

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA
PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH
MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**



Oleh :

CHOLIFATUL ILMI
NIM. 2013111118

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2019**



**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Cholifatul Ilmi

NIM : 2013111118

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN
CITRA PERUSAHAAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH MELALUI KEPUASAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi
Kasus di Koperasi Pemuda Buana "KOPENA"
Cabang Pemasang)

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya 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, 26 Desember 2018

Yang Menyatakan



CHOLIFATUL ILMI
NIM. 2013111118

NOTA PEMBIMBING

H. Gunawan Aji, Msi

Jl. Ampera No.37 RT.04/RW.04 Pagungan, Tegal.

Lampiran : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Cholifatul Ilmi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Pekalongan

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

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

Nama : Cholifatul Ilmi

NIM : 2013111118

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening.

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudara tersebut segera dapat dimunaqasahkan.

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pekalongan, Desember 2018

Pembimbing.


H. Gunawan Aji, Msi

NIP. 196902272007121001



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Pahlawan No. 52 Kajen, Kabupaten Pekalongan

PENGESAHAN

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

Nama : CHOLIFATUL IMI

NIM : 2013111118

JUDUL : PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

telah diujikan pada hari Kamis, tanggal 3 Januari 2019 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II

H. Tamamudin, MM

NIP. 197910302006041018

Ade Gunawan, MM

NIP. 198104252015031002

Pekalongan, 20 Januari 2019

Disahkan oleh Dekan,



Dr. Shinta Dewi Rismawati, M.H.

NIP. 197502201999032001



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi ALLAH SWT yang telah melimpahkan segala taufiq dan hidayah-NYA kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Koperasi Pemuda Buana “KOPENA” Cabang Pemalang)”** dengan segala daya dan upaya agar dapat selesai tepat waktu. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan keharibaan Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga serta para sahabatnya yang senantiasa kita nantikan syafaatnya di Yaumul Akhir.

Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M. Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.
2. Ibu Dr. Shinta Dewi Rismawati., MH., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.
3. Bapak Agus Fakhрина, S.Ag., M.S.I., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.
4. Bapak Ahmad Rosyid, MSi, selaku Wali Dosen yang telah menyetujui judul dan penelitian ini.
5. H. Gunawan Aji, M.S.I, selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan tambahan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini.



6. Seluruh Dosen dan karyawan IAIN Pekalongan yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan yang mau bekerja sama dalam memberikan informasi yang dibutuhkan penulis sehingga mampu terselesaikan dengan baik.
8. Semua pihak yang terkait dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak yang berkepentingan.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 26 Desember 2018

Penulis

CHOLIFATUL ILMI

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan:

“Bismillahirrahmaanirrahim”

Dengan penuh hormat dan segala cinta serta kasih sayang yang tulus ku persembahkan karya ini untuk orang-orang yang senantiasa mendo’akan kesuksesan dan memberikan semangat dalam hidupku kepada:

Keluarga

Bpk. Ahmad Rosyid, Msi selaku dosen wali, Bpk. H. Gunawan Aji, Msi selaku dosen pembimbing beserta seluruh tenaga *educate* IAIN Pekalongan

Sahabat-sahabatku Lukman Saefudin, Istiqamatush Sholihah, Nila Salsabila, Yuli Ratna, Iis Nailatul K., Mba Ica, Nova, Hana, Sarah, Ari Istiqomah. Terima kasih atas bantuan kalian.

Teman-teman yang telah berjuang bersama, Rahma, Rizi, Hamam, Ela, Lina, Ogi, Nana, dll.

Teman-teman Kopena Pemalang yang sudah berkenan direpotkan dalam proses penelitian skripsi, terutama Pak Bos Saekhudin.

Terima kasih untuk semuanya.



MOTTO

“ Sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap ”.

(Al-Insyirah [94]: 6-8)



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku 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	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	Je
ح	ha	h	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	š	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	d	de (dengan titik di bawah)



ط	ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	’	koma terbalik (di atas)
غ	gain	g	Ge
ف	fa	f	Ef
ق	qaf	q	Qi
ك	kaf	k	Ka
ل	lam	l	El
م	mim	m	Em
ن	nun	n	En
و	wau	w	We
ه	ha	h	Ha
ء	hamzah	◌	Apostrof
ي	ya	y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أِي = ai	إِي = ī
أ = u	أُو = au	أُو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fātimah*

4. Syaddad (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rojulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

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 *al-qamar*

البديع ditulis *al-badi'*

الجلال ditulis *al-jalāl*

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 *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*



ABSTRAK

Ilmi, Cholifatul. 2018. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. (Studi Kasus Pada Koperasi Pemuda Buana "KOPENA" Cabang Pemalang.* Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Dosen Pembimbing : H. Gunawan Aji, M.Si.

