t_{hitung} = 1.3438 > t_{tabel} = 1.6646$. Uji R^2 menunjukkan adanya hubungan variabel independent dan variabel dependen sebesar 54.1% dan 45.9% sisanya variabel diluar penelitian.

Kata kunci: Kepercayaan, Komitmen, Penanganan Konflik, kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

Asroriyah, Retno Ayu. Pengaruh Kepercayaan, Komitmen Dan Penanganan Konflik Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Di KSPPS SM NU Cabang Batang)

Customer satisfaction is the satisfaction obtained from the use of a product, while customer loyalty is a form of customer loyalty to the product used. Some factors that affect loyalty are trust, commitment, conflict handling and satisfaction. The purpose of this research is to find out trust, commitment and handling of conflicts to customer loyalty with customer satisfaction as an *intervening* variable in KSPPS SM NU Batang Branch. This study included survey *research* with a quantitative approach, data collection using questionnaire methods, the study population of 500 members and sample taken as many as 83 respondents with the formula slovin, standard error 10%. Sampling techniques use *incidental sampling*, and data analysis techniques using instrument tests, classic assumption tests, path analysis tests, mediation tests and R^2 tests with the help of SPSS 21.0.

The results showed that trust had a significant effect on customer satisfaction with a beta value of 0.596 and a significance value of $0,000 < 0.1$. Commitment has no significant effect on customer satisfaction with a beta value of 0.006 and a significance value of $0.955 > 0.1$. Conflict handling has a significant effect on customer satisfaction with a value of 0.184 and a significance value of $0.067 < 0.1$. Trust has a significant effect on customer loyalty with a beta value of 0.403 and a significance value of $0.002 < 0.1$. Commitment has a significant effect on customer loyalty with a beta value of 0.514 and a significance value of $0,000 < 0.1$. Conflict handling have no effect on loyalty with a beta value of 0.093 and a significance value of $0.341 > 0.1$. Ksatisfaction has no effect on loyalty with a beta value of -0.278 and a significance value of $0.012 < 0.1$. Satisfaction mediated trust in customer loyalty with a value of $t_{\text{calculate}} = 3.4852 > t_{\text{table}} = 1.6646$. Commitment to customer loyalty value $t_{\text{calculate}} = 13.1282 > t_{\text{table}} = 1.6646$, satisfaction does not mediate the handling of conflicts against customer loyalty $t_{\text{calculate}}$ value = $1.3438 > t_{\text{table}} = 1.6646$. The R^2 test showed an independent variable and dependent variable relationship of 54.1% and the remaining 45.9% of variables outside the study.

Keywords: *Trust, Commitment, Conflict Handling, Customer Satisfaction and Customer Loyalty*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'aalamiin. Segala Puji bagi Allah, Tuhan semesta alam yang telah memberikan kenikmatan dan kemudahan, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam tak lupa penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad saw yang syafa'atnya dinantikan di yaumul akhir.

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak akan selesai dengan baik. Untuk itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

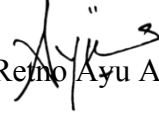
1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag, selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Shinta Dewi Rismawati, S. H., M. H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak H. Muhammad Shulthoni, LC., M. A., Ph. D., selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah IAIN Pekalongan.
4. Bapak Drajat Stiawan, M. Si., selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah IAIN Pekalongan.
5. Bapak Dr. H. Tamamudin., S. E., M. M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Ahmad Syukron M. E. I, Selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan beserta staff.
8. Pihak KSPPS SM NU Cabang Batang yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.
9. Kedua orang tua dan keluarga saya yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan material dan moral serta menyemangati saya.

10. Sahabat dan teman yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah banyak membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 7 Agustus 2021

Penulis


Retno Ayu Asroriyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiii
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Landasan Teori	12
1. Teori Perilaku Terencana (<i>Theory of Planned Behavior</i>)	12
2. Loyalitas Nasabah (<i>Customer Loyalty</i>)	16
3. Kepuasan (<i>Satisfaction</i>).....	20
4. Kepercayaan (<i>Trust</i>)	26
5. Komitmen (<i>Commitment</i>).....	29
6. Penanganan Konflik (<i>Conflict Handling</i>).....	32

