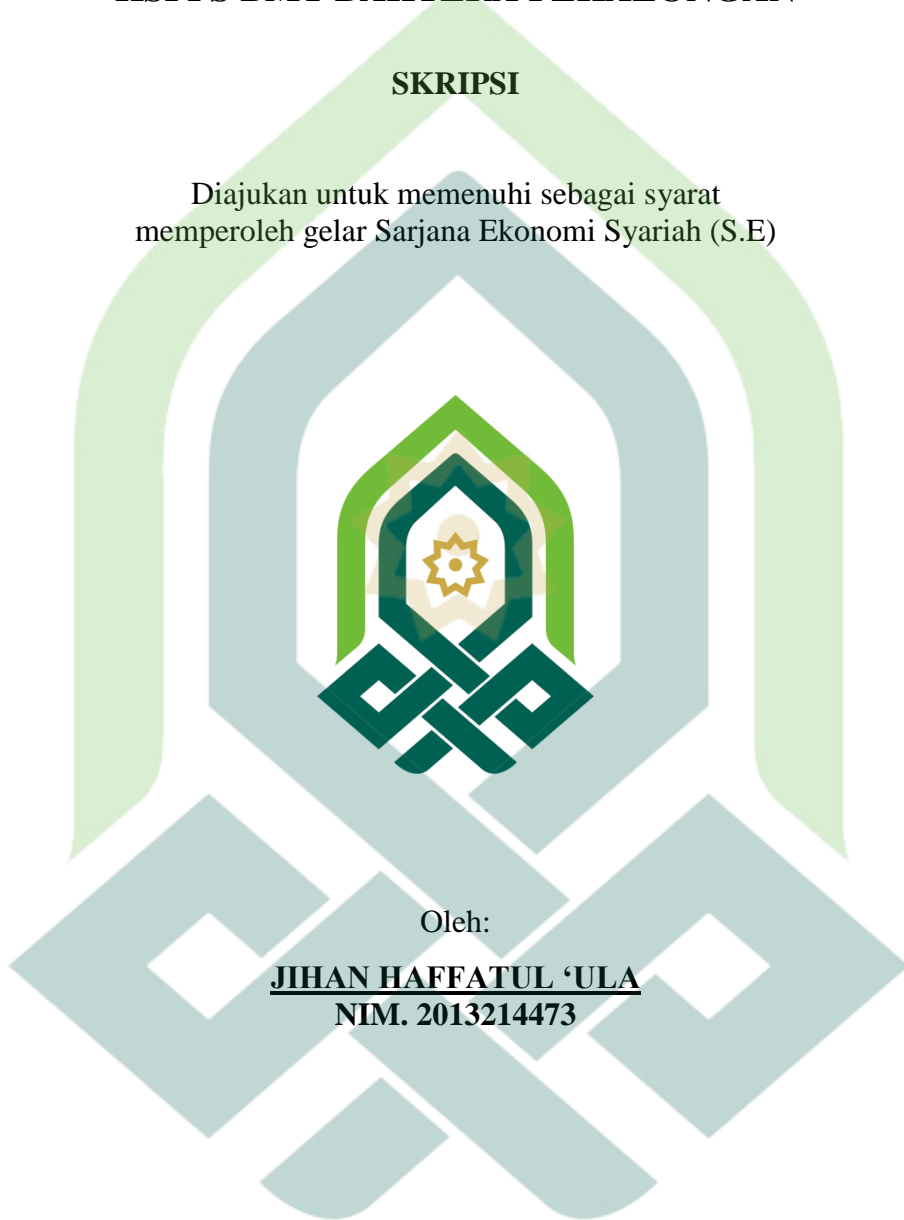




PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP *CUSTOMER RETENTION* NASABAH PEMBIAYAAN *MURABAHAH* PADA KSPPS BMT BAHTERA PEKALONGAN

SKRIPSI

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



Oleh:

JIHAN HAFFATUL 'ULA
NIM. 2013214473

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2019**



PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP *CUSTOMER RETENTION* NASABAH PEMBIAYAAN *MURABAHAH* PADA KSPPS BMT BAHTERA PEKALONGAN

SKRIPSI

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



Oleh:

JIHAN HAFFATUL 'ULA
NIM. 2013214473

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2019**



**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Jihan Haffatul 'Ula**

NIM : **2013214473**

Judul Skripsi : **Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap *Customer Retention* Nasabah Pembiayaan *Murabahah* pada KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan**

menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 4 Desember 2019

Yang Menyatakan



Jinan Haffatul 'Ula

NIM. 2013214473

NOTA PEMBIMBING

Ahmad Syukron, M.E.I.

Jl. Paesan Tengah No. 123 Kedungwuni Barat Kab. Pekalongan

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Jihan Haffatul 'Ula

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Pekalongan
c.q Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah
di
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudari:

Nama : Jihan Haffatul 'Ula

NIM : 2013214473

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Judul : Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap *Customer Retention*
Nasabah Pembiayaan *Murabahah* Pada KSPPS BMT
BAHTERA Pekalongan

dengan ini mohon agar Skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb

Pekalongan, 2 Januari 2019

Pembimbing,



Ahmad Syukron, M.E.I.

NIP. 19711015 200501 1 003





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan Kajen Pekalongan, Website: www.febi.iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **JIHAN HAFFATUL 'ULA**

NIM : **2013214473**

Judul Skripsi : **PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
CUSTOMER RETENTION NASABAH
PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA KSPPS BMT
BAHTERA PEKALONGAN**

telah diujikan pada hari Senin tanggal 04 Maret 2019 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I

Hj. Rinda Asytuti, M.Si.
NIP. 19771206 200501 2 002

Penguji II

Nur Fani Arisnawati, MM.
NIDN. 2019018801

Pekalongan, 04 Maret 2019

Disahkan oleh

Dekan



Dr. Shinta Dewi Bismawati, S.H., M.H
NIP. 19750220 199903 2 001



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi 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	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	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



Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rojulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البديع	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / `/.

Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah ... Alhamdulillah ... Alhamdulillahirobbil 'Alaamiin ...

Sujud syukur ku sembahkan kepada-MU Robbi.

Atas takdirmu telah menjadikan aku manusia yang senantiasa berfikir, berilmu,
beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini.

Keberhasilan ini semoga menjadi langkah awal bagiku untuk meraih cita-cita.

Menjadi manusia bermanfaat untuk agama-MU, kedua orang tua, dan semua
saudara muslim.

Tetap selalu berpegang teguh pada Al-Qur'an dan Hadits yang akan membawa
menuju surga-MU

Aamiin ...



MOTTO

لَا يَكْفِيكَ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وَسْعَهَا

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya“

(Q.S Al-Baqarah :286)

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ

“Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”

(Q.S Ar-Rad : 11)

الْوَقْتُ كَالسَّيْفِ إِذَا لَمْ تَقْطَعْهُ قَطَعَكَ

“Waktu bagaikan pedang. Jika engkau tidak memanfaatkannya dengan baik (untuk memotong), maka ia akan memanfaatkanmu (dipotong)”

(HR. Muslim)

Senantiasa menjadi pribadi yang selalu bersyukur dan berusaha menikmati proses sebuah kehidupan

ABSTRAK

Haffatul 'Ula, Jihan. 2018. Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap *Customer Retention* Nasabah Pembiayaan *Murabahah* Pada KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan. Pembimbing Ahmad Syukron, M.E.I.

Kehadiran BMT sebagai pendatang baru melalui sistem simpan pinjam syariah bertujuan untuk menjadi alternatif yang lebih inovatif dalam jasa keuangan. Semakin banyaknya persaingan menuntut BMT untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah serta berusaha memenuhi harapan nasabah. Maka, strategi yang bisa diterapkan perusahaan dengan cara *customer retention*. Untuk mewujudkan *customer retention* yang sesuai, perusahaan harus melaksanakan kegiatan bisnis dengan berdasarkan pada etika bisnis. Dalam etika bisnis Islam terdapat beberapa prinsip dalam melakukan bisnis sesuai dengan ajaran Islam, yaitu keadilan ('*adl*), kehendak bebas (*free will*), tanggungjawab (*responsibility*), dan kebenaran. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh etika bisnis Islam yang meliputi keadilan, kehendak bebas, tanggungjawab, dan kebenaran terhadap *customer retention* nasabah pembiayaan *murabahah* secara parsial maupun simultan pada BMT BAHTERA Pekalongan.

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*) dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pembiayaan *murabahah* BMT BAHTERA Pekalongan berjumlah 676 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Penetapan jumlah sampel menggunakan rumus *Slovin* yaitu 90 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer dengan penyebaran kuesioner kepada responden, dan data sekunder diperoleh dari arsip atau dokumentasi BMT BAHTERA, buku-buku dan informasi lain yang berhubungan dengan penelitian. Analisis data untuk mengukur setiap instrumen pertanyaan dengan uji validitas dan reliabilitas. Dan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif keadilan terhadap *customer retention* dengan signifikansi 0,008 dan $t_{hitung} 2,732 > t_{tabel} 1,663$. 2) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kehendak bebas terhadap *customer retention* dengan signifikansi 0,004 dan $t_{hitung} 2,958 > t_{tabel} 1,663$. 3) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan tanggungjawab terhadap *customer retention* dengan signifikansi 0,005 dan $t_{hitung} 2,862 > t_{tabel} 1,663$. 4) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kebenaran terhadap *customer retention* dengan signifikansi 0,002 dan $t_{hitung} 3,151 > t_{tabel} 1,663$. 5) Variabel keadilan, kehendak bebas, tanggungjawab, dan kebenaran secara simultan mempengaruhi *customer retention* nasabah pembiayaan *murabahah* pada BMT BAHTERA Pekalongan dengan $F_{hitung} 37,912 > F_{tabel} 2,48$. Dan koefisien determinasi (R^2) penelitian ini sebesar 0,624 atau 62,4% dan sisanya 37,6% di pengaruhi variabel lainnya. 6) Variabel kebenaran dominan berpengaruh terhadap *customer retention* dengan koefisien beta sebesar 0,295.

Kata kunci : Etika Bisnis Islam, *Customer Retention*.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap *Customer Retention* Nasabah Pembiayaan *Murabahah* Pada KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan**” dengan baik. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.

Dalam penulisan skripsi ditemui beberapa kesulitan, namun berkat bantuan motivasi, bimbingan dan doa dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, tidak berlebihan apabila dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag., selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Agus Fakhрина, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
4. Bapak Kuat Ismanto, M.Ag., selaku Sekertaris Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
5. Bapak Dr. Akhmad Jalaludin, MA., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Bapak Ahmad Syukron, M.E.I., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, nasihat, dan dukungannya.
7. Ibu Ida Kaldiyah tersayang dan Bapak Moch. Rizal tercinta terimakasih atas kesabaran, kasih sayang, dukungan moril dan materil serta curahan do'a yang tiada henti.
8. Adikku Much. Zauqy Bika dan Nadine Rifka Ramadhani yang tersayang.
9. Yang terkasih Muhammad Nadiful Umam terimakasih atas perhatian dan semangatnya yang selalu diberikan setiap harinya.
10. Sahabat terbaik Ayu Hartina, Anita Resti Lestari, Khairunnisa, Fitra Elkarimah, Nurul Khasanah, Hani Rifana, Nailul Cholisah, Vicky



Kurniawan dan M. Fajar Ashshidiqqi terimakasih atas nasihat berharga, dukungan, dan persaudaraan yang indah ini.