Nasabah yang loyal bisa dibentuk oleh sikap kepuasan atas kualitas layanan yang diberikan oleh Kopena Cabang Pemalang. Begitu pula citra yang baik juga bisa mendorong loyalitas para nasabahnya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji sekaligus mengkonfirmasi ada tidaknya pengaruh kualitas layanan, citra perusahaan melalui kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada nasabah Kopena Cabang Pemalang sebanyak 95 responden dan menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknis analisis data dengan analisis jalur.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan, ini dibuktikan dengan nilai koefisien beta $0,266 > 0$, nilai signifikansi $0,007 < 0,05$. (2) citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan, itu dibuktikan dengan nilai koefisien beta $-0,130 < 0$ dan nilai signifikansi $0,205 > 0,05$. (3) kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, itu dibuktikan dengan nilai koefisien beta $0,130 > 0$ dan nilai signifikansi $0,012 < 0,05$. (4) kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, ini dibuktikan dengan nilai koefisien beta $0,207 > 0$ dan signifikansi $0,046 < 0,05$. (5) citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, itu dibuktikan dengan nilai koefisien beta $0,093 > 0$ dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. (6) kualitas layanan melalui kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, itu dibuktikan dengan nilai total pengaruh sebesar $0,241 > 0$, nilai signifikansi $0,003 < 0,05$. (7) citra perusahaan melalui kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, itu dibuktikan dengan nilai total pengaruh sebesar $0,081 > 0$, dan R square 0,954.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Kepuasan dan Loyalitas Nasabah



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Kegunaan Penelitian.....	10
F. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II KERANGKA TEORI.....	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Loyalitas Nasabah	12
a. Definisi Loyalitas	12
b. Karakteristik Loyalitas Pelanggan	14
2. Kualitas Layanan.....	16
a. Definisi Kualitas Layanan.....	16
b. Etika Pelayanan.....	17



c. Macam-macam Pelayanan	18
d. Dimensi Pengukuran Kualitas Layanan	19
e. Harapan Nasabah Terhadap Kinerja Pelayanan	22
3. Citra Perusahaan.....	24
a. Pengertian Citra.....	24
b. Dimensi Citra	24
4. Kepuasan	26
a. Definisi Kepuasan	26
b. Manfaat Kepuasan Nasabah.....	27
c. Program Kepuasan Nasabah	28
d. Indikator Kepuasan Nasabah.....	29
e. Jenis Kepuasan	30
f. Tipe Konsumen	30
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Berpikir.....	41
D. Hipotesis.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	44
B. <i>Setting</i> Penelitian.....	44
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	45
a. Variabel Dependen.....	45
b. Variabel Independen	45
c. Variabel Intervening.....	45
D. Populasi, Sampel Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel	48
E. Instrumen penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	49
1. Instrumen Penelitian.....	49
2. Teknik Pengumpulan Data	51
a. Kuesioner	52
b. Studi Kepustakaan.....	52
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	53
1. Uji Asumsi Klasik.....	53



a. Uji Normalitas	53
b. Uji Linearitas	54
c. Uji Heteroskedastisitas	55
d. Uji Multikolinearitas	56
2. Uji Hipotesis	56
a. Analisis Jalur	56
b. Uji Signifikansi	57
c. Koefisien Determinasi	58
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	59
A. Deskripsi Data	59
1. Deskripsi Responden Penelitian	59
B. Analisis Data	63
1. Uji Reliabilitas dan Uji Validitas	63
a. Uji Reliabilitass	63
b. Uji Validitas	66
2. Uji Asumsi Klasik	67
a. Uji Normalitas	67
b. Uji Multikolinearitas	71
c. Uji Heteroskedastisitas	72
d. Uji Linearitas	73
3. Analisis Jalur (<i>Path Analisis</i>)	74
a. Analisis Koefisien Jalur Model I	75
b. Analisis Koefisien Jalur Model II	79
4. Uji Hipotesis	84
5. Koefisien Determinasi	90
C. Pembahasan	97
BAB V PENUTUP	99
A. Simpulan	99
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	107



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Peningkatan Asset Tabungan	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	46
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	62
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Lama menjadi Nasabah	63
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan	64
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Perusahaan	64
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan	65
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Nasabah.....	65
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan.....	66
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan.....	66
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan	67
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas	67
Tabel 4.13	One Sample Kolmogrov-Smirnov Test.....	70
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinieritas	71
Tabel 4.15	Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser)	73
Tabel 4.16	Hasil Uji Linearitas	74
Tabel 4.17	Koefisien Jalur Substruktur I	76
Tabel 4.18	Koefisien R Model I.....	78
Tabel 4.19	Koefisien Jalur substruktur II.....	80