B. Kajian Pustaka	37
C. Kerangka Teoritik.....	55
D. Hipotesis	61
BAB III METODE PENELITIAN.....	63
A. Jenis Penelitian Dan Pendekatan Penelitian	63
B. Setting Penelitian.....	63
C. Sumber Data	64
D. Instrumen Dan Teknik Pengumpulan Data	64
E. Variabel Penelitian	66
1. Variabel Bebas (<i>Independent</i>)	66
2. Variabel Terikat (<i>Dependent</i>).....	67
3. Variabel Perantara (<i>Intervening</i>)	67
F. Definisi Operasional.....	68
G. Populasi Dan Sampel.....	70
1. Populasi	70
2. Sampel	70
H. Uji Analisis Data	72
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	72
a. Uji Validitas.....	72
b. Uji Reliabilitas.....	73
2. Uji Asumsi Klasik	73
a. Uji Normalitas	73
b. Uji Multikolinearitas	74
c. Uji Heteroskedastisitas	74
3. Uji Hipotesis.....	75
a. Uji Analisis Jalur	75
b. Uji Mediasi (<i>Sobel Test</i>).....	80
c. Uji Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>)	81

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	82
A. Profil Objek Penelitian	82
B. Deskripsi Data	87
1. Deskripsi Data Penelitian	87
2. Karakteristik Responden	88
C. Analisis Data	93
1. Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	93
a. Uji Validitas.....	93
b. Uji Reliabilitas.....	94
2. Uji Asumsi Klasik	95
a. Uji Normalitas	95
b. Uji Multikolinearitas	97
c. Uji Heteroskedastisitas	99
3. Uji Hipotesis	101
a. Uji Analisis Jalur.....	101
b. Uji Mediasi (<i>Sobel Test</i>).....	109
c. Uji Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>)	112
D. Pembahasan	113
1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan.....	113
2. Pengaruh Komitmen terhadap Kepuasan	114
3. Pengaruh Penanganan Konflik terhadap Kepuasan.....	115
4. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas	116
5. Pengaruh Komitmen terhadap Loyalitas	117
6. Pengaruh Penanganan Konflik terhadap Loyalitas	118
7. Pengaruh Kepuasan terhadap terhadap Loyalitas.....	120
8. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan	121
9. Pengaruh Komitmen terhadap Loyalitas melalui Kepuasan	122
10. Pengaruh Penanganan Konflik terhadap Loyalitas melalui Kepuasan	124

BAB V PENUTUP	126
A. Kesimpulan.....	126
B. Saran.....	127
 DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalihan huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman Transliterasi Arab – Latin ini di susun dengan prinsip sebagai berikut :

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Di Sempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “ satu fenom satu lambang”.
3. Pedoman Transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab - Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman Transliterasi Arab - Latin ini meliputi :

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Zal	ḏ	zet (dengan titik di bawah)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye

ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Wau	W	we
ه	Ha	H	ha
ء	Hamzah	.	apostrof
ي	Ya	Y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
... ي	Fathah dan ya	Ai	a dan i
... و	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - kataba

فَعَلَ - fa'ala

ذُكِرَ - zukira

كَيْفَ - kaifa

هَوَّلَ - haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ا ي ...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ى ...	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و ...	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

contoh:

قَالَ - qāla

رَمَى - ramā

قِيلَ - qīla

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

a. Ta' marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah transliterasinya adalah "t".

b. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. Jika pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - rauḍah al-aṭfāl

	- raudatulatfāl
المَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	- al-Madīnahal-Munawwarah
	- al-Madīnatul-Munawwarah
طَلْحَة	- talḥah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا	- rabbanā
نَزَّلَ	- nazzala
الْبِرِّ	- al-birr
الْحَجِّ	- al-ḥajj

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

- c. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ	- ar-rajulu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu
الشَّمْسُ	- as-syamsu
القَلَمُ	- al-qalamu
البَدِيعُ	- al-badī'u
الْجَلَالُ	- al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuḏūna
النَّوْءُ	- an-nau'
شَيْئٌ	- syai'un
إِنَّ	- inna
أُمِرْتُ	- umirtu

أَكَلَ - akala

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرَ الرَّازِقِينَ	Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almīzān Wa auf al-kaila wal mīzān
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ	Ibrāhīm al-Khalīl Ibrāhīmul-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	Bismillāhimajrehāwamursahā
وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا	Walillāhi 'alan-nāsi hijju al-baiti manistaṭā'ailaihi sabīla Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti manistaṭā'ailaihi sabīlā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam system tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis

dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri terebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muhammadun illā rasl
إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا	Inna awwalabaitinwuḍi’alinnāsilallaẓi bibakkatamubārakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Syahru Ramaḍān al-laẓi unzila fih al-Qur’ānu Syahru Ramaḍān al-laẓi unzila fihil Qur’ānu
وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ	Walaqadra’āhubil-ufuq al-mubīn Walaqadra’āhubil-ufuqil-mubīn
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdulillāhirabbil al-‘ālamīn Alhamdulillāhirabbilil ‘ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