11. Teman-temanku “Geng Girl” Dessy, Septi, Fira, Bella, Dwi, Maghfiroh terimakasih selalu mendampingi dari jaman SMK sampai sekarang.
12. Teman-teman Ekonomi Syariah Reguler Pagi Kelas B dan Reguler Sore Kelas M terimakasih atas kebersamaan selama masa perkuliahan.
13. Keluarga Besar Dinas Kearsipan Dan Perpustakaan Kota Pekalongan, yang telah memberikan *support* dan ijinnya selama proses pembuatan skripsi.
14. Pimpinan, karyawan, serta nasabah BMT BAHTERA Pekalongan, yang telah meluangkan waktu, dan memberikan ijin serta informasi bagi peneliti.
15. Semua pihak yang membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas segala bentuk bantuan baik moril maupun materil

Penulis menyadari bahwa baik dalam penyajian, pemilihan kata-kata, dan pembahasan materi, skripsi ini masih jauh dari sempurna yang disebabkan oleh kekurangan dan keterbatasan dari pengetahuan dan wawasan penulis. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, penulis mengharapkan saran, kritik, dan segala bentuk pengarahannya yang membangun guna perbaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis hanya bisa berharap semoga karya kecil ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak, yang secara khusus dapat memberikan manfaat kepada penulis, dan dapat memberikan manfaat kepada pembaca pada umumnya.

Pekalongan, 4 Desember 2019

Penulis,

Jihan Haffatul 'Ula

NIM. 2013214473



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Batasan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	12
E. Kegunaan Penelitian	13
F. Sistematika Pembahasan	14
BAB II KERANGKA TEORI	16
A. Landasan Teori	16
1. Etika Bisnis Islam	16
a. Etika Islam	16
b. Bisnis Islam	18
c. Etika Bisnis Islam	20
d. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam	25
1) Keadilan (<i>'adl</i>)	25
2) Kehendak Bebas (<i>free will</i>)	28
3) Tanggungjawab (<i>responsibility</i>)	30
4) Kebenaran	32
2. <i>Customer Retention</i>	35
3. <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT)	40
4. Produk BMT	42
5. Pembiayaan <i>Murabahah</i>	44
B. Tinjauan Pustaka	45
C. Kerangka Berfikir	70
D. Hipotesis	73



BAB III METODE PENELITIAN	76
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	76
B. Sumber Data.....	77
1. Data Primer	77
2. Data Sekunder	77
C. Setting Penelitian	78
D. Variabel Penelitian	78
1. Pengertian Variabel.....	78
2. Karakteristik Variabel Penelitian.....	78
3. Jenis Variabel Penelitian.....	79
4. Indikator Variabel	80
E. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	85
F. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	87
1. Intrumen Penelitian.....	87
2. Teknik Pengumpulan Data.....	87
G. Teknik Pengolahan Data	89
H. Teknik Analisis Data.....	90
1. Uji Instrumen	91
a. Uji Validitas	91
b. Uji Reliabilitas.....	92
2. Uji Asumsi Klasik.....	93
a. Uji Normalitas	93
b. Uji Multikolinearitas	94
c. Uji Heteroskedastisitas	95
d. Uji Linieritas.....	96
3. Analisis Regresi Linier Berganda	96
4. Uji Hipotesis	97
a. Uji t (Parsial)	97
b. Uji F (Simultan).....	98
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	99
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	101
A. Deskripsi Data.....	101
B. Analisis Data	108
1. Uji Instrumen	108
a. Uji Validitas	108
b. Uji Reliabilitas.....	110
2. Uji Asumsi Klasik.....	111
a. Uji Normalitas	111
b. Uji Multikolinearitas	113
c. Uji Heteroskedastisitas	114



d. Uji Linieritas.....	115
3. Analisis Regresi Linier Berganda	116
4. Uji Hipotesis	118
a. Uji t (Parsial)	118
b. Uji F (Simultan).....	120
c. Uji Koefisien Determinasi.....	121
C. Pembahasan.....	122
BAB V PENUTUP	130
A. Kesimpulan	130
B. Saran.....	132
DAFTAR PUSTAKA	134
LAMPIRAN	139



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Nasabah Pembiayaan dan Jumlah Aset KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan Tahun 2015-2017	8
Tabel 2.1	Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu.....	59
Tabel 3.1	Indikator-indikator Variabel Penelitian	83
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>	88
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis kelamin	102
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	103
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	103
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	104
Tabel 4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	105
Tabel 4.6	Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	106
Tabel 4.7	Deskripsi Responden Berdasarkan Alasan Memilih BMT	107
Tabel 4.8	Deskripsi Responden Berdasarkan Pernah Transaksi di Lembaga Keuangan Lainnya	108
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Keadilan (X1)	109
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Kehendak Bebas (X2).....	109
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Tanggungjawab (X3)	109
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Kebenaran (X4).....	110
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas <i>Customer Retention</i> (Y).....	110
Tabel 4.14	Hasil Uji Reliabilitas.....	111
Tabel 4.15	Hasil Uji Normalitas	112
Tabel 4.16	Hasil Uji Multikolinearitas	113
Tabel 4.17	Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glajser).....	115
Tabel 4.18	Hasil Uji Linieritas.....	115
Tabel 4.19	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	116
Tabel 4.20	Hasil Uji t.....	118
Tabel 4.21	Hasil Uji F.....	120
Tabel 4.22	Hasil Koefisien Determinasi	121



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berfikir	70
Gambar 4.1	<i>Normal Probability Plot</i>	112
Gambar 4.2	<i>Scatter Plot</i>	114





DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	139
Lampiran 1	Lembar Kuesioner
Lampiran 2	Data Karakteristik Responden
Lampiran 3	Data Mentah Penelitian
Lampiran 4	Rumus, Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 5	Hasil Uji Asumsi Klasik
Lampiran 6	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Lampiran 7	Surat Pengantar Penelitian
Lampiran 8	Surat Keterangan Penelitian
Lampiran 9	Daftar Riwayat Hidup



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

BMT merupakan inovasi dari koperasi yang berlandaskan hukum Islam yang memiliki peran sama seperti lembaga keuangan lainnya. Kehadiran BMT sebagai pendatang baru dalam dunia pemberdayaan masyarakat melalui sistem simpan pinjam syariah bertujuan untuk menjadi alternatif yang lebih inovatif dalam jasa keuangan. *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bayt-maal wa at-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil dan menengah dengan mendorong kegiatan ekonominya. Selain itu, BMT juga dapat menerima titipan zakat, infak, dan sedekah, serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanatnya.

BMT bersifat mandiri, ditumbuhkembangkan dengan swadaya dan dikelola secara profesional dengan prinsip syariah dan “menjemput bola” serta berorientasi untuk kesejahteraan anggota dan masyarakat lingkungannya.¹ Secara konseptual BMT memiliki fungsi melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil terutama dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Sedangkan tujuan BMT yaitu terciptanya sistem, lembaga dan

¹ Baihaqi Abdul Madjid, dkk., *Pedoman Pendirian, Pembinaan dan Pengawasan LKM BMT* (Jakarta: LAZNAS BMT, 2007), hlm. 10.

kondisi kehidupan ekonomi rakyat banyak dilandasi oleh nilai-nilai dasar *salam* (keselamatan) berintikan keadilan, kedamaian, dan kesejahteraan, melandasi tumbuh dan berkembangnya tiga perempat usaha mikro dan kecil di seluruh Indonesia.²

Semakin banyaknya persaingan dan jumlah pesaing menuntut BMT untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah serta berusaha memenuhi harapan nasabah. Dengan adanya tantangan yang begitu ketat, maka salah satu strategi bisnis yang dapat digunakan adalah dengan menjaga loyalitas nasabah, namun loyalitas saja tidak cukup untuk tetap menopang profitabilitas perusahaan, maka strategi jitu yang bisa diterapkan perusahaan adalah dengan cara *customer retention* (mempertahankan pelanggan).

Customer retention merupakan bentuk loyalitas yang berhubungan dengan perilaku yang diukur berdasarkan perilaku beli konsumen yang ditujukan dengan tingginya frekuensi konsumen membeli suatu produk/jasa. *Customer retention* adalah upaya untuk mempertahankan hubungan bisnis yang terjadi antara penyedia produk atau layanan dengan pelanggan.³ Konsep *customer retention* muncul karena sulitnya mempertahankan pelanggan yang sudah ada dari pada mencari pelanggan baru. *Customer retention* telah banyak digunakan perusahaan bisnis untuk meningkatkan kinerja perusahaannya. *Customer retention* lebih murah dalam biaya dibandingkan mencari pelanggan baru. Mencari pelanggan baru bisa menghabiskan biaya

² Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal wa Tamwil* (Bandung: CV Pustaka, 2013), hlm. 23.

³ Wildan Arif Hidayatullah, "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Retensi Pelanggan (Studi Kasus pada Radio Suara Muslim Surabaya 93,8 FM.)" (Malang: *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang*, No. 2, IV, 2016), hlm. 9.

lima kali lebih besar dari pada biaya yang tercakup dalam memuaskan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.⁴

Untuk mewujudkan *customer retention* yang sesuai maka perusahaan harus melaksanakan kegiatan bisnis dengan berdasarkan pada etika bisnis, dimana dunia bisnis tidak bisa dilepaskan dari etika bisnis. Banyak hasil penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang positif antara etika bisnis dan kesuksesan suatu perusahaan. Pada akhirnya praktek bisnis yang tidak jujur, hanya memikirkan keuntungan maksimal dan merugikan pihak lain akan membawa perusahaan yang tergolong raksasa sekalipun akan hancur juga.⁵

Sesungguhnya segala sesuatu mengenai pelaksanaan kehidupan telah diatur dalam pandangan ajaran agama Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis.⁶ BMT merupakan salah satu lembaga keuangan syariah dimana operasionalnya memiliki berbagai macam keunggulan dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional. Salah satu keunggulan tersebut karena dalam operasionalnya BMT menerapkan etika bisnis Islam. Tentunya dalam menghadapi persaingan dan menciptakan persaingan yang sehat dalam berbisnis harus menggunakan etika bisnis untuk mengendalikan persaingan bisnis agar tidak menjauhi norma-norma yang ada.

⁴ Philip Kotler dan Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran*, alih bahasa B.Molan, cet ke-12 (Bandung: Indeks, 2007), hlm. 193.

⁵ Ernawan dan Erni, *Business Ethics* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 54.

⁶ Laili Latifah Puspitasari, "Etika Bisnis Islam: Teori dan Aplikasi pada Perusahaan Manufaktur" (Malang: *Jurnal El-Muhasaba UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*, No. 2, Juli, VII, 2016), hlm. 116.

Etika bisnis Islam merupakan suatu kombinasi bisnis dengan nilai etika ditambah dengan nilai spiritual (agama). Etika bisnis juga dapat digunakan oleh para pelaku bisnis agar dapat berfikir, apakah dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya mengganggu kegiatan bisnis yang lain atau tidak. Dalam etika bisnis Islam terdapat beberapa prinsip yang menjadi acuan dalam melakukan bisnis sesuai dengan ajaran Islam, yaitu keseimbangan atau dalam beberapa literatur disebut dengan keadilan (*'adl*), kehendak bebas (*free will*), tanggungjawab (*responsibility*), dan kebenaran.⁷

Dalam segala aktivitas ekonomi, terutama dalam hal kegiatan bisnis Islam, Agama Islam mengajarkan dan mewajibkan kepada kita sebagai pelaku bisnis untuk selalu bertingkah adil dalam segala hal. Keadilan pada umumnya adalah keadaan atau situasi di mana setiap orang memperoleh apa yang menjadi haknya dan setiap orang memperoleh bagian yang sama dari kekayaan kita bersama. Dengan demikian berarti bahwa keadilan adalah keseimbangan antara hak dan kewajiban. Berbuat adil berarti menghargai dan menjunjung tinggi harkat dan martabat manusia, sebaliknya berbuat tidak adil berarti menginjak-injak harkat dan martabat manusia. Hal ini menjadi penting, melihat unsur keadilan (*'adl*) dalam berbisnis akan dapat membawa kesuksesan seseorang, dan mudah untuk mendapatkan loyalitas yang penuh dari mitra bisnis maupun konsumennya.⁸

⁷ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, alih bahasa Muhammad, Cet ke-1, 632 (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 32.

⁸ Wildan Arif Hidayatullah, "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Retensi Pelanggan (Studi Kasus pada Radio Suara Muslim Surabaya 93,8 FM.)" (Malang: *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang*, No. 2, IV, 2016), hlm. 6.