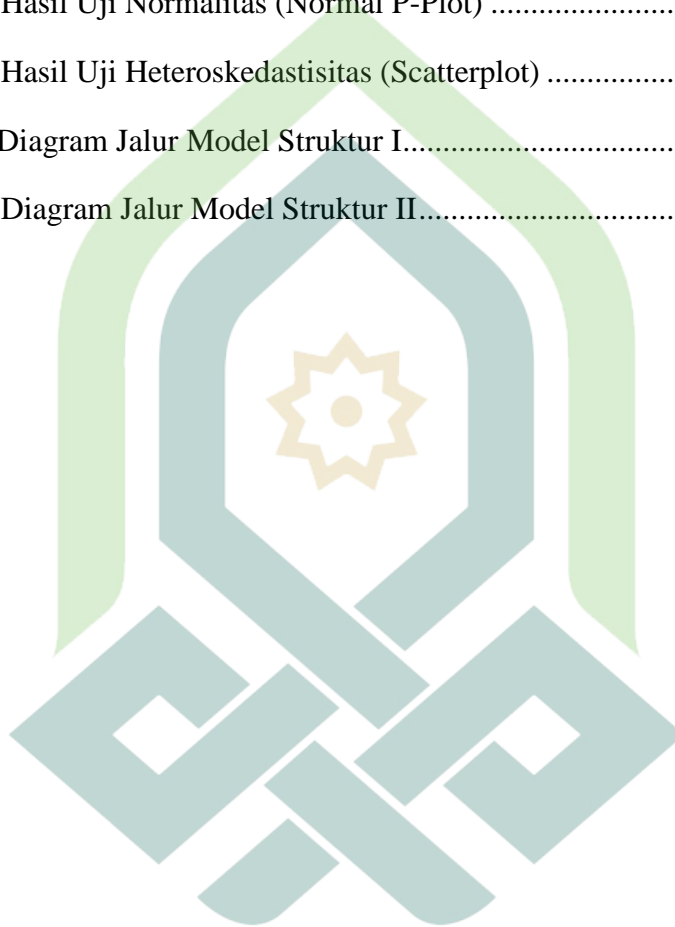
Tabel 4.20	Koefisien R Model II	81
Tabel 4.21	Rangkuman Hasil Koefisien Jalur.....	82
Tabel 4.22	Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Total Pengaruh.....	83
Tabel 4.23	Rangkuman R Square.....	90





DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	39
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (Histogram).....	69
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (Normal P-Plot)	69
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)	73
Gambar 4.4 Diagram Jalur Model Struktur I.....	78
Gambar 4.5 Diagram Jalur Model Struktur II.....	82





DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

- A. Surat ijin penelitian

LAMPIRAN 2

- A. Surat keterangan penelitian

LAMPIRAN 3

- A. Kuesioner

LAMPIRAN 4

- A. Data mentah rekapitulasi kuesioner

LAMPIRAN 5

- A. Data mentah hasil uji validitas kuesioner
- B. Data mentah hasil uji reliabilitas kuesioner

LAMPIRAN 6

- A. Data hasil uji asumsi klasik

LAMPIRAN 7

- A. Daftar Riwayat hidup



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Banyaknya bank-bank syariah di Indonesia dan semakin gencarnya mereka menawarkan layanan, tidak bisa dipungkiri bahwa hal ini memicu pertumbuhan nasabah yang semakin meningkat dari waktu ke waktu. Bahkan tidak hanya bank syariah yang nasabahnya terus meningkat, akan tetapi lembaga keuangan yang berbasis syariah pun juga mengalami peningkatan seperti asuransi yang berbasis syariah (*takaful*), koperasi (*Baitul mal wat tamwil*), pegadaian syariah dan lembaga keuangan lainnya.

Sejalan dengan meningkatnya nasabah, menjadi tantangan tersendiri bagi lembaga keuangan syariah untuk tetap mempertahankan nasabahnya dengan pelayanan semaksimal mungkin. Kepuasan konsumen jasa dipengaruhi oleh interaksi mereka dengan tenaga yang memberi jasa, fasilitas pelayanan, dan ciri khas dari konsumen lain yang juga menerima jasa yang sama.¹ Dalam era globalisasi ini, para lembaga keuangan menyadari pentingnya faktor nasabah. Oleh karena itu, perusahaan harus menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan hubungan yang lebih baik dengan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas.²

¹ Griffin, *Customer royalty menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*, (Jakarta : Erlangga. 2003), hlm. 43.

² Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran jilid I edisi 12*, (Jakarta : PT indeks. 2007), hlm. 102.