نَصْرُ مِنَ اللَّهِ وَقَدْ فَتَحَ قَرِيبٌ	Naṣrunminallāhiwafathunqarīb
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا	Lillāhi al-amrujamī’an Lillāhil-amrujamī’an
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ	Wallāhabikullisyai’in ‘alīm

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Jumlah anggota KSPPS SM NU Cabang Batang,5
Tabel 2.1	: Penelitian Terdahulu, 47
Tabel 3.1	: Skala Ukur Skor Pernyataan, 65
Tabel 3.2	: Definisi Operasional, 68
Tabel 4.1	: Jumlah Anggota KSPPS SM NU, 84
Tabel 4.2	: Jumlah Anggota KSPPS SM NU Cabang Batang, 84
Tabel 4.3	: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, 88
Tabel 4.4	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, 89
Tabel 4.5	: Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan, 90
Tabel 4.6	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan, 91
Tabel 4.7	: Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota, 92
Tabel 4.8	: Hasil Uji Validitas, 93
Tabel 4.9	: Hasil Uji Reliabilitas, 94
Tabel 4.10	: Hasil Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov-Smirnov, 97
Tabel 4.11	: Hasil Uji Multikolinearitas, 98
Tabel 4.12	: Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser, 100
Tabel 4.13	: Hasil R Square Analisis Jalur I, 101
Tabel 4.14	: Hasil Uji Analisis Jalur I, 101
Tabel 4.15	: Hasil R Square Analisis Jalur II, 104
Tabel 4.16	: Hasil Uji Analisis Jalur II 104
Tabel 4.17	: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2), 112
Tabel 4.18	: Hasil Uji Hipotesis, 125

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 : *Theory of Planned Behavior* (TPB), 13
- Gambar 2.2 : Skema Kerangka Teoritik, 55
- Gambar 3.2 : Pengaruh X1, X2 dan X3 terhadap Z, 71
- Gambar 3.3 : Pengaruh X1, X2, X3 dan Z terhadap Y, 72
- Gambar 3.4 : Metode Analisis Jalur, 73
- Gambar 4.1 : Struktur Organisasi KSPPS SM NU Pekalongan, 86
- Gambar 4.2 : Struktur Organisasi KSPPS SM NU Cabang Batang, 86
- Gambar 4.3 : Grafik Normalitas dengan Probability Histogram, 96
- Gambar 4.4 : Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot, 99
- Gambar 4.5 : Pengaruh X1, X2 dan X3 terhadap Z, 103
- Gambar 4.6 : Pengaruh X1, X2, X3 dan Z terhadap Y, 106
- Gambar 4.7 : Metode Analisis Jalur, 107

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Permohonan Izin Penelitian, I
- Lampiran 2 : Surat Bukti Penelitian, II
- Lampiran 3 : Kuesiner Penelitian, III
- Lampiran 4 : Tabulasi Data Penelitian, VIII
- Lampiran 5 : Uji Validitas, XVI
- Lampiran 6 : Uji Reliabilitas, XX
- Lampiran 7 : Uji Analisis Jalur, XXII
- Lampiran 8 : Dokumentasi, XXIII
- Lampiran 9 : Daftar Riwayat Hidup, XXV

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis keuangan saat ini sangat pesat, tak terkecuali Lembaga Keuangan Mikro baik konvensional ataupun syariah, sebagai alat untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Pelaksanaan dan kegiatan operasinya tidak hanya simpan pinjam saja, tetapi juga di bawah sistem keuangan syariah (Soemitra, 2016). Lembaga keuangan mikro syariah yang berlandaskan asas Syariah dianggap oleh masyarakat lebih aman dan nyaman karena semua kegiatan operasinya menerapkan prinsip-prinsip Syariah dan akad yang digunakan pun sesuai Syariah. Salah satu Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) adalah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) (Welta, 2017).

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (Wardhani, 2019) awalnya dikenal sebagai Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) di mana aktivitas operasionalnya meliputi pembiayaan, investasi dan simpan pinjam syariah. KSPPS yang sebelumnya yaitu KJKS terlahir dari *Baitul Mal wat Tamwil* (BMT). Istilah *Baitul Maal wat Tamwil* terdiri dari pertama, *Baitul Maal* yaitu aktivitas non-profit (zakat, infaq, shodaqoh, dan penyaluran dana pada masyarakat yang membutuhkan). Kedua, *Baitul Tamwil* yang mengarah pada profit dengan menghimpun dan menyalurkan dana untuk menumbuhkan nilai tambah dan mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. KSPPS yaitu

koperasi yang aktivitas operasionalnya berupa menyimpan dana dan pembiayaan Syariah (Welta, 2017).