Bagian terpenting dalam nilai etika bisnis Islam lainnya adalah kebebasan, dimana kebebasan tersebut tidak merugikan kepentingan bersama. Kebebasan yang di maksud bukanlah bebas sebeb-bebasnya dalam menciptakan produk, pendistribusian maupun dalam mengkonsumsinya tetapi terikat dengan aturan agama Islam.⁹ Konsep kehendak bebas ini dapat terjadi pada kondisi pasar yang melakukan prinsip persaingan bebas yang efektif tanpa adanya intervensi dari pihak manapun, terkecuali pemerintah negara sebagai *ulil amri* dan pemangku otoritas hukum yang berlaku. Dengan demikian, Islam harus bisa memberikan jaminan yang kuat terhadap berlakunya kebebasan pada keluar masuknya komoditas di pasar tersebut, sehingga tidak dapat dikuasai atau dimonopoli oleh segolongan orang yang memiliki kuasa lebih saja namun semuanya memiliki hak dan kehendak bebas atas apa yang mereka hendak lakukan, selama unsur kebebasan yang dilakukan tidak menyalahi hukum yang berlaku serta kepentingan orang lain secara kolektif.¹⁰

Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggung jawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, menjual barang, melakukan jual beli, melakukan perjanjian dan lain

⁹ Dany Hidayat, "Pencapaian Masalah Melalui Etika Bisnis Islam Studi Kasus Restoran Mie Akhirat" (Surabaya: *JESTT Universitas Airlangga*, No. 11, November, II, 2015), hlm. 916.

¹⁰ Zahrotul Wakhidah, "Pengaruh Penerapan Etika Bismis Islam Terhadap Customer Retention pada Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Tumang Boyolali", *Tesis*, (Surakarta: IAIN Surakarta, 2017), hlm. 20.

sebagainya.¹¹ Konsep tanggungjawab dalam Islam secara komprehensif ditentukan ada dua aspek fundamental. Pertama, tanggungjawab menyatu dengan status kekhalifahan manusia, keberadaannya sebagai wakil Tuhan di muka bumi. Tetapi, sebagaimana disebutkan status kekhalifahan ini lebih merupakan sebutan (keadaan yang bersifat potensial) daripada suatu fakta (keadaan yang sudah terwujud). Kedua, konsep tanggungjawab dalam Islam pada dasarnya bersifat sukarela dan tidak harus dicampuradukkan dengan pemaksaan yang ditolak sepenuhnya oleh Islam. Dengan demikian, prinsip ini memberikan suatu pengorbanan, itu bukan jenis pengorbanan yang akan dipandang orang sebagai kesengsaraan, malah tindakan memberi dihubungkan dengan proses menjadi pribadi yang lebih baik dalam arti bahwa dia tumbuh (dalam kebajikan).¹² Dapat disimpulkan prinsip pertanggungjawaban Islam merupakan pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya, antara jiwa dan raga, antara person dan keluarga, individu dan sosial antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya.

Untuk melaksanakan prinsip tanggungjawab juga perlu didasari oleh prinsip kebenaran. Dalam konteks bisnis, kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini

¹¹ Erly Juliyani, "Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam" (Lamongan: *Jurnal Ummul Qura STAIRA*, No. 1, Maret, VII, 2016), hlm. 69.

¹² Syed Nawab Haider Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hlm. 47.

maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.¹³ Pentingnya peran etika bisnis Islam dari berbagai prinsip yang meliputi keadilan, kehendak bebas, tanggungjawab dan kebenaran mampu membantu dalam operasional bisnis termasuk BMT.

BMT menjadi gerakan sosial dan sekaligus bisnis yang berorientasi pada ridho Allah SWT. Namun, pendirian BMT juga tidak dapat mengabaikan aspek ekonomi, aspek ini menjadi sangat penting disamping aspek syariah sehingga keduanya harus berjalan dengan seimbang. Hal ini yang menjadi keunggulan lembaga keuangan syariah dibanding dengan konvensional, sebab dalam operasionalnya BMT menerapkan etika bisnis Islam.¹⁴

Di Kota Pekalongan terdapat salah satu BMT yang bisa dikatakan diminati karena memiliki anggota atau nasabah yang banyak dan terkenal sebagai BMT yang mumpuni dalam menjalankan bisnisnya yaitu BMT BAHTERA Pekalongan. Kurang lebih selama 22 tahun KSPPS BMT BAHTERA berdiri dengan membuka berbagai cabangnya antara lain di Pekalongan, Buaran, Kios Pasar Banjarsari, Batang, Warungasem, dan Tegal. KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan adalah lembaga keuangan yang bergerak dengan prinsip syariah. KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan dalam menjalankan bisnisnya bukan semata-mata hanya untuk mencari keuntungan

¹³ Dany Hidayat, "Pencapaian Masalah Melalui Etika Bisnis Islam Studi Kasus Restoran Mie Akhirat" (Surabaya: *JESTT Universitas Airlangga*, No. 11, November, II, 2015), hlm. 919.

¹⁴ Muhammad Ridwan, *Sistem dan Prosedur Pendirian BMT (Baitul Mal wa Tamwil)* (Yogyakarta: Citra Media, 2006), hlm. 17.

semata, melainkan bagaimana dapat menolong sesama dalam menjalankan bisnis yang saat ini semakin ketat. KSPPS BMT BAHTERA memiliki beberapa produk antara lain simpanan, pembiayaan dan *baitul maal*. dari beberapa produk tersebut terdapat produk pembiayaan *murabahah* yang merupakan produk yang diminati oleh nasabah. Pertumbuhan nasabah pembiayaan *murabahah* KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1

Data nasabah Pembiayaan dan jumlah aset KSPPS BMT BAHTERA
Pekalongan

Tahun	Jenis Pembiayaan	Jumlah Nasabah	Jumlah Aset (Rp)
2015	<i>Mudharabah</i>	29	34.477.909.667,88
	<i>Musyarakah</i>	0	
	<i>Murabahah</i>	411	
	<i>Ijarah/IMBT</i>	84	
	<i>Qardhul Hasan</i>	0	
2016	<i>Mudharabah</i>	22	40.064.548.953,96
	<i>Musyarakah</i>	0	
	<i>Murabahah</i>	568	
	<i>Ijarah/IMBT</i>	16	
	<i>Qardhul Hasan</i>	2	
2017	<i>Mudharabah</i>	8	44.795.623.194,40
	<i>Musyarakah</i>	0	
	<i>Murabahah</i>	676	
	<i>Ijarah/IMBT</i>	2	
	<i>Qardhul Hasan</i>	3	

Sumber: data diperoleh dari data Customer Service BMT BAHTERA Pekalongan tahun 2015-2017.

Data diatas menunjukkan bahwa jenis pembiayaan yang mengalami peningkatan signifikan adalah pembiayaan *murabahah* dimana pada tahun 2015 sampai 2016 mengalami peningkatan sebesar 16% dan pada tahun 2016

sampai 2017 mengalami peningkatan sebesar 8%. Walaupun pada tahun 2017 tidak sebesar tahun 2016 tetapi tetap mengalami peningkatan yang dapat merubah pendapatan. Hal tersebut menunjukkan minat nasabah terhadap produk pembiayaan *murabahah* di BMT BAHTERA Pekalongan. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menarik nasabah adalah dengan memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para nasabah puas terhadap layanan yang diberikan.

Pelayanan yang diberikan membuat nasabah selalu ingin menggunakan produk dari BMT BAHTERA Pekalongan. Selain produk simpanan yang tentunya sangat diminati nasabah, namun disisi lain juga nasabah tertarik melakukan transaksi pembiayaan *murabahah* di BMT BAHTERA Pekalongan. Kenaikan akan jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan *murabahah* juga dapat menjadikan aset BMT BAHTERA Pekalongan mengalami kenaikan. aset BMT BAHTERA Pekalongan mengalami peningkatan sebesar 7,5% dari 34.477.909.667,88 di tahun 2015 menjadi 40.064.548.953,96 di tahun 2016. Dan pada tahun 2017 juga mengalami peningkatan sebesar 5,6% dari 40.064.548.953,96 pada tahun 2016 menjadi 44.795.623.194,40 pada tahun 2017. Walaupun secara persentase tidak mengalami kenaikan lebih besar dari tahun 2016 akan tetapi aset BMT BAHTERA Pekalongan tetap mengalami kenaikan yang baik pada tahun 2017 dibandingkan dengan tahun 2016.

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa pembiayaan *murabahah* memberikan sumbangsuhnya kepada BMT BAHTERA Pekalongan dalam



meningkatkan aset serta penghasilan yang diterima BMT. Melalui strategi-strategi bisnis yang dijalankan BMT sehingga masyarakat memiliki minat terhadap produk BMT terutama pembiayaan *murabahah*. Bahkan tidak sedikit dari nasabah pembiayaan *murabahah* melakukan pelunasan dan selanjutnya pada hari yang sama juga melakukan transaksi pembiayaan *murabahah* ulang. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk meneliti sejauh mana etika bisnis Islam memberikan pengaruh terhadap *customer retention* untuk lebih meningkatkan kinerja BMT BAHTERA Pekalongan, sehingga dapat bersaing dengan lembaga keuangan lainnya baik yang konvensional ataupun syariah. Berdasarkan latar belakang dalam penelitian, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap *Customer retention* Nasabah Pembiayaan KSPSS BMT BAHTERA Pekalongan.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel keadilan dalam Etika Bisnis Islam berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer retention* Nasabah Pembiayaan *Murabahah* di KSPSS BMT BAHTERA Pekalongan?
2. Apakah variabel kehendak bebas dalam Etika Bisnis Islam berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer retention* Nasabah Pembiayaan *Murabahah* di KSPSS BMT BAHTERA Pekalongan?

3. Apakah variabel tanggungjawab dalam Etika Bisnis Islam berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer retention* Nasabah Pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan?
4. Apakah variabel kebenaran dalam Etika Bisnis Islam berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer retention* Nasabah Pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan?
5. Adakah pengaruh secara simultan antara prinsip keadilan ('*adl*), kehendak bebas (*free will*), tanggungjawab (*responsibility*), dan kebenaran dalam etika bisnis Islam terhadap *customer retention* Nasabah Pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan?
6. Dari beberapa variabel dalam Etika Bisnis Islam tersebut, variabel manakah yang lebih dominan mempengaruhi *Customer retention* Nasabah Pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan?

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah yang ada pada penelitian ini hanya terbatas pada :

1. Variabel X berupa keadilan ('*adl*), kehendak bebas (*free will*), tanggungjawab (*responsibility*), dan kebenaran.
2. Variabel Y berupa *customer retention* (mempertahankan konsumen).
3. Obyek yang diteliti nasabah pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan.



4. Mengetahui tentang pengaruh dari keadilan (*'adl*), kehendak bebas (*free will*), tanggungjawab (*responsibility*), dan kebenaran terhadap *customer retention* nasabah pembiayaan *Murabahah* KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah.

1. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh variabel keadilan dalam etika bisnis Islam terhadap *customer retention* nasabah pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan.
2. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh variabel kehendak bebas dalam etika bisnis Islam terhadap *customer retention* nasabah pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan.
3. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh variabel tanggungjawab dalam etika bisnis Islam terhadap *customer retention* nasabah pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan.
4. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh variabel kebenaran dalam etika bisnis Islam terhadap *customer retention* nasabah pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan.
5. Mengetahui dan menjelaskan keterpengaruhan secara simultan antara prinsip keadilan (*'adl*), kehendak bebas (*free will*), tanggungjawab (*responsibility*), dan kebenaran dalam etika bisnis Islam terhadap

customer retention nasabah pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan.

6. Mengetahui variabel dari etika bisnis Islam yang lebih dominan mempengaruhi *customer retention* nasabah KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini antara lain:

1. Secara Teoristis
 - a. Sebagai kajian bagi akademis untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya prinsip keadilan (*'adl*), kehendak bebas (*free will*), tanggungjawab (*responsibility*), dan kebenaran dalam etika bisnis Islam.
 - b. Memberi suatu wawasan dan pengetahuan tentang prinsip yang mempengaruhi etika bisnis Islam terhadap *customer retention*.
2. Secara Praktis
 - a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan suatu masukan pemikiran yang bermanfaat bagi lembaga dalam menentukan langkah yang tepat dalam upaya mempertahankan retensi nasabah pembiayaan *murabahah* sehingga akan memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah.

b. Bagi Penulis

- 1) Sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh selama perkuliahan.
- 2) Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam menganalisis serta memecahkan masalah yang ada dalam dunia lembaga keuangan.
- 3) Dapat mengetahui pengaruh secara signifikan dan simultan etika bisnis Islam yang meliputi keadilan (*'adl*), kehendak bebas (*free will*), tanggungjawab (*responsibility*), dan kebenaran terhadap *customer retention*.
- 4) Dapat mengetahui variabel yang ada di dalam etika bisnis Islam yang paling dominan mempengaruhi *customer retention*.

c. Bagi Peneliti Lain

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan konsep dalam pemecahan masalah khususnya bagi mahasiswa IAIN Pekalongan.
- 2) Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang tertarik pada masalah terkait, khususnya di lembaga keuangan syariah.

F. Sistematika Penulisan

Dalam membahas dan menganalisa tentang Pengaruh Etik Bisnis Islam terhadap *Customer retention* Nasabah Pembiayaan Murabahah pada KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan, maka agar penulis skripsi ini dapat tersusun

dengan baik, sistematis serta mudah dipahami, maka penulis menggunakan sistematika penulisan proposal sebagai berikut :

BAB I : Pada bagian ini menguraikan latar belakang penelitian, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Dalam bab ini menguraikan kerangka teori yang meliputi landasan teori, tinjauan pustaka, kerangka berfikir serta hipotesis.

BAB III : Menguraikan metode penelitian yang digunakan dalam penulisan proposal ini meliputi : jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, variabel penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, instrumen dan teknik pengumpulan data penelitian, teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV : Menguraikan analisis data dan pembahasan yang meliputi penyajian data, analisis data dan pembahasan.

BAB V : Merupakan penutup yang berisi kesimpulan yang dapat ditarik dari pembahasan dan saran-saran yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis etika bisnis Islam yang meliputi keadilan, kehendak bebas, tanggungjawab, dan kebenaran terhadap *customer retention* nasabah pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Keadilan (*'adl*) Terhadap *Customer Retention* Nasabah Pembiayaan *Murabahah* pada BMT BAHTERA Pekalongan

Berdasarkan hasil uji *t* diperoleh tingkat signifikansi variabel Keadilan (X1) adalah $0,008 < 0,05$ (signifikan pada delta 5%), dan nilai *t* hitung $2,732 > t_{\text{tabel}} 1,663$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel keadilan berpengaruh signifikan terhadap *customer retention* nasabah pembiayaan *murabahah* KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan.

2. Pengaruh Kehendak Bebas (*free will*) Terhadap *Customer Retention* Nasabah Pembiayaan *Murabahah* pada BMT BAHTERA Pekalongan

Berdasarkan hasil uji *t* diperoleh tingkat signifikansi variabel Kehendak Bebas (X2) adalah $0,004 < 0,05$ (signifikan pada delta 5%), dan nilai *t* hitung $2,958 > t_{\text{tabel}} 1,663$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kehendak bebas berpengaruh signifikan terhadap *customer retention* nasabah pembiayaan *murabahah* KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan.

3. Pengaruh Tanggungjawab (*responsibility*) Terhadap *Customer Retention*

Nasabah Pembiayaan *Murabahah* pada BMT BAHTERA Pekalongan

Berdasarkan hasil uji *t* diperoleh tingkat signifikansi variabel Tanggungjawab (X3) adalah $0,005 < 0,05$ (signifikan pada delta 5%), dan nilai $t_{hitung} 2,862 > t_{tabel} 1,663$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel tanggungjawab berpengaruh signifikan terhadap *customer retention* nasabah pembiayaan *murabahah* KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan

4. Pengaruh Kebenaran Terhadap *Customer Retention* Nasabah Pembiayaan *Murabahah* pada BMT BAHTERA Pekalongan

Berdasarkan hasil uji *t* diperoleh tingkat signifikansi variabel Kebenaran (X4) adalah $0,002 > 0,05$ (signifikan pada delta 5%), dan nilai $t_{hitung} 3,151 < t_{tabel} 1,663$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kebenaran berpengaruh signifikan terhadap *customer retention* nasabah pembiayaan *murabahah* KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan.

5. Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa nilai $F_{hitung} 37,912 > F_{tabel} 2,48$

Dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,005$, maka terbukti bahwa ada pengaruh secara simultan dari Keadilan, Kehendak Bebas, Tanggungjawab, dan Kebenaran terhadap *customer retention* nasabah pembiayaan *murabahah* KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan.

6. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,624 yang berarti

bahwa Keadilan (X1), Kehendak Bebas (X2), Tanggungjawab (X3), dan Kebenaran (X4) dapat menjelaskan variabel *Customer Retention* (Y)

sebesar 62,4% sedangkan sisanya sebesar 37,6% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

7. Variabel kebenaran merupakan variabel yang dominan berpengaruh terhadap *customer retention* dengan nilai koefisien beta pada uji t sebesar 0,295.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

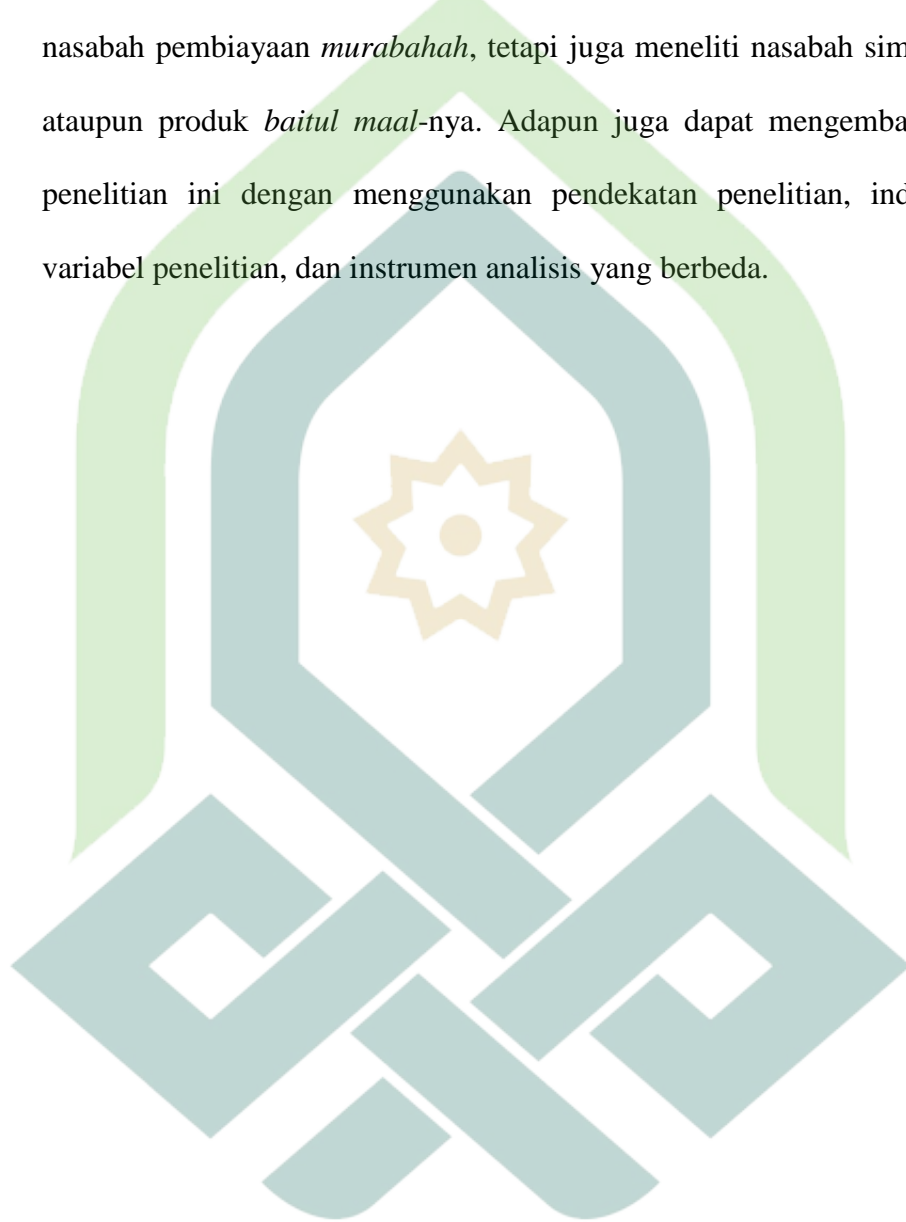
1. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini dapat dijadikan gambaran, laporan maupun acuan mengenai etika bisnis Islam yang diterapkan perusahaan untuk meningkatkan *customer retention* nasabah baik pembiayaan maupun simpanan supaya tetap melakukan transaksi keuangan di BMT BAHTERA Pekalongan.

2. Bagi Peneliti Berikutnya

Untuk dapat menelaah dan mengkaji lebih dalam dan meluas terkait etika bisnis Islam serta pengaruhnya pada *customer retention*, sehingga diharapkan mampu membuka mata dan pikiran masyarakat maupun lembaga keuangan akan pentingnya menjaga etika bisnis Islam. Selain itu, diharapkan pula dapat mengembangkan penelitian ini dengan

meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi *customer retention* nasabah pembiayaan *murabahah*. Dan diharapkan tidak hanya meneliti nasabah pembiayaan *murabahah*, tetapi juga meneliti nasabah simpanan ataupun produk *baitul maal*-nya. Adapun juga dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan pendekatan penelitian, indikator variabel penelitian, dan instrumen analisis yang berbeda.





DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Alma, B. (2002). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Arijanto, A. (2011). *Etika Bisnis bagi Pekusaku Bisnis: Cara Cerdas dalam Memahami Konsep dan Faktor-faktor Etika Bisnis dengan Beberapa Contoh Praktis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* Jakarta: Rineka Cipta.
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*. Bandung: ALFABETA.
- Azwar, S. (1999). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Badroen, F. et al. (2007). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bertens, K. (2000). *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Djakfar, M. (2007). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang Press.
- Djakfar, M. (2012). *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus+ imprint dari Penebar Swadaya.
- Ernawan dan Erni. (2007). *Business Ethics*. Bandung: Alfabeta.
- Fauzi, M. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Semarang: Walisongo Press.
- Fauzia, I. Y. (2013). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ghazali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hadi, S. (1987). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas UGM.

- Harahap, S. S. (2011). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hasan, A. (2009). *Manajemen Bisnis Syari'ah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Keraf, A. S. (1998). *Etika Bisnis: Tuntutan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kotler, P., dan Keller, K. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., dan Keller, K. (2007). *Manajemen Pemasaran*, alih bahasa B.Molan, cet ke-12. Bandung: Indeks.
- Latan, H., dan Temalagi, S. (2013). *Analisis Multivariate: Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*. Bandung: Alfabeta.
- Madjid, B. A., dkk. (2007). *Pedoman Pendirian, Pembinaan dan Pengawasan LKM BMT*. Jakarta: LAZNAS BMT.
- Mahmoeddin, As. (1994). *Etika Bisnis Perbankan*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Mirawati. (2011). *Persepsi dan Perilaku Masyarakat terhadap Pembiayaan Murabahah*. Tangerang: Lembaga Studi Islam Progresif.
- Muhammad. (2004). *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Muhammad dan Fauroni, L. (2002). *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah.
- Naqvi, S. N. H. (2003). *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Ridwan, A. H. (2013). *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*. Bandung: CV Pustaka.
- Ridwan, M. (2006). *Sistem dan Prosedur Pendirian BMT (Baitul Mal wa Tamwil)*. Yogyakarta: Citra Media.
- Rivai, V., dan Usman, A. N. (2012). *Islamic Economics and Finance*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.



- Ruslan, R. (2003). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sholahuddin. (2006). *Lembaga Ekonomi dan Keuangan Islam*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2007). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujianto, A. E. (2009). *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- Sumiyanto, A. (2008). *BMT Menuju Koperasi Modern*. Yogyakarta: PT Grafindo Persada.
- Umar, H. (2009). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gava Media
- Widodo, H., dkk. (1999). *Pedoman Akuntansi Syariah: Panduan Praktis Operasional Baitul Mal wat Tamwil*. Bandung: Mizan IKAPI.
- Wijaya, T. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yusanto, M. I., dan Widjajakusuma, M. K. (2002). *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani.

B. Artikel/Jurnal

- Agung, D. T. (2016). *Pengaruh Pelayanan Prima dan Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Anggota KJKS BTM Mentari Kademangan Blitar* (Skripsi, IAIN Tulungagung).
- Afrillia, F. (2015). *Pengaruh Etika Bisnis Islam (Perspektif Akuntansi) terhadap Operasional Perbankan Syari'ah* (Skripsi, UIN Bandung).
- Diab, B. (2009). *Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan dan Citra Merk terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Retensi*

Pelanggan (Studi Kasus pada Gies Batik Pekalongan) (Tesis: Universitas Diponegoro, 2009).

Fauroni, L. (Maret, 2003). Rekonstruksi Etika Bisnis: Perspektif Al-Qur'an. *Sekolah Tinggi Ilmu Syari'ah Yogyakarta: Jurnal Iqtisad*, 4(1).

Fauzan dan Nuryana, I. (Februari, 2014). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 10(1).

Hasan, I. (2007). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Retention Orientation Nasabah Bank Syariah Di Kota Malang. *UIN Malang: Jurnal Iqtishoduna*, 3(1).

Hidayat, D. (November, 2015). Pencapaian Masalah Melalui Etika Bisnis Islam Studi Kasus Restoran Mie Akhirat. *Universitas Airlangga Surabaya: Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 2(11).

Hidayatullah, W. A. (2016). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Retensi Pelanggan (Studi Kasus pada Radio Suara Muslim Surabaya 93,8 FM.). *Universitas Brawijaya Malang: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(2).

Hidayatullaili, R. (2016). *Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Customer retention Nasabah Simpanan (Studi Kasus Pada BMT Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)* (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).

Hiqmah, F. A., Suprihati, T., Suwarsi, S. (2016). Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Hotel Sofyan Inn Specia Bandung). *Universitas Islam Bandung: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 2(2).

Hurriyati, R., dan Widiastuti, I. (2008). Pengaruh Pemasaran Eksperiensial terhadap Retensi Pelanggan pada Pengunjung Resort & Spa Kampung Sampireun Garut. *Garut: Jurnal Strategic*, 7(13).

Juliyani, E. (Maret, 2016). Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam. *STAIRA: Jurnal Ummul Qura*, 7(1).

Kuswati, R., dan Waluyo, A. (Juni, 2012). Relationship dan Customer retention Orientation pada Perbankan Syariah. *Artikel*, Universitas Muhammadiyah Surakarta: dalam Seminar Nasional dan Call For Papers. Fakultas Ekonomi UNISBANK.

- Lestari, Z. (2015). *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Anggota (studi pada BMT Kube Sejahtera Sleman)* (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Maharani, S. (2013). Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kecurangan Akuntansi dalam Pelaporan Keuangan pada Entitas Publik di Indonesia. *UNIDA Gontor: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 7(2).
- Nurmayanti, D. (2012). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Customer Retention SIM Card IM3 pada Mahasiswa DIII FEB UNPAD BANDUNG* (Skripsi, IPB).
- Pangestu, J. (2017). Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, Kepuasan Pelanggan dan Customer Retention (Studi pada Distro Inspired27 Malang). *Universitas Brawijaya Malang: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(2).
- Puspitasari, L. L. (Juli 2016). Etika Bisnis Islam: Teori dan Aplikasi pada Perusahaan Manufaktur. *UIN Maulana Malik Ibrahim Malang: Jurnal El-Muhasaba*, 7(2).
- Rizanata, M. F. (2014). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap *Word Of Mouth*, Niat Beli dan Retensi Pelanggan Gerai Indomaret di Surabaya. *STIE Perbanas Surabaya: Journal of Business and Banking*, 4(1).
- Rosyadi, M. F. (2012). *Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention (Studi kasus pada Bank BPD DIY Yogyakarta cabang Syariah)* (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Sari, D. H., dan Suryadi, N. (2012). Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Switching Barrier Terhadap Customer retention Kartu GSM (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Malang). *Universitas Brawijaya Malang: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1).
- Wakhidah, Z. (2017). *Pengaruh Penerapan Etika Bismis Islam Terhadap Customer Retention pada Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Tumang Boyolali* (Tesis, IAIN Surakarta).

Lampiran 1 : Lembar Kuesioner

DAFTAR KUESIONER PENELITIAN

Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan, guna memenuhi tugas akhir skripsi pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah, dengan kerendahan hati saya mohon kesediaan bapak/ibu/saudara responden untuk mengisi kuesioner yang tersedia beberapa pertanyaan mengenai “Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap *Customer Retention* Nasabah Pembiayaan *Murabahah* pada KSPPS BMT BAHTERA Pekalongan”. Angket ini terdiri dari beberapa bagian dan masing-masing disertai dengan petunjuk pengisian tersendiri dan mohon identitas dan pertanyaan diisi dengan lengkap. Akhir kata saya ucapkan terimakasih atas bantuan dan kesediaan bapak/ibu/saudara responden yang telah meluangkan waktunya dalam pengisian kuesioner ini.

I. Pertanyaan Profil Responden

Jawablah pertanyaan-pertanyaan dibawah ini dengan memberikan tanda ceklis(\checkmark) pada salah satu pertanyaan berikut dengan sebenar-benarnya.

1. Jenis Kelamin :

- Laki-laki Perempuan

2. Usia :

- 17 – 25tahun 36 – 45 tahun
 26 – 35tahun > 45 tahun

3. Pekerjaan :

- Mahasiswa PNS Lain-lain
 Wiraswasta Karyawan Swasta

4. Pendidikan Terakhir :

- SD/Sederajat SMA/Sederajat Sarjana
 SMP/Sederajat Diploma

NO	PERNYATAAN	JAWABAN
----	------------	---------

5. Pendapatan :

- < Rp 1.000.000 Rp 3.000000 – 5.000.000
 Rp 1.000.000 - 3.000.000 >Rp 5.000.000

6. Berapa lama anda menjadikan sebagai BMT Bahtera Pekalongan :

- < 1 tahun 3 – 5 tahun
 1 – 3 tahun > 5 tahun

7. Mengapa anda memilih BMT Bahtera sebagai tempat untuk melakukan transaksi pembiayaan *murabahah*?

Jawab:

.....

.....

.....

.....

.....

8. Apakah anda pernah melakukan transaksi pembiayaan *murabahah*/sejenisnya di lembaga keuangan lainnya? (ya/tidak). Jika “ya” dimana? (syariah/konvensional)

Jawab:

.....

.....

.....

II. Pernyataan Kepada Responden

Berilah tanda ceklis (√) pada salah satu kolom jawaban dibawah ini sesuai dengan kenyataan anda, dengan kriteria jawaban :

- SS: Sangat Setuju TS : Tidak Setuju
 S : Setuju STS: Sangat Tidak Setuju
 N : Netral



		SS	S	N	TS	STS
	Keadilan					
1.	Perlakuan pihak BMT BAHTERA kepada nasabah sama tanpa membedakan satu sama lain.					
2.	Perolehan Margin (Keuntungan) pembiayaan <i>murabahah</i> BMT BAHTERA sesuai dengan perhitungan kesepakatan.					
3.	Merasa tertarik untuk tetap menggunakan produk pembiayaan <i>murabahah</i> pada BMT BAHTERA karena perhitungan Margin (Keuntungan) yang wajar.					
4.	Pihak BMT BAHTERA memberikan pelayanan yang sama kepada semua nasabahnya.					
5.	Pelaksanaan pembiayaan <i>murabahah</i> sesuai dengan prosedur yang disepakati antara BMT dan nasabah.					
	Kehendak Bebas (<i>free will</i>)					
1.	Jumlah angsuran sesuai kemampuan nasabah BMT BAHTERA.					
2.	Nasabah diminta untuk menyampaikan kritik dan saran terhadap pelayanan yang kurang memuaskan.					
3.	Nasabah boleh melakukan pembiayaan <i>murabahah</i> sesuai dengan kebutuhan.					
4.	Nasabah BMT BAHTERA diberi kebebasan untuk memilih jangka waktu pembiayaan.					
5.	Nasabah BMT BAHTERA dapat memilih alternatif cara pembayaran angsuran.					



NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
	Tanggung Jawab (<i>responsibility</i>)					
1.	BMT BAHTERA memberikan prosedur pembiayaan <i>murabahah</i> yang mudah dimengerti dan dipahami serta tidak menyulitkan.					
2.	Proses pencairan dana sangat cepat sesuai yang dijanjikan.					
3.	BMT BAHTERA memberikan perhatian dan rasa aman kepada nasabah dalam melakukan transaksi.					
4.	BMT BAHTERA memberikan pelayanan secara transparan.					
5.	Setiap keluhan nasabah selalu ditanggapi dengan baik oleh pihak BMT BAHTERA.					
	Kebenaran					
1.	Karyawan BMT BAHTERA melayani nasabah secara professional.					
2.	Marketing Pembiayaan melayani nasabah secara ramah.					
3.	Teller melayani nasabah secara cepat dan tepat.					
4.	BMT BAHTERA memberikan kelonggaran waktu kepada anggota untuk membayar pinjamannya.					
5.	Saya yakin BMT BAHTERA telah melaksanakan prinsip sesuai dengan syariah Islam.					
	Customer Retention					
1.	BMT BAHTERA merupakan pilihan utama saya untuk melakukan pembiayaan <i>murabahah</i> .					



NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
2.	Saya akan tetap menjadi nasabah BMT BAHTERA selama pelayanan yang diberikan memuaskan, adil dan bertanggungjawab.					
3.	BMT BAHTERA selalu memberikan informasi yang dibutuhkan secara lengkap tanpa ada yang ditutupi sehingga nasabah merasa aman dan tetap melakukan pembiayaan <i>murabahah</i> di BMT BAHTERA.					
4.	Saya akan tetap memilih BMT BAHTERA sebagai tempat untuk melakukan pembiayaan <i>murabahah</i> , karena pihak BMT BAHTERA ramah, sopan dan santun dalam melayani nasabah.					
5.	Saya akan tetap memilih BMT BAHTERA sebagai tempat untuk melakukan pembiayaan <i>murabahah</i> , karena prosesnya mudah dan cepat.					
6.	Margin (Keuntungan) dan biaya administrasi yang ditawarkan BMT BAHTERA kompetitif dengan bank lain.					