Parasuraman et. Al juga telah mengembangkan alat ukur kualitas layanan, diantaranya; bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*responsiviness*), ketanggapan (*reability*), keyakinan (*assurance*) dan kepedulian (*empathy*).³

Nasabah juga senantiasa melakukan penilaian yang kemudian hasilnya akan dibandingkan dengan informasi yang diperoleh sebelumnya dari nasabah yang lain, sebagai pertimbangan dan dasar dalam melakukan evaluasi terhadap lembaga keuangan tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa informasi yang diperoleh nasabah lama bisa dijadikan bahan evaluasi atas citra suatu lembaga keuangan bagi nasabah untuk bisa digabungkan dengan pengalamannya sendiri yang dialaminya untuk kemudian menentukan penilaiannya sendiri terhadap citra suatu lembaga keuangan. Bontis and Booker menyebutkan bahwa dimensi atau indikator dari variabel citra adalah: (1) keamanan, (2) reputasi positif dan (3) dikenal luas.⁴

Secara umum dapat dikatakan bahwa kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapannya. Pelanggan yang senang dan puas cenderung akan berperilaku positif..⁵ Menurut Bontis and Booker indikator untuk

³ Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, *SERQUAL: Multiple-item scale for Measuring consumer Perceptions of Service Quality*, (Jakarta : Journal of Retailing, Vol. 64, No. 1), hlm. 12.

⁴ Bontis, Nick., dan Lorne Booker, *The mediating effect of orgnizational reputation on customer loyalty and service recomendation in banking industry. Management Decion*. Vol. 45, No. 9 p. 1426-1445, Juni 2007, hlm 23.

⁵ Palitati, 2007. *Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan*, Journal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 9, No. 1, pp. 73-81. Desember 2007, hlm. 16.



mengukur variabel kepuasan nasabah adalah (1) rasa senang, (2) kesesuaian harapan, dan (3) pilihan yang tepat.⁶

Menurut Griffin, pelanggan yang loyal dapat dilihat dari karakteristik seperti: melakukan pembelian ulang (*repeat purchase*) terhadap produk atau jasa yang telah menjadi pilihannya, tidak mudah terpengaruh atau tertarik dengan penawaran produk atau jasa dari pihak lain (*refuse*), menarik pelanggan baru untuk perusahaan, penciptaan prospek bagi perusahaan dengan merekomendasikan kepada orang lain (*recommendation*) dan membeli diluar produk atau jasa (*reward*).⁷

Sama halnya seperti lembaga keuangan lainnya, Kopena sendiri juga semakin gencar meningkatkan kualitas pelayanannya dengan menciptakan fasilitas-fasilitas guna meningkatkan kepercayaan dan loyalitas para nasabahnya, diantaranya ialah fasilitas *SMS Gateway*. *SMS Gateway* sendiri digunakan sebagai media pemantau saldo para nasabah yang sistem kerjanya mirip seperti *SMS Banking*. Namun bedanya, *SMS Gateway* ini hanya bekerja apabila ada transaksi masuk atau penarikan saldo yang dilakukan oleh nasabah dan tidak bisa untuk media transfer online antar bank karena sistemnya masih *local area*.

Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan juga ditunjukkan oleh peningkatan mutu dan kualitas sumber daya manusianya dimana program *Men Power* dipilih sebagai program evaluasi para karyawan dan staff yang ada didalamnya. Selama

⁶ Bontis, Nick., dan Lorne Booker, *The mediating effect of orgnizational reputation on customer loyalty and service recomendation ...* hlm 25.

⁷ Griffin, Jill, *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan pelanggan,* (Jakarta: Erlangga, 2003), hlm. 54.

kurun waktu dua tahun semenjak diberlakukannya *SMS Gateway*, peningkatan asset tabungan di tiap cabang cukup signifikan. Hal ini dibuktikan dengan table berikut.

Tabel 1.1⁸ Peningkatan Asset Tabungan

No.	Kantor Cabang	2016 (%)	2017(%)
1.	Pekalongan	21,7	22,01
2.	Kusuma Bangsa	19,39	19,20
3.	Buaran	7,61	7,31
4.	Kedungwuni	7,67	6,46
5.	Batang	4,75	4,23
6.	Limpung	2,26	2,53
7.	Tirto	15,7	15,69
8.	Bojong	8,43	8,55
9.	Comal	10,41	10,21
10.	Pemalang	1,19	2,39
11.	Bantar Bolang	0,89	1,24

Meskipun demikian, Kopena Cabang Pemalang termasuk dalam kategori cabang baru diantara dua cabang lainnya yakni Kopena cabang Bantar Bolang dan Kopena cabang Limpung. Selama kurang lebih lima tahun berdiri tepatnya pada tahun 2013, Kopena cabang Pemalang sendiri menunjukkan kinerja yang cukup baik

⁸ Diperoleh dari hasil wawancara dan catatan pribadi Pimpinan cabang Pemalang pada februari 2018

diantara dua cabang yang lainnya. Kendala yang wajar terjadi ialah faktor perolehan nasabah baru dan tuntutan adanya pelayanan nasabah yang berkualitas guna mencapai kepuasan nasabah.