KSPPS SM NU cabang Batang adalah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah yang menerapkan prinsip Syariah dalam aktivitas operasionalnya. Tidak hanya KSPPS SM NU cabang Batang saja yang menerapkan prinsip Syariah dalam aktivitas operasionalnya tapi banyak KSPPS lain juga. Banyaknya KSPPS ini menimbulkan persaingan antar KSPPS. Pesatnya persaingan inilah yang membuat banyak KSPPS salah satunya KSPPS SM NU cabang Batang dituntut untuk mampu menciptakan inovasi dan terobosan baru. Hal ini dilakukan supaya bisa menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama. Menciptakan dan mempertahankan loyalitas dari nasabah merupakan tantangan bisnis yang besar.

Bagi perusahaan, masalah ini tidaklah mudah, karena perubahan lingkungan sosial, ekonomi, psikologi dan budaya yang mempengaruhi pelanggan dapat terjadi setiap saat. Oleh karena itulah, perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran yang mengarah pada pelanggan, karena kepuasan pelanggan merupakan faktor utama. Tugas utama perusahaan yaitu membangun kepuasan pelanggan yang bergantung pada kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan (Kristanto & Yahya, 2017).

Dibandingkan dengan pelanggan baru, menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan lama sangatlah penting dan berharga. Mempertahankan pelanggan lama bisa menekan biaya-biaya, menekan tanggungjawab atas pelanggan yang kecewa dan biasanya sulit dibujuk apabila

telah mendapatkan tawaran menarik dari perusahaan pesaing. Konsep hubungan pemasaran bisa diterapkan untuk mendapatkan atensi pelanggan dan mempertahankan pelanggan, serta untuk meningkatkan dan mengelola hubungan pelanggan. Menerapkan hubungan pemasaran dalam perusahaan tentunya dapat memberikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan (Kristanto & Yahya, 2017). Karena melalui upaya memberikan pelayanan yang baik dapat menjalin dan dapat menjaga hubungan baik jangka panjang dengan pelanggan, yang pada akhirnya dapat berdampak positif bagi perusahaan itu sendiri. (Raharjo & Wulandari, 2018). Dengan hubungan pemasaran perusahaan dapat mengetahui besarnya biaya yang dikeluarkan, sasaran atau target pasar atas produk yang dibuat, *respon rate*, dan hasil penjualan yang diperoleh, yang dapat langsung dihitung dengan presisi tinggi. Dengan hubungan pemasaran, dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan dalam hal meningkatnya finansial, jumlah pelanggan dan membaharui produk dan layanan perusahaan yang sudah ada (Kristanto & Yahya, 2017).

Membangun sebuah loyalitas tidaklah mudah dan tidak bisa diperoleh dengan cara *instant*. Untuk memperoleh keberhasilan pemasaran tidak hanya menciptakan sebuah transaksi saja tapi juga perlu menjalin sebuah hubungan dengan nasabah dalam jangka panjang (Putra, 2016). Menurut (Ndubisi, 2007), pemasaran hubungan dapat diukur dengan: kepercayaan (*trust*), komitmen (*commitment*), komunikasi (*communication*), dan penanganan konflik (*conflik handling*). Selain itu, menurut, (Ehigie & Taylor, 2009), pemasaran hubungan bisa diukur menggunakan kepuasan.

Kepercayaan merupakan cara penting untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan nasabah. Apabila kepercayaan sudah muncul diantara KSPPS SM NU abang Batang dengan anggota (nasabah), untuk membina kerja sama akan lebih mudah dan lebih menguntungkan. Dalam memperkuat kepercayaan, diperlukan keterbukaan antara KSPPS dengan anggota. Tingginya rasa percaya nasabah maka, loyalitas nasabah terhadap KSPPS SM NU cabang Batang akan meningkat. Jika kepercayaan sudah didapatkan maka yang timbul adalah komitmen.

Komitmen sebagai bentuk keinginan nasabah untuk menjalin hubungan dengan KSPPS lebih lama, tujuannya untuk mempertahankan hubungan yang menguntungkan dengan pihak KSPPS SM NU Cabang Batang (Fakhrudin, Maupa, & Ismail, 2018). Komitmen yang tinggi akan membentuk loyalitas, karena artinya nasabah itu sangat percaya dengan pihak KSPPS SM NU Cabang Batang.