Lampiran 2

DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN

No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendidikan	Pendapatan	Lama	Alasan Memilih BMT BAHTERA	Transaksi di Bank lain
1	2	2	2	3	2	2	Proses Pencairan Cepat	Tidak
2	2	3	5	4	2	2	Proses Pencairan Cepat	Tidak
3	2	3	2	3	2	2	Lokasi Dekat	Tidak
4	1	3	4	3	2	2	Proses Pencairan Cepat	Ya, Syariah
5	1	2	2	3	2	2	Margin (Keuntungan) Bersaing	Ya, Konvensional
6	2	3	2	1	2	4	Margin (Keuntungan) Bersaing	Ya, Syariah
7	1	3	2	1	2	3	Prosedur Mudah	Ya, Konvensional
8	2	4	5	1	2	4	Prosedur Mudah	Tidak
9	2	3	2	5	4	4	Proses Pencairan Cepat	Ya, Konvensional
10	2	4	2	3	2	3	Proses Pencairan Cepat	Ya, Konvensional
11	1	4	5	3	2	2	Amanah dalam Transaksi	Ya, Konvensional
12	2	4	3	5	4	3	Amanah dalam Transaksi	Tidak
13	2	1	2	3	2	2	Amanah dalam Transaksi	Ya, Konvensional
14	1	2	4	4	2	2	Fasilitas Jemput Bola	Tidak
15	2	1	1	3	1	1	Proses Pencairan Cepat	Ya, Syariah
16	2	2	2	3	2	2	Proses Pencairan Cepat	Ya, Konvensional

17	2	2	4	3	2	4	Amanah dalam Transaksi	Ya, Konvensional
18	2	2	2	2	2	2	Prosedur Mudah	Tidak
19	2	2	2	3	2	2	Margin (Keuntungan) Bersaing	Tidak
20	2	2	4	3	2	3	Fasilitas Jemput Bola	Tidak
21	2	3	5	3	2	3	Lokasi Dekat	Tidak
22	2	2	2	3	2	2	Amanah dalam Transaksi	Tidak
23	2	1	1	3	1	1	Fasilitas Jemput Bola	Ya, Syariah
24	2	2	4	3	2	2	Proses Pencairan Cepat	Tidak
25	2	1	2	3	2	2	Prosedur Mudah	Ya, Konvensional
26	2	2	5	3	2	3	Fasilitas Jemput Bola	Tidak
27	2	4	5	3	3	2	Lokasi Dekat	Tidak
28	2	2	4	4	2	2	Amanah dalam Transaksi	Ya, Konvensional
29	2	3	2	3	2	1	Proses Pencairan Cepat	Tidak
30	2	2	4	3	2	2	Fasilitas Jemput Bola	Ya, Konvensional
31	2	3	4	3	2	3	Proses Pencairan Cepat	Ya, Konvensional
32	2	4	5	2	2	4	Proses Pencairan Cepat	Ya, Konvensional
33	2	3	4	3	3	2	Amanah dalam Transaksi	Tidak
34	1	2	4	4	3	3	Amanah dalam Transaksi	Tidak
35	2	2	2	4	3	4	Proses Pencairan Cepat	Ya, Konvensional
36	2	3	2	3	2	4	Proses Pencairan Cepat	Ya, Konvensional

37	2	3	2	3	2	4	Lokasi Dekat	Ya, Konvensional
38	2	2	2	3	2	3	Margin (Keuntungan) Bersaing	Tidak
39	1	2	5	1	1	3	Lokasi Dekat	Tidak
40	1	2	2	2	2	2	Fasilitas Jemput Bola	Ya, Syariah
41	1	3	4	3	2	2	Prosedur Mudah	Ya, Konvensional
42	2	2	2	2	2	2	Fasilitas Jemput Bola	Tidak
43	2	3	5	1	1	2	Amanah dalam Transaksi	Tidak
44	1	2	2	3	2	2	Amanah dalam Transaksi	Tidak
45	1	2	2	3	2	1	Fasilitas Jemput Bola	Ya, Syariah
46	2	3	2	3	2	4	Tanpa Agunan	Tidak
47	2	4	2	3	2	3	Proses Pencairan Cepat	Tidak
48	1	2	5	3	2	2	Fasilitas Jemput Bola	Ya, Syariah
49	1	3	5	2	2	3	Prosedur Mudah	Ya, Konvensional
50	1	2	4	3	2	2	Proses Pencairan Cepat	Tidak
51	2	2	2	3	2	2	Lokasi Dekat	Ya, Konvensional
52	2	2	2	2	2	3	Margin (Keuntungan) Bersaing	Tidak
53	2	2	4	3	2	2	Proses Pencairan Cepat	Tidak
54	2	4	5	2	1	3	Proses Pencairan Cepat	Ya, Konvensional
55	2	2	2	3	2	3	Tanpa Agunan	Ya, Konvensional
56	1	4	2	2	2	2	Lokasi Dekat	Tidak

57	1	2	2	3	2	1	Amanah dalam Transaksi	Tidak
58	1	2	4	3	2	2	Amanah dalam Transaksi	Ya, Konvensional
59	1	2	4	4	2	2	Fasilitas Jemput Bola	Ya, Konvensional
60	1	2	4	3	3	1	Amanah dalam Transaksi	Ya, Konvensional
61	1	2	2	4	2	2	Prosedur Mudah	Tidak
62	1	3	2	3	2	1	Prosedur Mudah	Ya, Syariah
63	1	2	2	3	4	2	Margin (Keuntungan) Bersaing	Ya, Konvensional
64	2	3	5	3	2	2	Proses Pencairan Cepat	Ya, Syariah
65	1	2	4	5	2	3	Fasilitas Jemput Bola	Ya, Syariah
66	2	2	2	3	3	2	Proses Pencairan Cepat	Ya, Syariah
67	1	2	2	3	2	1	Prosedur Mudah	Tidak
68	2	2	2	3	2	2	Proses Pencairan Cepat	Tidak
69	2	2	2	3	3	2	Lokasi Dekat	Tidak
70	2	1	2	3	3	2	Amanah dalam Transaksi	Ya, Syariah
71	1	3	4	3	2	3	Proses Pencairan Cepat	Ya, Konvensional
72	2	3	3	5	4	3	Proses Pencairan Cepat	Ya, Syariah
73	2	1	4	3	2	2	Prosedur Mudah	Ya, Konvensional
74	2	3	2	3	3	4	Prosedur Mudah	Ya, Syariah
75	2	2	2	3	2	4	Tanpa Agunan	Tidak
76	1	2	2	3	2	3	Tanpa Agunan	Tidak

77	1	3	4	3	1	1	Margin (Keuntungan) Bersaing	Ya, Syariah
78	2	4	5	1	1	4	Fasilitas Jemput Bola	Ya, Syariah
79	2	3	2	3	3	4	Proses Pencairan Cepat	Ya, Syariah
80	2	3	5	3	2	4	Amanah dalam Transaksi	Ya, Konvensional
81	1	2	4	3	2	3	Prosedur Mudah	Tidak
82	1	3	5	3	3	4	Proses Pencairan Cepat	Tidak
83	2	2	2	3	3	3	Margin (Keuntungan) Bersaing	Ya, Konvensional
84	2	2	2	2	2	2	Proses Pencairan Cepat	Ya, Konvensional
85	2	2	4	3	2	2	Fasilitas Jemput Bola	Ya, Syariah
86	1	4	5	1	2	4	Lokasi Dekat	Ya, Konvensional
87	1	2	4	3	2	2	Prosedur Mudah	Ya, Syariah
88	1	2	5	1	1	1	Proses Pencairan Cepat	Ya, Syariah
89	1	3	5	3	2	2	Margin (Keuntungan) Bersaing	Ya, Konvensional
90	1	2	2	2	2	1	Proses Pencairan Cepat	Tidak

Lampiran 3

DATA MENTAH PENELITIAN

NO	Keadilan (X1)						Kehendak Bebas (X2)						Tanggungjawab (X3)					
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	JML	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	JML	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	JML
1	5	5	2	5	5	22	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
2	5	4	4	5	4	22	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20
3	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	5	4	21	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	4	22
5	4	3	4	3	4	18	4	3	4	4	4	19	4	3	3	4	4	18
6	4	3	3	4	4	18	3	5	4	4	3	19	4	4	5	4	5	22
7	5	4	3	4	5	21	2	4	4	4	4	18	4	3	3	4	3	17
8	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	4	23
9	4	4	3	4	3	18	3	4	3	4	5	19	4	5	5	3	5	22
10	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	5	23	4	4	4	5	4	21
11	4	4	4	3	4	19	3	4	5	4	4	20	5	5	4	4	4	22
12	5	5	5	4	5	24	5	3	5	5	5	23	5	4	3	3	3	18
13	2	4	2	4	2	14	3	3	3	3	3	15	5	3	5	5	5	23
14	4	5	4	5	4	22	4	4	4	5	5	22	4	4	3	4	4	19
15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	5	5	4	21
16	3	3	3	4	3	16	3	3	3	3	3	15	3	5	3	3	3	17

17	4	4	4	4	4	20	3	4	3	3	3	16	4	4	5	3	5	21
18	5	5	4	5	4	23	4	5	4	5	5	23	4	5	4	5	4	22
19	4	3	3	5	3	18	3	5	3	5	3	19	4	5	5	5	3	22
20	5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	5	25	3	5	5	5	5	23
21	4	4	3	3	5	19	5	4	3	3	4	19	3	3	3	3	3	15
22	4	4	4	4	4	20	5	5	4	5	5	24	4	5	5	4	4	22
23	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	3	23	5	4	3	5	5	22
24	4	5	4	4	4	21	4	5	4	5	4	22	4	4	4	4	4	20
25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
26	5	4	5	5	5	24	5	4	5	4	5	23	5	5	4	5	5	24
27	5	4	5	4	5	23	4	4	5	4	5	22	5	5	4	3	3	20
28	5	4	5	3	5	22	4	3	4	4	2	17	4	4	3	3	3	17
29	3	4	3	4	3	17	3	4	3	3	3	16	4	4	3	5	5	21
30	4	5	4	4	4	21	5	3	5	5	5	23	5	3	5	4	5	22
31	5	5	5	4	5	24	4	4	4	4	3	19	4	4	4	5	4	21
32	2	3	2	4	2	13	4	3	4	4	1	16	3	5	4	3	3	18
33	4	4	4	4	4	20	5	4	5	3	4	21	5	5	5	4	4	23
34	5	5	4	5	4	23	3	4	3	5	4	19	4	4	4	5	5	22
35	2	5	2	4	2	15	5	4	5	4	5	23	5	5	5	4	3	22
36	5	4	5	4	5	23	5	4	5	4	5	23	4	4	4	4	4	20
37	5	4	5	3	3	20	5	3	5	5	4	22	5	4	4	3	3	19
38	4	5	4	4	4	21	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24

39	5	5	5	5	5	25	4	3	4	4	4	19	4	4	4	3	3	18
40	4	4	5	4	5	22	4	4	4	4	5	21	3	3	5	5	5	21
41	3	3	4	3	5	18	4	4	4	4	5	21	5	4	4	3	3	19
42	4	3	4	4	4	19	3	3	3	5	4	18	3	2	3	3	3	14
43	4	5	4	4	4	21	4	3	2	4	2	15	3	3	4	4	3	17
44	5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	5	25	4	4	4	3	3	18
45	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	4	17	5	3	4	5	5	22
46	5	5	5	4	5	24	3	3	3	3	3	15	3	5	3	3	4	18
47	3	5	3	5	3	19	3	4	3	4	4	18	4	4	5	4	3	20
48	5	4	5	4	5	23	4	3	4	3	3	17	5	3	3	3	3	17
49	4	5	4	5	4	22	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21
50	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21	5	5	4	4	5	23
51	4	5	4	4	4	21	4	4	4	5	3	20	5	4	5	4	4	22
52	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	5	3	5	5	22
53	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	3	16	3	3	3	3	3	15
54	4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	5	23	4	5	3	5	4	21
55	4	4	4	4	4	20	3	4	3	3	4	17	4	3	4	4	4	19
56	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24
57	3	4	3	4	3	17	4	5	4	4	4	21	4	4	4	3	3	18
58	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
59	4	5	4	4	4	21	3	4	3	4	4	18	5	5	5	4	4	23
60	5	5	5	5	5	25	5	4	3	5	4	21	3	3	4	5	5	20

61	4	5	4	5	4	22	4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	4	17
62	5	5	5	4	5	24	3	3	3	5	5	19	4	5	5	5	5	24
63	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	5	3	3	4	4	19
64	4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	4	20	4	5	4	5	5	23
65	3	4	3	4	3	17	4	3	4	4	4	19	5	4	5	3	3	20
66	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24
67	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
68	5	4	5	4	5	23	4	3	4	5	5	21	4	4	4	3	5	20
69	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24	5	5	4	5	4	23
70	5	4	5	5	5	24	5	4	5	5	5	24	4	5	3	3	3	18
71	4	4	4	5	4	21	4	3	4	4	5	20	3	4	3	4	3	17
72	5	5	5	4	5	24	4	3	4	4	4	19	5	4	4	4	5	22
73	4	4	4	4	4	20	5	4	5	3	4	21	3	3	5	5	5	21
74	4	5	4	4	4	21	3	3	4	3	5	18	5	4	4	4	4	21
75	5	3	5	3	5	21	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15
76	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	2	4	3	3	3	15
77	5	4	5	4	5	23	4	4	4	4	5	21	3	4	3	5	4	19
78	4	3	3	5	4	19	4	3	3	2	3	15	4	3	3	3	3	16
79	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
80	5	4	5	4	5	23	4	5	4	5	4	22	4	5	4	3	3	19
81	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	3	2	3	4	4	16
82	4	4	4	4	4	20	4	5	4	5	4	22	3	4	3	4	4	18

83	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
84	5	5	5	4	5	24	4	3	4	4	5	20	4	4	4	5	5	22
85	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20
86	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21	4	5	5	4	4	22
87	4	5	4	4	4	21	4	3	4	4	4	19	3	3	4	3	4	17
88	4	4	4	3	4	19	3	4	3	4	4	18	5	4	5	4	4	22
89	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	18
90	5	4	5	4	5	23	5	4	5	4	3	21	5	5	5	3	5	23

NO	Kebenaran (X4)						Customer Retention (Y)						
	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	JML	Q21	Q22	Q23	Q24	Q25	Q26	JML
1	5	5	5	5	5	25	3	5	5	5	3	3	24
2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
3	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	4	24	4	4	5	4	4	4	25
5	4	4	4	3	3	18	4	3	3	3	3	3	19
6	4	5	4	2	3	18	3	4	4	3	3	3	20
7	4	4	5	2	4	19	3	4	3	3	4	3	20
8	5	5	4	4	5	23	4	5	4	4	4	3	24
9	5	4	3	3	4	19	4	5	4	4	5	4	26
10	4	4	4	4	4	20	4	5	4	5	5	4	27
11	4	4	3	4	5	20	4	4	5	4	5	5	27

12	5	5	5	3	5	23	4	3	3	4	3	4	21
13	5	5	5	5	5	25	4	4	5	3	4	3	23
14	4	5	4	4	5	22	4	4	4	4	5	4	25
15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
16	2	3	4	4	4	17	3	4	3	4	3	3	20
17	4	4	4	4	4	20	5	3	4	3	3	4	22
18	4	4	4	4	5	21	4	5	5	4	4	5	27
19	5	4	3	3	5	20	5	4	4	4	4	4	25
20	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	4	28
21	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	3	22
22	5	4	5	5	4	23	4	5	3	5	5	5	27
23	5	5	4	5	5	24	5	4	5	5	5	5	29
24	4	5	5	5	4	23	5	5	5	5	5	3	28
25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
26	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
27	5	4	5	4	5	23	5	5	5	4	5	5	29
28	4	4	4	3	4	19	4	4	3	4	4	3	22
29	4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	4	3	21
30	5	5	4	4	4	22	5	5	5	5	5	4	29
31	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	5	4	25
32	4	3	4	1	5	17	3	3	3	3	3	3	18
33	4	4	5	5	5	23	4	5	4	4	4	4	25

34	4	5	3	5	5	22	4	4	4	4	4	5	25
35	5	5	5	4	3	22	4	5	4	4	4	5	26
36	4	4	5	5	5	23	5	3	5	4	5	5	27
37	5	4	3	3	3	18	5	5	4	4	3	4	25
38	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	3	28
39	4	5	4	5	5	23	4	4	5	3	4	5	25
40	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	5	26
41	5	5	4	4	4	22	5	5	4	3	5	3	25
42	5	5	3	3	3	19	3	3	3	4	4	2	19
43	3	3	3	3	3	15	3	3	4	3	4	3	20
44	5	4	5	5	4	23	5	5	5	4	4	5	28
45	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
46	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	4	4	26
47	4	5	3	3	4	19	4	4	4	4	3	3	22
48	5	4	4	4	5	22	5	4	3	5	3	5	25
49	4	5	4	5	5	23	5	5	5	3	5	4	27
50	4	4	4	4	4	20	5	5	4	5	5	5	29
51	5	5	4	5	5	24	4	4	4	4	4	4	24
52	5	5	4	4	5	23	4	3	5	5	3	5	25
53	4	3	3	3	4	17	3	3	3	3	3	3	18
54	4	5	4	5	5	23	5	4	5	4	5	5	28
55	4	4	3	4	4	19	3	4	4	4	4	3	22

56	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
57	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	4	25
58	4	5	4	5	4	22	5	4	4	4	4	5	26
59	4	5	3	4	5	21	4	5	5	3	5	3	25
60	5	5	3	4	5	22	5	5	5	4	4	4	27
61	5	5	4	5	4	23	5	5	4	4	5	3	26
62	4	5	3	5	5	22	5	5	5	5	4	4	28
63	4	5	4	5	5	23	5	5	5	4	5	5	29
64	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	5	5	27
65	3	3	3	3	5	17	4	3	3	5	3	4	22
66	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
67	5	4	4	4	4	21	5	4	5	4	5	4	27
68	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	5	5	27
69	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
70	5	4	5	5	4	23	4	4	4	4	4	4	24
71	5	4	4	4	5	22	4	4	3	5	4	3	23
72	5	5	4	4	4	22	5	5	4	3	5	3	25
73	4	5	5	4	5	23	4	5	3	4	4	4	24
74	4	5	4	4	4	21	4	3	3	4	5	4	23
75	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
76	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18
77	5	4	4	4	5	22	3	4	5	5	5	3	25

78	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	3	5	24
79	4	4	4	3	5	20	5	4	4	3	4	4	24
80	4	4	4	5	5	22	4	5	5	5	5	3	27
81	3	3	3	5	5	19	3	5	5	3	5	3	24
82	4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	5	4	27
83	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
84	4	5	4	5	5	23	3	5	5	5	5	5	28
85	5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	4	4	24
86	4	4	4	5	4	21	4	4	5	3	5	4	25
87	5	5	4	5	5	24	3	4	5	5	5	4	26
88	4	4	3	4	4	19	4	4	4	2	5	3	22
89	5	4	4	5	4	22	4	4	3	5	3	4	23
90	3	4	5	4	5	21	3	5	4	4	5	3	24

Lampiran 4

Rumus : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$

Hasil Uji Validitas

Keadilan

Correlations

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	X1
Q1	Pearson Correlation	1	,315**	,792**	,224*	,853**	,898**
	Sig. (2-tailed)		,002	,000	,034	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Q2	Pearson Correlation	,315**	1	,280**	,380**	,259*	,584**
	Sig. (2-tailed)	,002		,007	,000	,014	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Q3	Pearson Correlation	,792**	,280**	1	,080	,781**	,841**
	Sig. (2-tailed)	,000	,007		,456	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Q4	Pearson Correlation	,224*	,380**	,080	1	,107	,438**
	Sig. (2-tailed)	,034	,000	,456		,314	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Q5	Pearson Correlation	,853**	,259*	,781**	,107	1	,855**
	Sig. (2-tailed)	,000	,014	,000	,314		,000
	N	90	90	90	90	90	90
X1	Pearson Correlation	,898**	,584**	,841**	,438**	,855**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90	90	90

Kehendak Bebas

Correlations

		Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	X2
Q6	Pearson Correlation	1	,357**	,715**	,396**	,376**	,764**
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Q7	Pearson Correlation	,357**	1	,402**	,487**	,314**	,682**

	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000	,003	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Q8	Pearson Correlation	,715**	,402**	1	,419**	,462**	,807**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Q9	Pearson Correlation	,396**	,487**	,419**	1	,424**	,729**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Q10	Pearson Correlation	,376**	,314**	,462**	,424**	1	,718**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,000	,000		,000
	N	90	90	90	90	90	90
X2	Pearson Correlation	,764**	,682**	,807**	,729**	,718**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90	90	90

Tanggungjawab

Correlations

	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	X3
Pearson Correlation	1	,317**	,381**	,166	,211*	,616**
Q11 Sig. (2-tailed)		,002	,000	,118	,045	,000
N	90	90	90	90	90	90
Pearson Correlation	,317**	1	,336**	,154	,161	,599**
Q12 Sig. (2-tailed)	,002		,001	,147	,130	,000
N	90	90	90	90	90	90
Pearson Correlation	,381**	,336**	1	,293**	,389**	,720**
Q13 Sig. (2-tailed)	,000	,001		,005	,000	,000
N	90	90	90	90	90	90
Pearson Correlation	,166	,154	,293**	1	,624**	,674**
Q14 Sig. (2-tailed)	,118	,147	,005		,000	,000
N	90	90	90	90	90	90
Pearson Correlation	,211*	,161	,389**	,624**	1	,717**
Q15 Sig. (2-tailed)	,045	,130	,000	,000		,000
N	90	90	90	90	90	90
Pearson Correlation	,616**	,599**	,720**	,674**	,717**	1
X3 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
N	90	90	90	90	90	90





Kebenaran

Correlations

	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	X4
Pearson Correlation	1	,514**	,332**	,253*	,168	,641**
Q16 Sig. (2-tailed)		,000	,001	,016	,114	,000
N	90	90	90	90	90	90
Pearson Correlation	,514**	1	,324**	,429**	,282**	,731**
Q17 Sig. (2-tailed)	,000		,002	,000	,007	,000
N	90	90	90	90	90	90
Pearson Correlation	,332**	,324**	1	,394**	,242*	,671**
Q18 Sig. (2-tailed)	,001	,002		,000	,021	,000
N	90	90	90	90	90	90
Pearson Correlation	,253*	,429**	,394**	1	,403**	,764**
Q19 Sig. (2-tailed)	,016	,000	,000		,000	,000
N	90	90	90	90	90	90
Pearson Correlation	,168	,282**	,242*	,403**	1	,605**
Q20 Sig. (2-tailed)	,114	,007	,021	,000		,000
N	90	90	90	90	90	90
Pearson Correlation	,641**	,731**	,671**	,764**	,605**	1
X4 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
N	90	90	90	90	90	90

Customer Retention

Correlations

	Q21	Q22	Q23	Q24	Q25	Q26	Y
Pearson Correlation	1	,353**	,380**	,235*	,332**	,509**	,697**
Q21 Sig. (2-tailed)		,001	,000	,026	,001	,000	,000
N	90	90	90	90	90	90	90
Pearson Correlation	,353**	1	,448**	,334**	,498**	,178	,680**
Q22 Sig. (2-tailed)	,001		,000	,001	,000	,093	,000
N	90	90	90	90	90	90	90
Pearson Correlation	,380**	,448**	1	,204	,518**	,378**	,728**
Q23 Sig. (2-tailed)	,000	,000		,053	,000	,000	,000
N	90	90	90	90	90	90	90
Pearson Correlation	,235*	,334**	,204	1	,195	,370**	,574**
Q24 Sig. (2-tailed)	,026	,001	,053		,065	,000	,000

N		90	90	90	90	90	90	90
Q25	Pearson Correlation	,332**	,498**	,518**	,195	1	,218*	,682**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,065		,039	,000
N		90	90	90	90	90	90	90
Q26	Pearson Correlation	,509**	,178	,378**	,370**	,218*	1	,675**
	Sig. (2-tailed)	,000	,093	,000	,000	,039		,000
N		90	90	90	90	90	90	90
Y	Pearson Correlation	,697**	,680**	,728**	,574**	,682**	,675**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N		90	90	90	90	90	90	90

Hasil Uji Reliabilitas

Keadilan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,790	5

Kehendak Bebas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,791	5

Tanggungjawab

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,684	5

Kebenaran

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,713	5

Customer Retention

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,757	6

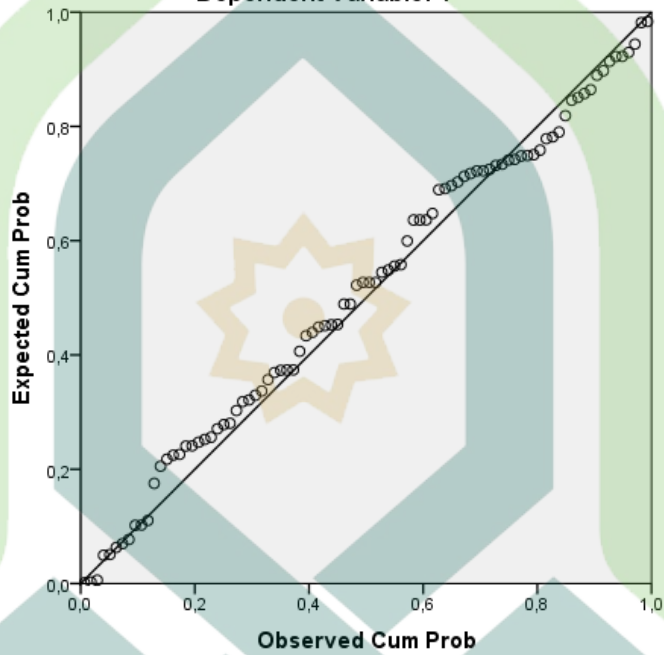
Lampiran 5

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Y



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,78884242
	Absolute	,071
Most Extreme Differences	Positive	,049
	Negative	-,071
Kolmogorov-Smirnov Z		,673
Asymp. Sig. (2-tailed)		,755

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

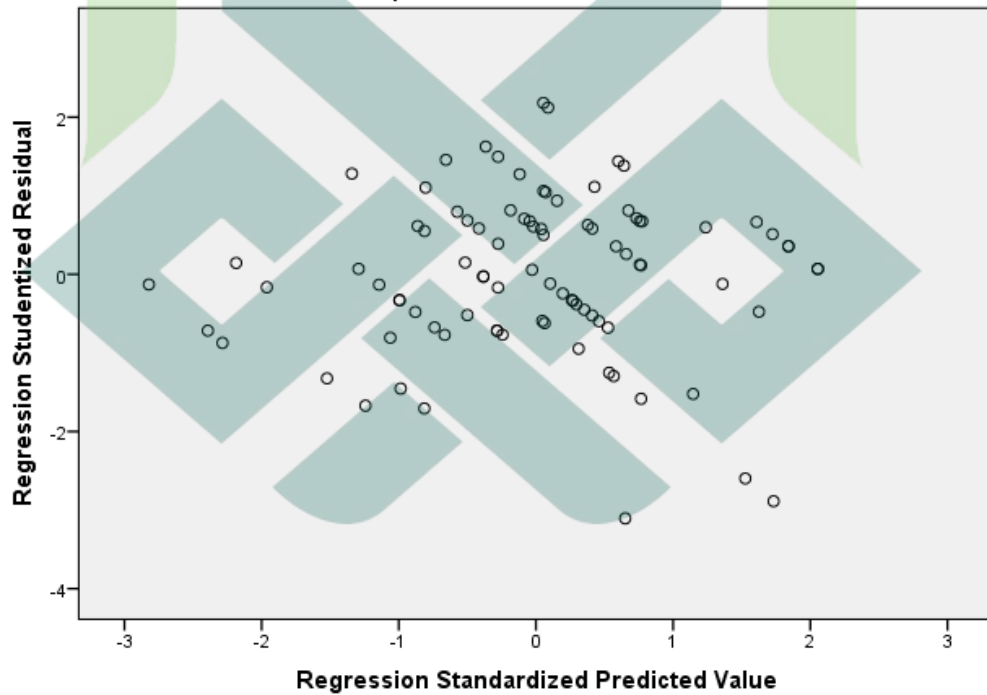
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,746	2,016		,370	,712		
Keadilan	,257	,094	,229	2,732	,008	,603	1,658
1 Kehendak Bebas	,277	,093	,259	2,958	,004	,552	1,812
Tanggungjawab	,256	,090	,223	2,862	,005	,697	1,434
Kebenaran	,375	,119	,295	3,151	,002	,483	2,071

a. Dependent Variable: Customer Retention

Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Y





Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,678	1,231		,551	,583
Keadilan	-,037	,057	-,087	-,639	,524
1 Kehendak Bebas	,108	,057	,270	1,892	,062
Tanggungjawab	-,036	,055	-,084	-,661	,510
Kebenaran	,001	,073	,001	,008	,994

a. Dependent Variable: RES2

Uji Linieritas

Keadilan

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Customer Retention * Keadilan	(Combined)	314,571	12	26,214	4,220	,000	
	Between Groups	Linearity	290,246	1	290,246	46,723	,000
	Deviation from Linearity	24,325	11	2,211	,356	,969	
	Within Groups	478,329	77	6,212			
Total		792,900	89				

Kehendak Bebas

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Customer Retention * Kehendak Bebas	(Combined)	396,588	10	39,659	7,905	,000	
	Between Groups	Linearity	348,577	1	348,577	69,485	,000
	Deviation from Linearity	48,010	9	5,334	1,063	,399	
	Within Groups	396,312	79	5,017			
Total		792,900	89				

Tanggungjawab

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Customer Retention * Tanggungjawab	Between Groups	(Combined)	314,766	11	28,615	4,668	,000
		Linearity	250,972	1	250,972	40,942	,000
		Deviation from Linearity	63,794	10	6,379	1,041	,418
	Within Groups		478,134	78	6,130		
	Total		792,900	89			

**Kebenaran
ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Customer Retention * Kebenaran	Between Groups	(Combined)	433,110	9	48,123	10,700	,000
		Linearity	385,442	1	385,442	85,704	,000
		Deviation from Linearity	47,668	8	5,958	1,325	,243
	Within Groups		359,790	80	4,497		
	Total		792,900	89			



Lamipran 6

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,801 ^a	,641	,624	1,830	1,451

a. Predictors: (Constant), Kebenaran, Tanggungjawab, Kehendak Bebas, Keadilan

b. Dependent Variable: Customer Retention

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,746	2,016		,370	,712
1 Keadilan	,257	,094	,229	2,732	,008
Kehendak Bebas	,277	,093	,259	2,958	,004
Tanggungjawab	,256	,090	,223	2,862	,005
Kebenaran	,375	,119	,295	3,151	,002

a. Dependent Variable: Customer Retention

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	508,104	4	127,026	37,912	,000 ^b
Residual	284,796	85	3,351		
Total	792,900	89			

a. Dependent Variable: Customer Retention

b. Predictors: (Constant), Kebenaran, Tanggungjawab, Kehendak Bebas, Keadilan



Distribusi Nilai r_{tabel} Signifikansi 5% dan 1%

df=(N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322



34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.301	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724



74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.187	0.222	0.263	0.290	0.365
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211



Distribusi Nilai t_{tabel} Signifikansi 0,05

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63, 657	1
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	2
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	3
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	4
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	5
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	6
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	7
8	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	8
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	9
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	10
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	11
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	12
13	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	13
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	14
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	15
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	16
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	17
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	18
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	19
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	20
21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	21
22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	22
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	23
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	24
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	25
26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	26
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	27
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	28
29	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	29
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	30
31	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	31
32	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738	32
33	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733	33
34	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728	34
35	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724	35
36	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719	36
37	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715	37
38	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712	38
39	1,303	1,685	2,023	2,426	2,708	39



d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	40
41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	41
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	42
43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	43
44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	44
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	45
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	46
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	47
48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	48
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	49
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	50
51	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676	51
52	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	52
53	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	53
54	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	54
55	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	55
56	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	56
57	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665	57
58	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663	58
59	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662	59
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	60
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	61
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	62
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656	63
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	64
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	65
66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652	66
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	67
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	68
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	69
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	70
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	71
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	72
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645	73
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644	74
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643	75
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	76
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641	77
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640	78



d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f
79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	79
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	80
81	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	81
82	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	82
83	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	83
84	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	84
85	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	85
86	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	86
87	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	87
88	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633	88
89	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632	89
90	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632	90
91	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	91
92	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	92
93	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630	93
94	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629	94
95	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629	95
96	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628	96
97	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627	97
98	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627	98
99	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626	99
Inf.	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626	Inf.



Distribusi Nilai F_{tabel} Untuk Probabilitas 0,05

Df untuk penyebut (N2)	Df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90



Df untuk penyebut (N2)	Df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
45	4.06	4.06	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Data Pribadi

1. Nama : Jihan Haffatul ‘Ula
2. NIM : 2013214473
3. Tempat dan Tanggal Lahir : Pekalongan, 15 November 1996
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Agama : Islam
6. Warga Negara : Indonesia
7. Alamat Lengkap : Jalan Patriot Gg. Perintis RT 1/03
Bandengan Pekalongan
8. e-mail : jihanhaffa15@yahoo.com

II. Riwayat Pendidikan Formal :

1. MSI 05 Sampangan : Lulus tahun 2008
2. SMP Salafiyah Pekalongan : Lulus tahun 2011
3. SMK N 02 Pekalongan : Lulus tahun 2014
4. IAIN Pekalongan : Angkatan 2014



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan
Website: www.febi.iainpekalongan.ac.id Email: febi@iainpekalongan.ac.id

Nomor : 1128/In.30/J.IV.1/PP.00.9/12/2018
Lamp : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

19 Desember 2018

Kepada Yth,
Pimpinan Bahtera Kota Pekalongan
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Jihan Haffatul 'Ula

NIM : 2013214473

adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Mahasiswa Sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna keperluan menyusun skripsi dengan judul: **"Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Nasabah Pembiayaan Murabahah Pada KSPPS BMT Bahtera Pekalongan"**.

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut. Demikian atas kebijaksanaan, izin dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

A.n Dekan
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah





**K.S.P.P.S
BMTBAHTERA**

Kantor Pusat :
Jl. Dr. Sutomo Mega Grosir MM Blok A.9-10 Pekalongan
Telp. (0285) 423134 - 427122 Fax. (0285) 4416400

SURAT KETERANGAN

No. 291/SKt.B/BMT-B/I/2019

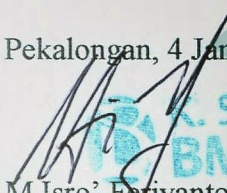
Menindak lanjuti surat permohonan izin penelitian No. 1128/In.30/J.IV.1/PP.00.9/12/2018, maka KSPPS BMT BAHTERA yang beralamat di Jl. Dr. Sutomo Mega Grosir MM Blok A.9-10 Pekalongan menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

N a m a : Jihan Haffatul 'Ula
NIM : 2013214473
Jurusan : Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN
Pekalongan

Yang bersangkutan benar-benar telah melakukan penelitian di KSPPS BMT Bahtera cabang Pekalongan dengan judul "**Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention Nasabah Pembiayaan Murabahah pada KSPPS BMT Bahtera Pekalongan**"

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan seperlunya.

Pekalongan, 4 Januari 2019


M Isro' Feriyanto, S.Pd
Personalia dan Humas

**K.S.P.P.S
BMTBAHTERA**



KEMENTERIAN AGAMA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 ext : 112 | Faks. (0285) 423418
Website : perpustakaan.iainpekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@iainpekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : JIHAN HAFFATUL 'ULA
NIM : 2013214473
Jurusan/Prodi : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / EKONOMI SYARIAH
E-mail address : jihanhaffa15@yahoo.com
No. Hp : 0815-4261-7974

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap *Customer Retention* Nasabah Pembiayaan *Murabahah*

Pada KSPPS BMT Bahtera Pekalongan

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

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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, Maret 2019



(JIHAN HAFFATUL 'ULA)

nama terang dan tanda tangan penulis

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam Flashdisk
(Flashdisk dikembalikan)