Kepuasan nasabah semakin diyakini sebagai kunci sukses pemasaran jasa lembaga keuangan syariah. Oleh karena itu, upaya kalangan lembaga keuangan syariah untuk memperoleh kepercayaan nasabah diwarnai oleh fenomena persaingan yang semakin ketat dalam era kedaulatan konsumen ini. Persaingan yang semakin ketat dan kompetitor yang semakin kompetitif, mengharuskan Kopena Pemasang untuk senantiasa meningkatkan kualitas pelayanan guna mendapatkan kepercayaan nasabah sehingga nasabah tidak mudah berpindah, maka kualitas pelayanan yang diberikan harus lebih unggul dibandingkan dengan jasa keuangan lainnya.⁹

Kualitas pelayanan yang baik dan berkualitas hanya dapat diberikan oleh sumber daya manusia (SDM) yang terdidik dan terampil. SDM merupakan tulang punggung lembaga keuangan khususnya Kopena Pemasang. Kopena pemasang kini tedesak oleh koperasi-koperasi baru yang banyak bermunculan di berbagai pelosok daerah Pemasang. Produk yang ditawarkan pesaing kepada masyarakat cukup beragam dengan tingkat suku bunga/bagi hasil yang beragam pula. Kopena Pemasang sendiri harus segera melakukan perbaikan dari sisi SDM, teknologi, dan *remunirasi* lainnya. Untuk menghadapi persaingan tersebut, Kopena Pemasang harus lebih proaktif menggarap pasarnya dan lebih mengoptimalkan sistem jemput bola

⁹ Jaman Adi Putra, I Wayan, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Kereliasan Nasabah*, Jurnal Ekonomi Bisnis, Juni 2009 No. 2, hlm. 151.

dengan memperbaiki sistem penggajian. Dengan gaji yang lebih baik, karyawan diharapkan bisa lebih meningkatkan kinerja.

Suatu tantangan yang besar bagi pengelola lembaga keuangan untuk memberikan dan mempertahankan kepuasan nasabah. Cronin dan Zafar menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu, untuk dapat memberikan kepuasan kepada nasabah, Kopena Pemasang harus melakukan peningkatan kualitas pelayanan. Hal tersebut juga didukung oleh Al-Rousan et al yang menyatakan bahwa perusahaan jasa harus berupaya untuk mempertahankan kualitas pelayanan yang unggul melebihi pesaing mereka untuk memperoleh dan mempertahankan kepuasan pelanggan.

Memiliki pelanggan yang puas saja tidaklah cukup, pelanggan haruslah sangat puas karena kepuasan pelanggan mengarah pada loyalitas. Untuk bertahan hidup di industri lembaga keuangan yang kompetitif, Kopena harus mengembangkan strategi baru untuk memuaskan pelanggan mereka. Membangun loyalitas pelanggan bukan merupakan pilihan dalam bisnis, ini satu-satunya cara membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Keterkaitan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dapat memberikan ide-ide kreatif untuk meningkatkan pelayanan dalam rangka mendapatkan keuntungan kompetitif disektor lembaga keuangan mikro.¹⁰

¹⁰ Siddiqi, 2012. *Between Service Quality Attributes, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Retail Banking Sector in Bangladesh*, *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 3, hlm. 12 -36.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan yang mempengaruhi daya saing organisasi. Sebuah lembaga keuangan dapat membedakan dirinya dari pesaing dengan menyediakan layanan berkualitas tinggi. Dewi Nur Ika menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.¹¹

Penelitian ini juga didukung oleh Ni Putu dan Ni Ketut dan Fitri Sulistia.

Salah satu faktor penting untuk memperoleh kepuasan pelanggan adalah melalui hubungan yang baik antara karyawan dan nasabah. Karyawan yang dengan segera bisa menyelesaikan masalah dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Melalui kepuasan, perusahaan berusaha membentuk loyalitas. Pfeifer dalam menyatakan bahwa biaya melayani pelanggan yang setia adalah lima atau enam kali lebih kecil dibandingkan pelanggan baru. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya loyalitas pelanggan bagi perusahaan. Lebih baik menjaga pelanggan yang sudah ada, sebelum memperoleh pelanggan baru.

Berdasarkan latar belakang fakta di lapangan dan *gap research* dari penelitian-penelitian sebelumnya, maka penulis mengambil judul penelitian:”***Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. (Studi Kasus Pada Koperasi Pemuda Buana “KOPENA” Cabang Pecalang)***”

¹¹ Dewi Nur Ika, “Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah” (Malang: Jurnal Ilmia Universitas Brawijaya Malang, 2013) hlm. 13

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Koperasi Pemuda Buana (KOPENA) Cabang Pematang?
2. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Pemuda Buana (KOPENA) Cabang Pematang?
3. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Pemuda Buana (KOPENA) Cabang Pematang?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Koperasi Pemuda Buana (KOPENA) Cabang Pematang?
5. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Pemuda Buana (KOPENA) Cabang Pematang?
6. Apakah kualitas layanan melalui kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Pemuda Buana (KOPENA) Cabang Pematang?
7. Apakah citra perusahaan melalui kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Pemuda Buana (KOPENA) Cabang Pematang?