KSPPS SM NU cabang Batang harus bisa mencegah dan memberikan solusi yang baik sebelum terjadi konflik dan menyelesaikan konflik ketika konflik terjadi. Karena seorang nasabah akan cenderung setia terhadap suatu produk atau perusahaan, apabila perusahaan tersebut dapat dipercaya, berdedikasi pada pelayanan, komunikasi yang handal dan efektif dengan pelanggan serta mampu menangani konflik dengan baik. Jika KSPPS bisa memberikan solusi dan menyelesaikan masalah dari nasabahnya dengan baik, maka nasabah tentunya akan puas dengan layanan KSPPS.

Kepuasan dan loyalitas nasabah dapat diperoleh dengan meningkatkan kualitas kepercayaan, komitmen dari pihak perusahaan, dan meningkatkan penanganan konflik yang dimiliki oleh nasabah KSPPS. Kepuasan merupakan rasa puas yang diperoleh dari memakai suatu produk dari sebuah perusahaan. Sedangkan loyalitas nasabah merupakan bentuk kesetiaan dari nasabah kepada perusahaan. Dengan adanya hubungan pemasaran (*relationship marketing*), KSPPS SM NU Cabang Batang bisa menciptakan dan meningkatkan hubungan jangka Panjang dengan nasabahnya yang loyal. Keloyalatan nasabah merupakan asset penting bagi lembaga keuangan khususnya KSPPS SM NU Cabang Batang yang harus dijaga dan dipertahankan.

Jumlah anggota di KSPPS SM NU Cabang Batang dari tahun 2017 – 2020 sebagai berikut

Tabel 1.1 Jumlah anggota KSPPS SM NU Cabang Batang

No.	Tahun	Jumlah Anggota	Peningkatan nasabah
1.	2017	245	47
2.	2018	335	90
3.	2019	434	99
4.	2020	500	66

Sumber: data dari KSPPS SM NU Cabang Batang

Tabel di atas memperlihatkan peningkatan jumlah nasabah dari tahun 2018-2020. Tahun 2018 nasabah meningkat sebanyak 90 nasabah menjadi 335 nasabah yang awalnya 245 nasabah di tahun 2017. Tahun 2019 mengalami peningkatan sebanyak 99 nasabah menjadi 434 nasabah. Peningkatan ini sebagai bukti bahwa nasabah percaya dengan KSPPS SM NU Cabang Batang. Namun di tahun 2020 jumlah nasabah ada 500 nasabah dengan peningkatan hanya 66 nasabah, meskipun demikian tidak mengurangi minat nasabah untuk mempercayakan dananya disimpan atau meminjam dana di KSPPS SM NU Cabang Batang.

Haryeni, Mulyani & Laoli (2017) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada tabungan Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor cab. Khatib Sulaiman. Namun kepuasan nasabah yang paling dominasi. Dalam penelitian Putra (2016) menyimpulkan bahwa kepercayaan, komitmen, penanganan konflik dan komunikasi berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Meningkatnya kepercayaan, komitmen, penanganan konflik, dan komunikasi akan meningkatkan juga loyalitas nasabah Bank Jatim Cabang Lamongan.

Fakhruddin, Maupa & Ismail (2018), menyatakan bahwa kualitas pelayanan, komitmen, dan kepercayaan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas dan kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Area Makassar Raya. Penelitian Wibisono (2019), menyimpulkan komunikasi, kepercayaan, dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas, tapi tidak dengan

komitmen karena nasabah hanya menggunakan jasa bank untuk kebutuhan seperlunya saja. Komunikasi, komitmen dan kepercayaan menunjukkan hasil negatif terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening*.

Menurut Riyani (2020), kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas, tetapi negative terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Magelang. Menurut Muniroh (2018), bahwa kepercayaan, komunikasi dan penanganan konflik berpengaruh positif sedangkan komitmen dan kepuasan nasabah berpengaruh negatif terhadap loyalitas. Nuraini (2019), menyimpulkan bahwa kepercayaan dan sharia compliance berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai variabel *intervening*.