C. Batasan Masalah

Untuk mencegah pembahasan yang menyimpang dari topic masalah, maka penulis perlu melakukan pembatasan masalah. Masalah yang dibahas dalam penelitian ini ialah factor yang diduga mempengaruhi loyalitas nasabah. Faktor yang dimaksud hanya mencakup kualitas layanan, citra perusahaan dan kepuasan

nasabah. Penelitian ini hanya dilakukan pada nasabah tabungan Kopena Pematang.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini diantaranya untuk:

1. Menguji dan mengkonfirmasi ada tidaknya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Pemuda Buana (KOPENA) Cabang Pematang
2. Menguji dan mengkonfirmasi ada tidaknya pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Pemuda Buana (KOPENA) Cabang Pematang
3. Menguji dan mengkonfirmasi ada tidaknya pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Pemuda Buana (KOPENA) Cabang Pematang
4. Menguji dan mengkonfirmasi ada tidaknya pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Pemuda Buana (KOPENA) Cabang Pematang
5. Menguji dan mengkonfirmasi ada tidaknya pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Pemuda Buana (KOPENA) Cabang Pematang
6. Menguji dan mengkonfirmasi ada tidaknya pengaruh kualitas layanan, citra perusahaan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Pemuda Buana (KOPENA) Cabang Pematang

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan khasanah ilmu pengetahuan tentang hal-hal yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah.
- b. Penelitian ini dapat menambah referensi bagi peneliti berikutnya dengan topik sejenis sekaligus dapat menjadi objek penelitian ulang terhadap kelemahan dari penelitian ini.

2. Kegunaan Praktis,

- a. Bagi Perusahaan, sebagai bahan empiris yang memberikan gambaran terhadap instansi perusahaan yang bersangkutan tentang Loyalitas nasabah, sehingga bisa mengambil suatu kebijakan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan secara tepat agar dapat menjaga citra perusahaan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah.
- b. Bagi penulis, diharapkan memberikan pengetahuan tentang loyalitas nasabah sekaligus sebagai sarana belajar meneliti suatu permasalahan sosial.
- c. Bagi peneliti lain, sebagai bahan referensi penelitian yang setopik dengan penelitian ini sekaligus dapat memperbaiki kelemahan penelitian ini.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini pembahasan dan penyajian hasil penelitian akan disusun dengan materi sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan penelitian, Kegunaan Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II KERANGKA TEORI

Kerangka teori yang berisi Landasan Teori, Tinjauan Pustaka, Kerangka Berpikir dan Hipotesis Penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian berisi Jenis dan Pendekatan Penelitian, *Setting* Penelitian, Variabel Penelitian dan Definisi Operasional, Populasi, Sampel Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel, Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data, Teknik Pengolahan dan Analisis Data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini berisi Deskripsi Data dan Analisis Data. Analisis data berisi tentang Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis jalur (*Path Analysis*), Uji Hipotesis dan Pembahasan.

BAB V PENUTUP

Penutup berisi Simpulan dan Saran.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, maka penelitian ini menghasilkan simpulan-simpulan sebagai berikut:

- a. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Kopena Cabang Pemasang. Hal ini dibuktikan dengan nilai beta $0,266 > 0$, nilai signifikan $0,007 < 0,05$.
- b. Citra Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Kopena Cabang Pemasang. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien beta $-0,130 < 0$ dan nilai signifikansi $0,205 > 0,05$.
- c. Kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Kopena Cabang Pemasang. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien beta > 0 dan nilai signifikansi $0,012 < 0,05$.
- d. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien beta $0,207 > 0$ dan nilai signifikansi $0,046 < 0,05$.
- e. Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien beta $0,093 > 0$ dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$.

Selanjutnya, berdasarkan analisis jalur penelitian ini menghasilkan simpulan antara lain:

- a. Pengaruh langsung kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Kopena Cabang Pemalang lebih besar dari pada tidak langsung. Hal ini dibuktikan dengan koefisien jalur sebesar 0,207 untuk pengaruh langsung, sedangkan koefisien untuk pengaruh tidak langsung sebesar 0,034 jika melalui variabel kepuasan. Sehingga total pengaruh menjadi 0,241.
- b. Pengaruh langsung citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Kopena cabang Pemalang juga lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung. Hal ini dibuktikan dengan koefisien jalur sebesar 0,093, sedangkan nilai koefisien pengaruh tidak langsung sebesar -0,016 jika melalui variabel kepuasan. Sehingga total pengaruh menjadi 0,081.
- c. Total pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Kopena Cabang Pemalang nilainya lebih besar dari pada total pengaruh citra perusahaan terhadap Loyalitas nasabah Kopena Cabang Pemalang. Yaitu 0,241 dan 0,081 jika melalui variabel kepuasan.

Selanjutnya, Nilai R^2 total sebesar 0,954 menunjukkan bahwa loyalitas nasabah dijelaskan oleh variabel Kualitas layanan, citra perusahaan dan kepuasan sebesar 95,4%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Variabel kualitas layanan memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan sehingga faktor kualitas layanan perlu ditingkatkan agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Peningkatan ini akan berdampak juga pada peningkatan loyalitas nasabah, karena kepuasan nasabah juga memiliki kontribusi yang besar dalam membentuk loyalitas nasabah Kopena Cabang Pematang Siantar.
2. Bagi Kopena Cabang Pematang Siantar, disarankan untuk melakukan kebijakan-kebijakan atau kegiatan dalam hal meningkatkan kualitas layanan agar para nasabah bisa puas dan juga mendorong sikap untuk loyal terhadap Kopena Cabang Pematang Siantar. Kegiatan tersebut dapat berupa dalam melakukan layanan jemput bola yang tepat waktu, atau member kan souvenir untuk para nasabah yang saldonya mencapai batas minimal tertentu atau mengadakan doorprize-doorprize lainnya.
3. Bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti dengan topic sejenis disarankan untuk menambah variabel-variabel lain yang dapat meningkatkan loyalitas nasabah, misalnya meningkatkan jenis produk tabungan tertentu atau lokasi yang strategis.
4. Disarankan pula bagi peneliti lain untuk menggunakan variabel lain sebagai variabel intervening, karena dalam penelitian ini menghasilkan



pengaruh tidak langsung yang nilainya lebih kecil dari pada pengaruh langsungnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Fitri Sulistia. 2015. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Citra Perusahaan dan atribut Produk Perbankan Syariah terhadap Kepuasan Nasabah*. Madura: Jurnal Ilmiah Jurusan teknik Industri Universitas Turnojoyo.
- Al-Arif, M.Nur Rianto. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Manajemen Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Asytuti, Rinda, dkk. 2013. *Eksperiental Marketing Menelisik Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah*. Pekalongan : Jurnal Hukum Islam STAIN Pekalongan.
- Asytuti, Rinda. 2013. Pengaruh Kepercayaan, kepuasan Terhadap Loyalitas dengan Kepemimpinan sebagai Variabel Modereting. Pekalongan: Jurnal Penelitian STAIN Pekalongan.
- Bontis, Nick., and Lorne D. Booker, *The mediating effect of orgnizational reputation on customer loyalty and service recomendation in banking industry. Management Decion*. Vol. 45, No. 9 p. 1426-1445, Juni 2007
- Fauzi, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif: Sebuah Pengantar*, Cet. I. Semarang: Walisongo press
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Cet. IV. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin. 2003. *Customer royalty menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*. Jakarta : Erlangga.
- Haryanto, Edy. 2015. *Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Penggunaan Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado*. Manado: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Manado.
- Hasan , Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor : Ghalia Indonesia.

- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV Alfabeta
- Ika, Dewi Nur. 2013. *Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah*. Malang: Jurnal Ilmiah Universitas Brawijaya.
- Irianto, Agus. 2010. *Statistik Konsep Dasar; Aplikasi, dan Pengembangannya*, Ed. 1, Cet. VII. Jakarta: Kencana
- Kotler and Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran jilid I edisi 12*. Jakarta : PT indeks.
- Lasander, Christian. 2013. *Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional Industri Rumah Tangga Dodol Daging Pala Audia di Tahuna Kab. Sangihe*. Manado: Jurnal EMBA: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, Universitas Sam Ratulangi, Vol.1 No.3.
- Leniy, Ni Putu dan Ni Ketut Seminari. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah*. Bali : E-Jurnal manajemen, Vol. 4, No. 5.
- Lenzun, Jessica J., dkk. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Kartu Prabayar Telkomsel*. Manado: Jurnal EMBA: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, Universitas Sam Ratulang, Vol.2 No.3.
- Mowen, John C. dan Michael Minor. 2001. *Perilaku Konsumen Jilid 2 Edisi Kelima*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Mulyawisdawati, Richa Angkita. 2012. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Karita Muslim Square Yogyakarta*. Yogyakarta: Jurnal Ilmu-ilmu Keislmana: STAI, Vol.8 No.1.
- Nalim, Yusuf. *Diktat Kuliah Statistika 2*, STAIN Pekalongan.