Loyalitas nasabah pada suatu produk dan jasa didasari oleh banyak faktor. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba mengimplementasikan variabel kepercayaan, komitmen dan penanganan konflik terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel *intervening* di KSPPS SM NU Cabang Batang. Alasan melakukan penelitian di daerah tersebut karena banyak berdiri bank konvensional dan beberapa lembaga keuangan mikro Syariah dan bagaimana loyalitas nasabah KSPPS SM NU Cabang Batang tetap loyal. Diharapkan penelitian ini bisa menjawab pertanyaan apakah kepercayaan, komitmen dan penanganan konflik bisa menumbuhkan loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah di KSPPS SM NU Cabang Batang.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengambil judul “PENGARUH KEPERCAYAAN, KOMITMEN DAN PENANGANAN KONFLIK TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus di KSPPS SM NU Cabang Batang)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan cakupan masalah di atas, maka ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah?
2. Apakah ada pengaruh komitmen terhadap kepuasan nasabah?
3. Apakah ada pengaruh penanganan konflik terhadap kepuasan nasabah?
4. Apakah ada pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah?
5. Apakah ada pengaruh komitmen terhadap loyalitas nasabah?
6. Apakah ada pengaruh penanganan konflik terhadap loyalitas nasabah?
7. Apakah ada pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah?
8. Apakah ada pengaruh komitmen terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah?
9. Apakah ada pengaruh penanganan konflik terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah?
10. Apakah ada pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah?

C. Tujuan Penelitian

Suatu penelitian tentunya memiliki sebuah tujuan yang ingin diraih.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.
2. Mengetahui pengaruh komitmen terhadap kepuasan nasabah.
3. Mengetahui pengaruh penanganan konflik terhadap kepuasan nasabah.
4. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.
5. mengetahui pengaruh komitmen terhadap loyalitas nasabah.
6. mengetahui pengaruh penanganan konflik terhadap loyalitas nasabah.
7. Mengetahui pengaruh kepuasan, terhadap loyalitas nasabah.
8. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah.
9. Mengetahui pengaruh komitmen terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah.
10. Mengetahui pengaruh penanganan konflik terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoretis

Diharapkan mampu menambah pengetahuan dan dapat dijadikan acuan bagi peneliti lainnya, mengenai “Pengaruh, Kepercayaan, Komitmen, dan Penanganan Konflik Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai variabel intervening”.

2. Praktis

a. Masyarakat dan mahasiswa

Sebagai bentuk keikutsertaan, upaya untuk mendorong masyarakat atau mahasiswa, dan bahan pertimbangan juga referensi dalam memilih lembaga keuangan yang tepat dalam memberikan pelayanan yang memuaskan dan menguntungkan.

b. Manfaat untuk lembaga keuangan (KSPPS SM NU Cabang Batang)

Diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan KSPPS SM NU Cabang Batang ke depannya.

E. Sistematika Pembahasan

Gambaran umum penelitian ini, terbagi dalam 5 (Lima) bab, pembahasan sistematisnya, yaitu:

BAB SATU (PENDAHULUAN), isinya meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB DUA (LANDASAN TEORI), berisi *Theory Planned Behavior*, definisi kepercayaan, definisi komitmen, definisi penanganan konflik, definisi kepuasan, definisi loyalitas, kajian pustaka, kerangka teoritik dan hipotesis.

BAB TIGA (METODE PENELITIAN), terdiri jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber data, instrument dan teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional, populasi dan sampel, uji analisis data (Uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis jalur dan uji mediasi).

BAB EMPAT (ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN), berisikan profil objek penelitian, analisis data variabel penelitian dan pembahasan.

BAB LIMA (PENUTUP), mencakup kesimpulan dari analisis data dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan:

1. Kepercayaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah KSPPS SM NU Cabang Batang.
2. Komitmen tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di KSPPS SM NU Cabang Batang.
3. penanganan konflik berpengaruh terhadap kepuasan nasabah KSPPS SM NU Cabang Batang.
4. kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah KSPPS SM NU Cabang Batang.
5. komitmen berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di KSPPS SM NU Cabang Batang.
6. penanganan konflik tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di KSPPS SM NU Cabang Batang.
7. Kepuasan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di KSPPS SM NU Cabang Batang.
8. kepuasan nasabah memediasi kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di KSPPS SM NU Cabang Batang.

9. kepuasan nasabah memediasi komitmen terhadap loyalitas nasabah di KSPPS SM NU Cabang Batang.
10. kepuasan nasabah tidak memediasi penanganan konflik terhadap loyalitas nasabah KSPPS SM NU Cabang Batang.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan, saran yang dapat disampaikan yaitu:

1. Bagi Mahasiswa dan Masyarakat

Penelitian ini mengkaji 3 variabel penelitian yaitu variabel independen (kepercayaan, komitmen, dan penanganan konflik), variabel dependen (loyalitas nasabah) dan variabel intervening (kepuasan nasabah). Untuk penelitian selanjutnya bisa menambahkan variabel baru pada variabel independent supaya dapat memberikan pandangan lebih luas terkait masalah yang akan diteliti.

2. Bagi KSPPS SM NU Cabang Batang

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, memperlihatkan bahwa kepuasan memediasi kepercayaan, komitmen dan penanganan konflik terhadap loyalitas nasabah. KSPPS SM NU Cabang Batang dapat meningkatkan kepercayaan, komitmen dan penanganan konflik yang lebih baik lagi, supaya nasabah lebih loyal terhadap KSPPS. Semakin tinggi kepercayaan, komitmen dan penanganan konflik yang diterima nasabah maka semakin tinggi pula kepuasan dan loyalitas nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, F., & Sutopo, S. (2016). Analisis Pengaruh Kepuasan dan Persepsi Harga Terhadap Citra Restoran dan Minat Beli Ulang Pelanggan Holycow Semarang. *Diponegoro Journal of Management*. 5(1), 1-11.
- Al-Afifah, A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang). *Skripsi*. Sarjana Ekonomi Universitas Islam Negeri Raden Fatah. Palembang.
- Alhajja, A. S., dkk. (2018). Determinants of Customer Loyalty: A Review and Future Directions. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*. 12(7), 106 – 111. doi: 10.22587/ajbas.2018.12.7.17.
- Arif, M. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*. 8(2), 472-481.
- Barnes, James G., 2003. Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan. Yogyakarta: Andi.
- Bungin, B. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Chiguvi, D., & Guruwo, P. T. (2017). Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty In The Banking Sector. *International Journal Of Scientific Engineering And Research (IJSER)*. 5(2), 55-63.
- Darsono, L. I. (2004). Loyalty & Disloyalty: Sebuah Pandangan Komprehensif Dalam Analisa Loyalitas Pelanggan. *KINERJA*. 8(2), 163-173.
- Ehigie, B. O., & Taylor, M. (2009). Marketing Student's Loyalty to School After Graduation Through Relationship Marketing. *The TQM Journal*. 21(5), 502-516. doi: 10.1108/17542730910983416.
- Fakhruddin, F. M., Maupa, H., & Ismail, M. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komitmen, dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Area Makassar Raya. *Hasanuddin Journal of Apllied Business and Entrepreneurship (HJABE)*. 1(4), 29-41.
- Farida, S. I., dkk. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Organisasi Terhadap Motivasi dan Kepuasan Kerja. *Jurnal Kependidikan*. 46(1), 121-134.

- Flavian dan Giunaliu. (2007). Measure on Web Usability Website. *Journal of Computer Information Systems*. 48(1), 17-23.
- Graceallah, G. (2018). Pengaruh Komunikasi, Penanganan Konflik, Komitmen, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank Commonwealth di Pontianak). *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi dan Bisnis (MABIS)*. 9(2), 105-118.
- Griffin, J. (2005). Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Terjemahan oleh Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Haryeni, Mulyati, Y., & Laoli, E. F. (2017). Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan kepuasan Nasabah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabh Pada Tabungan Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Khatib Sulaiman. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*. 19(2), 189-201.
- Herlina & Diputra, T. T. (2018). Implementasi Rumus Sobel Pada Web Dengan Topik Regresi Linier Menggunakan Variabel Intervening. *Jurnal alogaritma, Logika dan Komputasi*. 1(1). 19-24.
- Hermawan, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi empiris Pada PT nasmoco Magelang). *Skripsi*. Sarjana Ekonomi Universitas Muhammadiyah. Magelang.
- Husain, M., & Akhtar, M. W. (2015). Relationship Marketing and Customer Lotalty: Evidence From Banking Sector In Pakistan. *Global Journal of Management and Business Research E-Marketing*. 15(10), 1-14.
- Hutama, F. R., & Widowati, M. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Semarang. *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah*. 8(2), 58-74.
- Jasfar, Farida. 2002. Kualitas Jasa dan Hubungan Dengan Loyalitas Serta Komitmen: Studi Pada Pelanggan Salon Kecantikan. *Jurnal Siasat Bisnis*. 7(1).
- Khanifah, K., Anam, M. C., & Astuti, E. B. (2018). Pengaruh Attitude Toward Behavior, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control Pada Intention Whistleblowing. *AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 12(24), 147-158.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. (ed. 15). England: Pearson Education.

- Kristanto, C., & Yahya. (2017). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap kepuasan Nasabah Pada PT Maskara Brilliant Bayu Zada. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 6(1), 1-20.
- Kuncoro, E. A. & Ridwan. (2013). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Latan, H., & Temalagi, S. (2013). *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*. Bandung: Alfabeta.
- Meyer, J. P., Allen, N. J., & Smith, C. A. (1993). Commitment to Organizations and Occupations: Extension and test of a Three-Component Conceptualization. *Journal of Applied psychology*. 78(4), 538-551.
- Muniroh, Zaidatul. (2017). Analisis Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Semarang. *Skripsi*. Sarjana Ekonomi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga. Salatiga.
- Nawangsih, R. E. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepercayaan Sebagai variabel Intervening (Studi Pada BPRS Suriyah Cabang Salatiga). *Skripsi*. Sarjana Ekonomi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga. Salatiga.
- Ndubisi, N. O. (2007). Relationship Marketing and Customer Loyalty. *Marketing Interlligence & Planning*. 25(1), 98-106.
- Nuraini, F. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Komitmen dan Sharia Complince Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Boyolali. *Skripsi*. Sarjana Ekonomi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga. Salatiga.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Nuryadi, dkk. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. (ed.1).Yogyakarta: SIBUKU MEDIA.
- Perdana, E. (2016). Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22. (ed. 1). Banka Belitung: LAB KOM MANAJEMEN FE UBB.
- Pratana, J. A. J. (2014). Analisis Pengaruh Sikap, Subjective Norm, dan Perceived Behavioral Control Terhadap Purchase Intention Pelanggan SOGO Departement Store di Tunjungan Plaa Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*. 2(1), 1-7
- Prayudyaningrum, S., & Djamaludin, M. (2016). Theory of Planned Behavior to Analyze the Intention to Use the Electronic Money. *Journal of Consumer Sciences*. 1(2), 1-12.

- Putra, L. R. N., (2016). Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Kepuasan Nasabah dan Komunikasi Terhadap Loyalitas Nasabah Bank JATIM Cabang Lamongan. *Artikel Ilmiah*. Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. Surabaya.
- Raharjo, S., & Wulandari, T. (2018). Pengaruh Kepercayaan Merek, Komitmen Kepuasan Nasabah dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas nasabah Pada PT Bank Central Asia Tbk Cabang Tenggaraong. *JEMI*. 18(1), 156-165.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Retnawati, H. (2017). *Teknik Pengambilan Sampel*. Makalah disampaikan pada Workshop Update Penelitian Kuantitatif, Teknik Sampling, Analisis Data dan Isu Plagiarisme, Yogyakarta, STIKES Surya Global Yogyakarta.
- Riyani, Z. I. (2020). Pengaruh Pelayanan Customer Service, Kepercayaan dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi pada BRI Syariah KCP). *Skripsi*. Sarjana Ekonomi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga. Salatiga.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. (ed. 6., vol. 1). Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. (ed. 6., vol. 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Seni, N. N., & Ratnadi, N. M. (2017). Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. 6(12), 4043-4068.
- Setiawan, E. (2020). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Indonesia: kbbi.we.id. Retrieved 26 Januari 2021, from <https://kbbi.web.id/percaya>
- Setyosari, P. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. (ed. 2, vol. 2). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Soemitra, A. (2016). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. (ed. 2). Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2007). *Satistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2013). *Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. (2003). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tahuman, Z. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*. 4(3), 445-460.
- Tjahyadi, R. A. (2010). Pengujian Komitmen Multidimensional Allen dan Meyer dalam Konteks Pemasaran Jasa. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 2(3), 195-219.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran jasa*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wardhani, C. A. (2019). Peran Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (Studi Pada BMT Fajar Cabang Bandar Lampung). *Skripsi*. Sarjana Ekonomi Universitas Islam Negeri Raden Intan. Lampung.
- Waryanto, B., & Millafati, Y. A. (2006). Transformasi Data Skala Ordinal ke Interval Dengan Menggunakan Makro Minitab. *Informatika Pertanian*. 15, 881-895.
- Welta, F. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Surya Barokah. *Jurnal I-Economic*. 3(2), 129-148.
- Wibisono, Iqbal. (2018). Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Temanggung). *Skripsi*. Sarjana Ekonomi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga. Salatiga.
- Wulandari, S., & Suwitho. (2017). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Asuransi Jiwa. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 6(9), 1-18.
- Yuliati & Wahyuningsih. (2019). Pengaruh Kualitas , Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi di Kelurahan Pandean Lamper Kecamatan Gayamsari Kota Semarang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi*. 14(2). 324-33