- Palitati, A. 2007. *Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan*, Journal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 9, No. 1, pp. 73-81. Desember 2007
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, *SERQUAL: Multiple-item scale for Measuring consumer Perceptions of Service Quality*. Jakarta: Journal of Retailing, Vol. 64, No. 1.
- Prayitno, Agus. 2014. *Kepuasan Nasabah Pada Bank Victoria syariah di Brebes*. Pekalongan: STAIN Pekalongan.
- Putra, Jaman Adi, I Wayan. 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Kerelasiaan Nasabah*, Jurnal Ekonomi Bisnis, Juni 2009 No. 2
- Rif'an, Muhammad. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kospin jasa unit Syariah Pekalongan*. Pekalongan : Skripsi STAIN Pekalongan.
- Saputra, Ropinov. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas Pelanggan pada PT.Nusantara Demak*. Semarang: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Sari, Kartika dan Budi Prijanto. 2015. *Pengaruh Tingkat Loyalitas Nasabah Pada Dana Pihak Ketiga Industri Perbankan di Indonesia*. Depok : Jurnal Ekonomi, fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.
- Siddiqi, K.O. 2011. *Between Service Quality Attributes, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Retail Banking Sector in Bangladesh*, International Journal of Business and Management, Vol. 6, No. 3.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*, Cetakan Ke-18. Bandung: CV Alfabeta.
- Sukardi. 2005. *Metodologi Penelitian Pendidikan, Kompetensi dan Praktiknya*, Cet. III. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Siregar, Syofian. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perhitungan Manual & SPSS*, Ed. I, Cet. II. Jakarta: Kencana.

- Taniredja, Tukiran dan Hidayati Mustafidah. 2012. *Penelitian Kualitatif (Sebuah Pengantar)*, Cetakan II. Bandung: ALFABETA
- Tjiptono pandy. 2008. *Service management-mewujudkn layanan prima*. Andi Yogya.
- Tumangkeng, Gerardo Andrew. 2013. *Kualitas Produk, Suku Bunga dan Kualiiitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado*. Manado: Jurnal EMBA: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, Universitas Sam Ratulangi, Vol.1 No.4.
- Widoyoko, S. Eko Putro. 2013. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*, Cet. II. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Winarsunu, Tulus. 2007. *Statistik dalam Penelitian Psikologi, dan Pendidikan*, Ed. Revisi, Cet. IV. Malang: UPT Penerbitan UMM.
- Zulkarnain. 2009. *ilmu menjual pendekatan teoritis dan kecakapan menjual*. Jakarta: PT. Indeks.



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 : 1012/In.30/J.IV.1/PP.00.9/11/2018
Lamp :-
Hal : Permohonan Izin Penelitian

21 November 2018

Kepada Yth,
Pimpinan Cabang KOPENA Pemalang
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Cholifatul Ilmi

NIM : 2013111118

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 Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening".

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.



Ani Dekan
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Anno Sakhrina

Visi Jurusan Ekonomi Syariah :

Menjadi jurusan yang terkemuka dan kompetitif dalam menghasilkan profesional dan entrepreneur di bidang ekonomi syariah berwawasan ke-Indonesiaan di tingkat nasional pada tahun 2036





KOPERASI PEMUDA BUANA
KOPENA
BERKEMBANG BERSAMA UMAT

Badan Hukum Nomor : 1227.a BH / VI / IX / 1994 Tanggal 30 september 1994

Nomor : 016 / Sekr / A / XI / 2018

Pemalang, 26 November 2018

Hal : SURAT KETERANGAN

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Pekalongan
c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
Di-

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan Puji syukur kehadirat Allah SWT, kami Manajemen Koperasi Pemuda Buana (KOPENA) cabang Pemalang memberikan keterangan kepada mahasiswa yang tersebut dibawah ini yaitu :

Nama : Cholifatul Ilmi
NIM : 2013111118
Jurusan : S1 Ekonomi Syariah

Benar-benar telah melaksanakan Penelitian/Studi Kasus di KOPENA Cabang Pemalang guna penyusunan Skripsi dengan judul "***Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Koperasi Pemuda Buana "KOPENA" Cabang Pemalang***". Demikian Surat Keterangan ini disampaikan dan atas kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb



SAEKHUDIN
Pimpinan Cabang

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

Nama Lengkap : Cholifatul Ilmi
Tempat Tanggal Lahir : Pemalang, 17 Mei 1993
Alamat : Desa Ambokulon Gang 4 Rt. 05 Rw. 03 Kec. Comal
Kab. Pemalang
No HP : 08562641236
Email : khalifah.ilm@gmail.com
Riwayat Pendidikan :

- TK Pertiwi Ambowetan Lulus Tahun 1999
- SD N 02 Ambowetan Lulus Tahun 2005
- SMP N 1 Ulujami Lulus Tahun 2018
- SMA N 1 Comal Lulus Tahun 2011
- IAIN Pekalongan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2011

B. DATA ORANG TUA

1. Ayah Kandung : Basari
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat : Desa Ambokulon Gang 4 Rt. 05 Rw. 03 Comal
Pemalang
Ibu Kandung : Kusniti
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Desa Ambokulon Gang 4 Rt. 05 Rw. 03 Comal
Pemalang



KEMENTERIAN AGAMA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 | Faks. (0285) 423418

Website : perpustakaan.stain-pekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@stain-pekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : CHOLIFATUL ILMI
NIM : 2013111118
Fakultas /Jurusan : FEBI / EKONOMI SYARIAH
E-mail address : cholifatulilmii@gmail.com

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 KUALITAS LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

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, 27 Februari 2019



CHOLIFATUL ILMI

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd

