

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, STRATEGI  
PEMASARAN DAN CITRA BANK TERHADAP LOYALITAS  
NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA**

(Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pacitan)

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Mengikuti Seminar Skripsi**



Oleh :

**DIKA AYU LESTARI**  
NIM.20.52.31.013

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID  
SURAKARTA  
2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, STRATEGI  
PEMASARAN DAN CITRA BANK TERHADAP LOYALITAS  
NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA**

(Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pacitan)

**SKRIPSI**

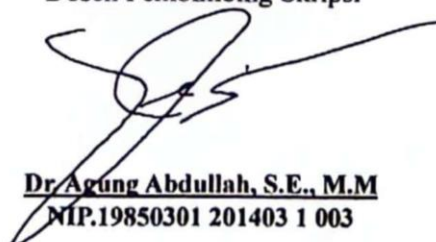
Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh:

**DIKA AYU LESTARI**  
**NIM.20.52.31.013**

Sukoharjo, 15 Januari 2024

Disetujui dan disahkan oleh:  
Dosen Pembimbing Skripsi



**Dr. Agung Abdullah, S.E., M.M**  
**NIP.19850301 201403 1 003**

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dika Ayu Lestari

NIM : 205231013

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, STRATEGI PEMASRAAN DAN CITRA BANK TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pacitan)”. Bener- benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti / dilakukan sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

Sukoharjo, 4 februari 2024



Dika Ayu Lestari

## **SURAT PERNYATAAN MELAKUKAN PENELITIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dika Ayu Lestari

NIM : 205231013

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, STRATEGI PEMASRAAN DAN CITRA BANK TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pacitan)”. Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sukoharjo, 4 februari 2024



Dika Ayu Lestari

Dr. Agung Abdullah, S.E., M.M  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

#### NOTA DINAS

Kepada yang Terhormat  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Di Surakarta

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Dika Ayu Lestari NIM: 20.52.31.013 yang berjudul:

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, STRATEGI PEMASARAN DAN CITRA BANK TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pacitan)”

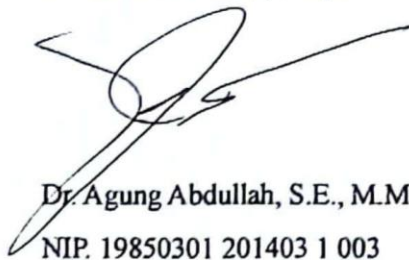
Sudah dapat *dimunaqasyahkan* sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah

Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera *dimunaqasyahkan* dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.  
*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Sukoharjo, 06 Februari 2024

Dosen Pembimbing Skripsi



Dr. Agung Abdullah, S.E., M.M  
NIP. 19850301 201403 1 003



**PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, STRATEGI  
PEMASARAN DAN CITRA BANK TERHADAP LOYALITAS  
NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA  
(Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pacitan)**

Oleh:

**DIKA AYU LESTARI**  
**NIM. 20.52.31.013**

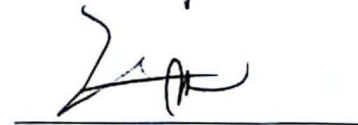
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqasyah  
pada hari Selasa tanggal 26 Maret 2024 M / 15 Ramadhan 1445 H dan dinyatakan  
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji:

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)  
Rais Sani Muharrami, S.E.I, M.EI  
NIP. 19870828 201403 1 002



Penguji II  
Ahmad Indarta, M.E.  
NIP. 19890327 201810 1 171



Penguji III  
Mufti Arief Arfiansyah, M.Ak.  
NIP. 19890615 202012 006



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



  
Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.  
NIP. 19720304 200112 1 004

## MOTTO

\*\*\*\*\*

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

(Q.S Ar-Ra’d: 11)

“Ambilah kebaikan dari apa yang dikatakan, jangan melihat siapa yang mengatakannya”

(Nabi Muhammad SAW)

“Perbanyak bersyukur, kurangi mengeluh. Buka mata, jembarkan telinga, perluas hati. Sadari kamu ada pada titik ini, bukan kemarin atau besok, nikmati setiap momen dalam hidup, berpetualang lah”

(Penulis)

“orang lain ga akan bisa faham *struggle* dan masa sulit nya kita yang mereka Ingintahu hanya bagian *success struggle*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun Gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga Dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya!”

(Penulis)

## **PERSEMBAHAN**

Yang Utama Dari Segala-Nya

Puji syukur kepada Allah SWT karena telah memberikan cinta dan kasih serta Rahmat-Nya dalam memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik dan lancar.

Kupersembahkan karya ini untuk orang yang aku cintai dan sayangi :

Ayahku dan Ibuku tercinta

Segala perjuangan hingga sampai pada titik ini saya persembahkan untuk kedua orang yang paling berharga dalam hidup saya ayahku dan ibuku tercinta. Ketika dunia menutup pintunya pada saya ayah dan ibu saya membuka tangannya untuk saya dan ketika orang menutup semua telinganya untuk saya, ayah dan ibu saya membuka hati untuk saya. Terima kasih atas segala pengorbanan yang telah engkau berikan selama ini, berkat cinta, dukungan serta doa dari ayah dan ibu sehingga saya bisa menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi ini sampai meraih gelar sarjana.

Dosen Pembimbing Tugas Akhirku

Terimakasih banyak kepada Bapak Dr. Agung Abdullah, SE, MM selaku dosen pembimbing saya yang telah memberikan nasihat, bantuan dan juga arahan, itu semua tidak akan pernah saya lupakan atas segala jasa yang telah bapak berikan.

Sahabat dan Teman-temanku

Terimakasih banyak kepada teman-teman Perbankan Syariah B Angkatan 2020 untuk semua kebersamaan dan kenangan yang telah dilalui di bangku perkuliahan dan untuk sahabatku terimakasih banyak atas dukungan, nasihat, bantuan serta semangat yang selalu diberikan selama saya mengerjakan tugas akhir skripsi ini.



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk sehingga penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia”. Shalawat serta salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, para sahabat dan pengikutnya yang setia dan semoga kita mendapat syafaatnya di Yaumul Qiyamah kelak, amin ya rabbal alamin. Penulisan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Pogram studi Sarjana (S1) jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan banyak dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan piliran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada berbagai pihak:

1. Prof. Dr. Toto Suharto, S.Ag., M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Prof. Dr. Rahmawan Arifin, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
3. Zakky Fahma Auliya, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam

Negeri Raden Mas Said Surakarta.

4. Rahmawati Khoiriyah, M.E., selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
5. Dr. Agung Abdullah, S.E., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Agus Pranoto. Terima kasih telah percaya atas semua keputusan yang telah penulis ambil untuk melanjutkan mimpi nya, serta cinta, do'a support dan motivasi yang selalu membuat saya percaya bahwa saya mampu menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
8. Pintu surgaku, Ibunda Anik Utami. Mustahil saya mampu melewati semua permasalahan yang penulis alami selama pengerjaan skripsi ini jika tanpa do'a, ridha, dan dukungan dari beliau penulis tidak mampu menyelesaikannya. Terima kasih berkat ibundaku ternyata saya mampu.
9. Sahabat-sahabatku Natasa Vimalasari, Rizka Awaliya, Intan Mitayani dan Aldino W.P terimakasih atas bantuan, doa dan juga dukungan yang telah diberikan selama ini. Saudara sepupuku Alia Ulfa W terimakasih atas segala bantuan dan juga nasihat dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.
10. Teman- temanku seperjuangan Perbankan Syariah B Angkatan 2020 yang

telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bismnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

11. Terimakasih kepada semua pihak yang membantu terlibat dalam proses penyelesaian tugas skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji Syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Aamiin

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Sukoharjo, 07 Februari 2024

Dika Ayu Lestari  
NIM.205231013

## **ABSTRACT**

*The level of trust in Islamic banks continues to increase from year to year. This must of course be accompanied by improving service quality, marketing strategies and the bank's image in the eyes of the public. These three factors are considered to have an influence on customer loyalty.*

*This research aims to determine the influence of service quality, marketing strategy and bank image on customer loyalty of Bank Syariah Indonesia in Pacitan Regency. This study used quantitative methods and was analyzed using IBM SPSS version 27. Data analysis methods used included validity test, reliability test, classical assumption test (normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis, F test, coefficient of determination test, and partial t test. Source of data used in this study using primary data obtained through questionnaires. The respondents in this research were customers of Bank Syariah Indonesia in Pacitan Regency. The sample obtained was 400 respondents with a sampling technique using non-probability sampling.*

*Based on the results of research using a partial t test, it shows that service quality has no effect on customer loyalty at Bank Syariah Indonesia in Pacitan Regency, with a value of Sig. amounting to  $0.475 > 0.05$ . Marketing strategies influence customer loyalty of Bank Syariah Indonesia customers in Pacitan Regency, with a value of Sig. amounting to  $0.001 < 0.05$  and the bank's image influences the loyalty of Bank Syariah Indonesia customers in Pacitan Regency, with a value of Sig. amounting to  $0.001 < 0.05$ .*

**Keywords:** *Service Quality, Marketing Strategy, Image, Loyalty.*

## ABSTRAK

Tingkat kepercayaan terhadap bank syariah terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini tentunya harus diiringi dengan peningkatan kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan citra bank di mata masyarakat. Ketiga faktor tersebut dinilai berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan citra bank terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pacitan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan dianalisis menggunakan *IBM SPSS versi 27*. Metode analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, uji F, uji koefisien determinasi, dan uji t parsial. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Responden di dalam penelitian ini merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pacitan. Sampel yang diperoleh sebanyak 400 responden dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian dengan uji t parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pacitan, dengan nilai *Sig.* sebesar  $0,475 > 0,05$ . Strategi pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pacitan, dengan nilai *Sig.* sebesar  $0,001 < 0,05$  dan citra bank berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pacitan, dengan nilai *Sig.* sebesar  $0,001 < 0,05$ .

**Kata Kunci** : Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran, Citra, Loyalitas

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
SURAT PERNYATAAN MELAKUKAN PENELITIAN .....	iv
NOTA DINAS .....	iv
PENGESAHAN .....	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
DAFTAR ISI .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	11
1.3 Rumusan Masalah .....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Batasan Penelitian .....	12
1.6 Manfaat Penelitian .....	12
1.7 Jadwal Penelitian.....	13
1.8 Sistematika Penulisan .....	13
BAB II LANDASAN TEORI .....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen .....	15
2.1.1.1 Pengertian Teori Perilaku Konsumen.....	15
2.1.1.2 Faktor–Faktor Perilaku Konsumen.....	16
2.1.1.2 Teori-Teori Perilaku Konsumen.....	17

2.1.2	Loyalitas Nasabah.....	18
2.1.2	Kualitas Pelayanan.....	20
2.1.3	Strategi Pemasaran.....	23
2.1.4	Citra Bank.....	25
2.2	Penelitian Yang Relevan .....	27
2.3	Kerangka Penelitian .....	35
2.4	Pengembangan Hipotesa .....	36
2.4.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah .....	37
2.4.2	Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah .....	37
2.4.3	Pengaruh Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah .....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....		39
3.1	Jenis Penelitian.....	39
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian.....	39
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	39
3.3.1	Populasi.....	39
3.3.2	Sampel .....	40
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.4	Variabel Penelitian .....	42
3.4.1	Variabel Independen (X).....	43
3.4.2	Variabel Dependen (Y) .....	43
3.5	Definisi Operasional Variabel .....	43
3.6	Teknik Analisis Data .....	46
3.6.1	Uji Instrumen Penelitian .....	46
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	47
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda .....	49
3.6.4	Uji Ketetapan Model.....	50
3.6.5	Uji Hipotesis / Uji T.....	51
BAB IV DATA DAN ANALISIS.....		52
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	52
4.1.1	Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan.....	52
4.2	Analisis Deskriptif Statistik.....	53
4.2.1	Deskripsi Responden .....	53



4.3	Pengujian dan Hasil Analisis Data.....	59
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	62
4.5	Analisis regresi Linear Berganda.....	66
4.6	Uji Ketepatan Model.....	68
4.7	Pembahasan .....	71
BAB V PENUTUP.....		76
5.1	Kesimpulan .....	76
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	76
5.3	Saran .....	77
DAFTAR PUSTAKA .....		78
LAMPIRAN.....		81

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Yang Relevan.....	27
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	42
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 4. 1 Alamat .....	53
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4. 3 Usia.....	55
Tabel 4. 4 Pekerjaan .....	56
Tabel 4. 5 Pendidikan Terakhir .....	57
Tabel 4. 6 Penghasilan.....	58
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1) .....	59
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Strategi Prmasaran (X2).....	60
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Citra Bank (X3) .....	61
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah (Y) .....	61
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas .....	62
Tabel 4. 12 Hasil Output SPSS Uji Normalitas.....	63
Tabel 4. 13 Hasil Output SPSS Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4. 14 Hasil Output SPSS Uji Heteroskedastisitas .....	65
Tabel 4. 15 Hasil Output SPSS Uji Regresi Linear Berganda .....	66
Tabel 4. 16 Hasil Output SPSS Uji F .....	68
Tabel 4. 17 Hasil Output SPSS Uji Koefisien Determinasi .....	69
Tabel 4. 18 Hasil Output SPSS Uji T.....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pengguna BSI Mobile.....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	36

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Jadwal Penelitian .....	82
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 3 Tabulasi Data Hasil Kuesioner .....	88
Lampiran 4 Hasil Output SPSS.....	130
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup.....	138
Lampiran 6 Bukti Dokumentasi .....	139
Lampiran 7 Bukti Plagiasi.....	140

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Negara Indonesia adalah negara yang penduduknya mayoritas beragama islam, agama islam mengalami perkembangan yang sangat pesat di antara agama lain yang ada di dunia. Pada saat ini masyarakat muslim mulai meminati adanya bank syariah, dengan ini pengelola bank syariah akan mendapatkan keuntungan untuk memperbaiki berbagai aspek seperti kualitas pelayanan dan produk perbankan agar semakin diminati oleh seluruh masyarakat baik muslim maupun non-muslim (Nurrachmi et al., 2021).

Meskipun tingkat kepercayaan (*confidence level*) terhadap bank syariah terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, namun dengan meningkatnya kepercayaan belum cukup untuk bersaing dengan bank konvensional yang sudah berdiri sejak lama dan cukup terkenal dikalangan masyarakat, sehingga perbandingan masyarakat pengguna produk bank konvensional masih lebih banyak atau unggul dibandingkan dengan masyarakat pengguna produk bank syariah (Nurrachmi et al., 2021).

Dengan adanya permasalahan tersebut, bank syariah perlu meningkatkan kinerjanya yang diyakini pada tahun yang akan datang akan menjadi perbankan dengan peminat terbanyak di dunia. Supaya bisnis perbankan dapat berkembang dengan baik sangat diperlukan dengan adanya nasabah yang loyal. Untuk meningkatkan loyalitas nasabah, bank syariah harus melakukan kegiatan yang bersifat khusus untuk meraihnya, seperti memberikan

pelayanan dengan baik, promosi, memenuhi kebutuhan para nasabahnya, dan memperhatikan kepuasan pelanggan (Khaeriani Nurul & Hasan, 2022).

Setiap bank mempunyai kewajiban untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan ketika dihadapkan dengan munculnya pesaing baru di industri yang sama. Nasabah merupakan salah satu aset terbesar industri perbankan, supaya industri perbankan dapat bersaing, maka bank harus mempunyai pemahaman yang luas tentang nasabahnya. Oleh karena itu, bank perlu menjaga hubungan baik dengan Masyarakat, dan keberhasilan atau kegagalan dapat mempengaruhi reputasi yang dapat mempengaruhi citra bank dan loyalitas nasabah (Agustina Mazuin I'in, 2018).

Loyalitas nasabah itu sendiri dapat diartikan bentuk kesetiaan pelanggan atas pelayanan yang telah diterapkan. loyalitas nasabah merupakan satu faktor penentu dan ukuran keberhasilan strategi suatu bank syariah dalam mempertahankan pelanggan atau nasabahnya. Nasabah yang loyal akan memiliki komitmen buat terus berlangganan untuk menggunakan produk atau jasa yang ada di bank syariah dimasa mendatang, walaupun dalam usaha pemasarannya akan mengalami perubahan mengikuti perkembangan zaman serta teknologi (Maulida & Sari, 2022).

Loyalitas konsumen akan berpengaruh pada peningkatan pendapatan perusahaan, mengurangi biaya, meningkatkan keuntungan dan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. loyalitas nasabah adalah hasil dari strategi pemasaran yang sukses terkait dengan penciptaan nilai bagi konsumen.

Kepuasan nasabah memiliki peran penting dalam industri perbankan komersial, konsep kepuasan konsumen menurut Giese dan Cote (2000) adalah rangkaian tanggapan afektif dengan intensitas berbeda serta fokus terhadap minat tertentu yang berkaitan dengan konsumsi suatu produk, jasa dan memiliki kerangka waktu yang terbatas (Asnawi et al., 2020).

Loyalitas konsumen merupakan sikap khusus konsumen terhadap organisasi dan perilaku ini bergantung pada banyak faktor. Para sarjana mengidentifikasi, karena loyalitas konsumen merupakan suatu konstruk yang terdiri dari suatu sikap dan perilaku konsumen, dengan ini dapat diartikan bahwa loyalitas konsumen menekankan pada perilaku dan sikap yang saling menguntungkan. Loyalitas nasabah juga dapat diartikan sebagai sikap konkrit untuk tetap berhubungan dengan penyedia jasa dalam waktu yang cukup panjang (Asnawi et al., 2020).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Asnawi et al., (2020) menyatakan bahwa kepuasan nasabah muslim di Indonesia terkait kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah, maka terlihat bahwa loyalitas nasabah bank syariah akan semakin meningkat, lebih signifikan jika bank syariah meningkatkan kepuasan nasabah. Dalam konteks yang lebih spesifik, konsumen akan meningkatkan loyalitasnya jika bank syariah telah menerapkan sebuah tindakan kejujuran dalam berinteraksi, menggunakan syariah dalam operasionalnya dan menggunakan bagi hasil pada saat transaksinya (tanpa suku bunga) (Asnawi et al., 2020).



Oleh karena itu, kualitas layanan pada industri perbankan merupakan faktor penting untuk menarik dan mempertahankan lebih banyak nasabah baru serta menghindari pindahnya pelanggan dengan menciptakan kualitas yang unggul. Untuk memenuhi permintaan konsumen, Perusahaan harus menawarkan layanan terbaik yang disesuaikan dengan pola pembelian dan gaya hidup konsumen. Untuk mengetahui keberhasilan suatu usaha dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan menggunakan pendekatan kualitas pelayanan (Prayogi & Rokan Khamal, 2022).

Menurut Bayu Prayogi (2022), Kualitas pelayanan merupakan perbedaan antara harapan pelanggan dengan pelayanan aktual yang diterima pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan membandingkan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima, dengan pelayanan sebenarnya yang diharapkan. Perhatian terhadap kualitas layanan merupakan fokus utama perusahaan dan melibatkan penggunaan seluruh sumber daya yang tersedia.

Kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan atas unggulnya suatu pelayanan secara keseluruhan dan tingkat perbedaan dari suatu harapan serta permintaan konsumen, kunci untuk menumbuhkan sebuah loyalitas yaitu terletak pada penawaran layanan pelanggan yang baik dan memenuhi kebutuhan pelanggan, memberikan sebuah informasi yang cepat dan tepat serta bersikap ramah pada saat melakukan pelayanan terhadap nasabah (Rofiqo et al., 2021).

Selain kualitas pelayanan untuk memperluas *market share* serta memikat nasabah sebanyak-banyaknya. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh bank syariah begitu menarik, karena bank syariah menggunakan penerapan kesyariaan islam yang ditawarkan kepada nasabah. Kualitas pelayanan dan pengelolaan adalah faktor yang dapat mempengaruhi *service loyalty*. Dengan cara memenuhi kebutuhan nasabah dan memberikan kualitas pelayanan yang baik disitulah akan adanya ketertarikan nasabah terhadap sektor perusahaan perbankan syariah (Mahfud Imam, 2020).

Dalam strategi pemasaran bukan hanya cara memasarkan saja yang harus diperhatikan tetapi strategi lokasi pun dapat mempengaruhi minat nasabah akan datang ke bank tersebut, karena dengan tempat yang strategis dan mudah dijangkau nasabah merasa lebih mudah dan nyaman untuk berinteraksi atau berhubungan dengan bank. dalam bank juga terdapat strategi jemput bola yang dimana strategi mendatangi satu per satu nasabah untuk menawarkan produk, sehingga bisa menjelaskan secara langsung tentang produk bank terhadap calon nasabah secara rinci (Asmawati et al., 2022).

Perkembangan teknologi pada saat ini dapat meningkatkan persaingan antar perusahaan terutama pada perusahaan jasa keuangan. Konsumen adalah salah satu faktor penting untuk mencapai sebuah tujuan, maka perusahaan menyadari betapa pentingnya peran konsumen. Perusahaan mulai menyadari bahwa pelanggan setia dapat menghasilkan penjualan yang signifikan dalam jangka panjang (Fauzan & Gunarsih, 2020).

Dalam perusahaan perbankan sangatlah penting dengan adanya citra bank atau sebuah *image* yang menjadi persepsi terhadap sebuah perusahaan. Untuk menciptakan suatu *image* perusahaan harus memperlihatkan keistimewaan perusahaan tersebut dengan cara yang terbaik, baik dari produk maupun jasa yang dimana bisa mendukung keistimewaan dalam perusahaan tersebut. Terutama membangun kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah sehingga nasabah merasa diistimewakan serta dihargai keberadaannya di dalam perusahaan tersebut, yang dimana akan mendorong *image* perusahaan yang baik (Thalib Supriadi & Harimurti, 2021).

Citra dapat diartikan sebuah kombinasi informasi yang dimiliki oleh konsumen dan kemudian digunakan untuk mengidentifikasi sebuah produk, serta untuk menilai produk perusahaan, dengan produk perusahaan yang lain, atau sering disebut dengan membandingkan antar produk perusahaan. Dari pengertian tersebut citra bank syariah dapat di definisikan sebuah gambaran atau *image* yang akan terbentuk dari sebuah kombinasi informasi yang telah ada di pikiran konsumen tentang bank syariah (Revonnarta & Indrarini, 2021).

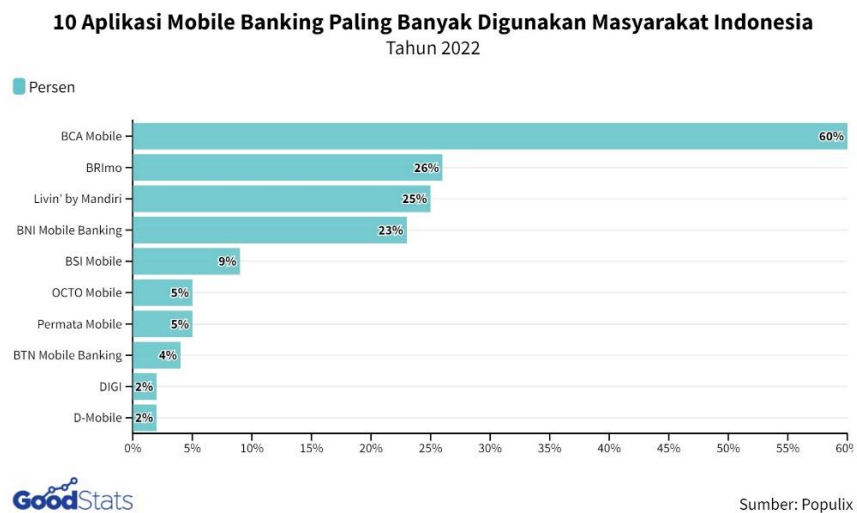
Untuk meningkatkan citra bank perusahaan perlu mengembangkan pegawai yang mampu menangani permasalahan yang dimiliki oleh nasabah dan merespon kebutuhan nasabah. Karena citra sendiri merupakan sebuah kesan, perasaan, atau gagasan yang ada di benak masyarakat mengenai suatu perusahaan, objek, orang, atau sebuah lembaga. Citra itu sendiri tidak dapat diukur secara sistematis, namun wujudnya dapat disarankan sebagai hasil penilaian baik atau buruknya suatu tindakan (Agustina Mazuin I'in, 2018).

I'in Mazuin Agustina (2018) berpendapat bahwa Citra bank merupakan tanggapan masyarakat terhadap bank yang diungkapkan melalui gagasan atau keyakinan terhadap produk yang disediakan oleh perusahaan, baik reputasi dan citra bank yang dimiliki oleh bank tersebut, dapat mempengaruhi pelanggan dalam memilih kredit apa dalam perusahaan tersebut. Oleh karena itu, perusahaan yang telah mempunyai citra yang baik akan mendapatkan berbagai keuntungan bagi perusahaan itu sendiri.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Siadari & Lutfi (2020) membuktikan bahwa citra perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Jika citra suatu perusahaan dikelola dengan baik maka akan berdampak positif dan menambah pengetahuan tentang aspek perilaku pelanggan dalam mengambil sebuah keputusan. Mengingat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dapat meningkatkan loyalitas nasabah pada masing-masing bank.

Berdasarkan observasi penelitian awal, peneliti mengamati dan mendapatkan pernyataan dari para masyarakat dalam hal ini nasabah yang kurang puas dengan kualitas pelayanan yang ada di salah satu bank syariah. Secara implisit hal ini mengetahui bahwa kurang optimalnya sebuah kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Secara tidak langsung akan berdampak negatif terhadap kepuasan nasabah serta bisa mengakibatkan nasabah tidak loyal terhadap lembaga keuangan tersebut.

Untuk mendapatkan keyakinan dikalangan masyarakat maka dari itu bank perlu meningkatkan kinerjanya secara signifikan, memberikan pelayanan yang memuaskan, serta menyediakan produk dan fasilitas layanan perbankan. Ketika citra suatu bank dianggap positif, maka bank akan mendapatkan keuntungan tersendiri. Dengan cara ini, perusahaan perbankan mampu menarik sejumlah besar nasabah yang loyal guna memanfaatkan fasilitas, produk maupun jasa yang telah disediakan oleh pihak perbankan (Agustina Mazuin I'in, 2018).



**Gambar 1. 1 Grafik Pengguna BSI Mobile**

(GoodStats, 2022)

Berdasarkan data yang diperoleh dari grafik di atas diketahui bahwa pengguna BSI *Mobile* terbanyak nomor 5 di Indonesia. Hal ini mengindikasikan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap Bank Syariah Indonesia semakin meningkat. Kesempatan ini menjadi peluang besar bagi Bank Syariah Indonesia

untuk mempertahankan loyalitas nasabah melalui peningkatan kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan citra bank.

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan yang berlokasi di Jalan Ahmad Yani No. 90, Semanten, Pacitan, Caruban, Sidoharjo, Kecamatan Pacitan, Kabupaten Pacitan, Jawa Timur 63518 sebagai alternatif pilihan warga Pacitan untuk berinvestasi dan Pembiayaan Syariah. Kabupaten Pacitan merupakan salah satu kota di Jawa Timur yang memiliki berbagai destinasi wisata, Kota Pacitan juga dikenal dengan sebutan kota 1001 gua.

Meskipun Kota Pacitan terbilang memiliki banyak aset dari banyaknya destinasi wisata yang terkenal, tetapi Kota Pacitan masih terbilang Kota terpencil di Jawa Timur. Karena penduduk Pacitan masih banyak yang tinggal di desa-desa dan masih banyak masyarakat yang kurang mengetahui apa itu perbankan syariah, yang dikarenakan kurangnya sebuah informasi mengenai perbankan syariah, apa lagi bank syariah di Kota Pacitan hanya terdapat satu cabang yaitu Bank Syariah Indonesia yang berlokasi di Tengah Kota Pacitan.

Bank Syariah Indonesia salah satu bank yang berkembang sangat pesat di kota-kota besar. Namun di salah satu kota yaitu Kota Pacitan, Bank Syariah Indonesia masih jarang dikenal oleh masyarakat. Akibatnya, Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pacitan kurang diminati. Dibuktikan dengan penduduk desa maupun kota yang kebanyakan menjadi nasabah bank konvensional dibandingkan menjadi nasabah bank syariah.

Kemungkinan hal ini disebabkan oleh kurangnya pihak bank dalam mengatur strategi pemasaran. Di sisi lain banyak masyarakat yang lebih percaya untuk menggunakan layanan bank konvensional. Masyarakat cenderung khawatir akan kepuasan yang diperoleh jika menggunakan Bank Syariah Indonesia dibandingkan bank konvensional yang telah dikenal lebih baik dan sudah beroperasi lebih lama dibandingkan bank syariah yang terletak di Pacitan.

Salah satu aset yang dimiliki perbankan adalah kepuasan nasabah, karena mempertahankan nasabah tidak semudah mencari nasabah yang baru. Hal ini disebabkan jika nasabah lama mendapatkan kepuasan maka akan mempengaruhi calon nasabah baru, dengan ini mampu meningkatkan jumlah nasabah pada sektor perbankan tersebut, tetapi jika nasabah lama bukan mendapatkan kepuasan melainkan mendapatkan kekecewaan dari layanan yang diberikan, kemungkinan besar jumlah nasabahnya lama kelamaan akan menurun karena terpengaruh oleh nasabah lama.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengangkat dan membahas kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan citra bank terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Oleh karena itu penulis mengangkat judul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN, STRATEGI PEMASARAN DAN CITRA BANK TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA”



## **1.2 Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah digunakan untuk memahami dengan jelas masalah yang ingin diteliti dalam suatu penelitian. Berdasarkan kegunaan dari identifikasi masalah dalam sebuah penelitian tersebut, maka ditetapkan identifikasi masalah penelitian ini adalah:

1. Telah dilakukan observasi terhadap Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pacitan dengan hasil hanya terdapat satu cabang Bank Syariah Indonesia yang terletak di pusat Kota Pacitan.
2. Lemahnya strategi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Indonesia kepada masyarakat, membuat masyarakat Kabupaten Pacitan lebih memilih bank konvensional yang menjadi pesaing berat BSI.
3. Nama Bank Syariah Indonesia (BSI) masih asing di kalangan masyarakat Kabupaten Pacitan.

## **1.3 Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?
2. Apakah strategi pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?
3. Apakah citra Bank Syariah Indonesia berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

3. Untuk mengetahui apakah citra bank berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

### **1.5 Batasan Penelitian**

Untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas, maka penulis membatasi pembahasan dan fokus pada penelitian yang sudah ditetapkan. Melihat permasalahan yang diteliti maka akan dibatasi dengan variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Variabel tersebut merupakan kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan citra bank. Penelitian ini juga dilakukan terhadap nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pacitan.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi literatur bagi teman-teman mahasiswa serta pihak lain yang akan menyusun skripsi dan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan citra bank terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan tambahan bagi penulis mengenai pengaruh penerapan kualitas pelayanan, strategi pemasaran serta citra bank terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia.

## **1.7 Jadwal Penelitian**

Terlampir

## **1.8 Sistematika Penulisan**

Tujuan penulisan secara sistematis adalah untuk memudahkan pemahaman dan pembahasan hasil penelitian. Laporan penelitian ini disusun secara sistematis dalam lima bab, dan masing-masing bab dapat dijelaskan secara garis besar sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini adalah pendahuluan yang berisi materi untuk melengkapi proposal penelitian, meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, jadwal penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Dalam bab ini menguraikan teori-teori yang mendasari pembahasan secara terperinci yang memuat tentang pengertian kualitas layanan, strategi pemasaran, citra bank dan loyalitas nasabah. Serta membahas apakah kualitas layanan, strategi pemasaran serta citra bank berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang pengembangan metodologi meliputi kerangka pemikiran, sumber data dan jenis data serta metode analisis data.

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang meliputi rancangan beberapa sub bab diantaranya rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, lokasi, populasi, sampel, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

#### BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dari laporan penelitian yang berisi kesimpulan dan saran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Teori Perilaku Konsumen**

###### **2.1.1.1 Pengertian Teori Perilaku Konsumen**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori perilaku konsumen, teori ini pertama kali dikemukakan pada tahun (1969) oleh John A. Howard dan Jagdish N. Sheth. Model teori perilaku konsumen yang dirumuskan oleh Howard-Sheth model menggambarkan bagaimana konsumen atau pembeli berperilaku terhadap suatu merek. Perilaku konsumen adalah proses fisik dan pengambilan keputusan yang dilakukan individu dalam mengevaluasi, membeli, atau membuang barang dan jasa. Menurut Solomon, perilaku konsumen adalah proses dimana individu atau kelompok memilih dan menggunakan produk, jasa/ide/konsep yang memuaskan kebutuhannya (Indrawati Titis, 2023).

Penelitian perilaku konsumen secara garis besar dibagi menjadi tiga perspektif penelitian yang menjadi pedoman untuk mempertimbangkan dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku perolehan konsumen. Ketiga perspektif tersebut adalah:

##### **1. Perspektif Pengambilan Keputusan**

Perspektif pengambilan keputusan dapat didefinisikan sebagai langkah-langkah konsumen di saat melakukan pembelian tertentu.

Langkah tersebut meliputi mengenali sebuah masalah, mencari, memilih, serta evaluasi setelah memperoleh barang tersebut.

## 2. Perspektif Pengalaman

Perspektif pengalaman terhadap pembelian konsumen menyatakan bahwa individu tidak terlibat dalam pengambilan keputusan selama pembelian, sehingga mengakibatkan berkembangnya fantasi atau perasaan emosi saja.

## 3. Perspektif Pengaruh Perilaku

Pengaruh perilaku ini diasumsikan bahwa kekuatan lingkungan dapat memaksa konsumen melakukan pembelian tanpa adanya perasaan atau keyakinan terhadap sebuah produk.

### **2.1.1.2 Faktor–Faktor Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis pembeli. Ada beberapa penjelasan dari berbagai faktor diatas adalah:

#### a) Faktor Kebudayaan

Pengaruh budaya dan adat istiadat terhadap masyarakat dapat diartikan sebagai faktor perilaku konsumen. Faktor budaya memiliki pengaruh yang sangat luas. Konsep kebudayaan mencakup seluruh bidang masyarakat, termasuk bahasa, pengetahuan, hukum, dan adat istiadat, yang berkontribusi terhadap pembentukan karakter dan kepribadian.

#### b) Faktor-Faktor Sosial

Yang dimaksud dengan “faktor sosial” adalah faktor perilaku konsumen yang menganggap individu sebagai makhluk sosial. Individu dapat memperoleh manfaat dari pengaruh yang besar dari orang-orang disekitarnya ketika mereka memutuskan untuk membeli suatu produk (barang dan jasa).

#### c) Faktor Pribadi

Faktor pribadi adalah segala faktor yang berasal dari konsumen itu sendiri. Faktor ini dapat dipahami sebagai ciri psikologis yang membedakan seseorang dengan orang lain dan menimbulkan reaksi nyata dan bertahan lama terhadap lingkungannya.

#### d) Faktor Psikologis

Faktor psikologis merupakan segala faktor yang berhubungan dengan kepribadian konsumen. Perilaku konsumen dapat dipahami dengan menelaah rangsangan pemasaran eksternal, seperti ekonomi dan teknologi sekaligus memahami dinamika faktor politik serta budaya. Ketika seseorang memutuskan untuk membeli suatu produk, hal itu dipengaruhi oleh psikologis, antara lain motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap.

### 2.1.1.2 Teori-Teori Perilaku Konsumen

#### 1) *Pavlovian Model*

Model perilaku konsumen yang dikembangkan oleh *Ivan Petrovich Pavlov* pada tahun 1906 dan didasarkan pada model pembelajaran

perilaku konsumen, mengidentifikasi perubahan perilaku sebagai hasil mempelajari pengalaman sebelumnya. Dalam kehidupan nyata contoh dari teori *Pavlov* adalah respon terhadap promosi dengan menggunakan kata *sale* atau *discount*.

### 2) *Psychoanalytic Model*

Menurut model *psychoanalytic* yang diperkenalkan oleh Sigmund Freud pada tahun 1949, menyatakan bahwa faktor kepribadian mempengaruhi perilaku konsumen dan diperkirakan muncul baik dari pikiran sadar maupun bawah sadar, dapat terbentuk melalui interaksi antara tiga komponen pikiran manusia yaitu keinginan dasar (id), ego, dan super ego.

### 3) *Howarth Sheth Model*

*Model Howarth Sheth* diperkenalkan oleh *John A. Howard* dan *Jagdish N. Sheth* pada tahun 1969. Teori perilaku konsumen ini berfokus pada berbagai faktor seperti perilaku konsumen, tingkat kesadaran dan kemampuan belajar, faktor-faktor tersebut secara tidak langsung mempengaruhi proses pengambilan keputusan terkait dengan pembelian konsumen. seperti status keuangan, kelas sosial, kebutuhan pembelian dan ciri-ciri kepribadian konsumen individu (Wardhana, 2022).

## **2.1.2 Loyalitas Nasabah**

Loyalitas merupakan suatu kondisi dimana konsumen memiliki sikap positif terhadap suatu merek dan berniat untuk terus melakukan



pembelian di masa depan. Komitmen yang kuat dari pelanggan disebut dengan loyalitas pelanggan, yang berarti mereka bersedia membeli kembali suatu produk atau jasa berdasarkan permintaan yang terus-menerus tanpa terpengaruh oleh keadaan atau usaha pemasaran lainnya. Keberhasilan perusahaan dalam membangun loyalitas dapat dipengaruhi dengan kepuasan nasabah atau pelanggan (Khaeriani Nurul & Hasan, 2022).

Dalam islam loyalitas sering disebut dengan *al-Wala'*. Menurut etimologi *al-Wala'* memiliki beberapa makna tersendiri, yaitu mencintai, menolong, mengikuti dan mendekat terhadap sesuatu. Konsep kesetiaan dalam Islam adalah ketundukan mutlak kepada Allah SWT berupa penerapan hukum Syariat Islam secara penuh. Loyalitas pelanggan terhadap Islam akan terjadi jika kegiatan muamalah dapat saling menguntungkan kedua belah pihak karena masing-masing pihak memenuhi kewajibannya melalui penerapan nilai-nilai Islam (Rofiqo et al., 2021).

Secara harfiah loyalitas didefinisikan sebuah kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Ada beberapa tingkatan nasabah loyal yaitu kognitif, afektif, konatif, dan inersia. Makna dari loyalitas kognitif ialah loyalitas yang berkaitan dari informasi atas pengalaman yang diperoleh. Loyalitas afektif yaitu sebuah dimensi kesenangan atas layanan yang didapatkan. Loyalitas konatif merupakan komitmen nasabah untuk menggunakan produk atau jasa dengan berulang kali. Sedangkan loyalitas inersia merupakan kesiapan menghadapi kondisi atau perubahan perusahaan (Maulida & Sari, 2022).

Aspek loyalitas pelanggan mencakup sikap dan perilaku, komponen sikap pelanggan mewakili suatu gagasan seperti niat untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa perusahaan yang sama, kesediaan untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain. Biasanya, pelanggan menunjukkan komitmennya dengan menolak beralih ke pesaing lain dan bersedia membayar harga lebih tinggi. Aspek perilaku pelanggan yang mewakili pembelian berulang yang sebenarnya atas suatu produk atau layanan dan mencerminkan kemungkinan pilihan pelanggan dalam jangka panjang (Masadah et al., 2020).

Ada beberapa faktor yang bisa mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu kepuasan pelanggan, kualitas jasa, citra, dan rintangan untuk berpindah. Kepuasan pelanggan salah satu faktor yang sangat dipikirkan oleh perusahaan karena sebuah loyalitas dengan kepuasan saling berkaitan. Kualitas jasa pun berpengaruh karena jika kualitas jasanya rendah maka perusahaan harus siap buat menanggung resiko pelanggan. Dengan citra bank yang baik akan dapat menimbulkan dampak positif yang dapat meningkatkan jumlah penjualan (Charolina et al., 2021).

## **2.1.2 Kualitas Pelayanan**

### **2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan kualitas sebagai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan, sedangkan pelayanan merujuk pada keinginan untuk memenuhi kebutuhan individu lain dan memberikan kemudahan pada saat pembelian suatu produk atau jasa. Pelayanan

termasuk dalam tindakan atau perbuatan seseorang yang bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Pelayanan dalam bisnis islam tentunya dilandasi oleh kepribadian yang amanah, terpercaya serta keterampilan (Rofiqo et al., 2021).

Kesesuaian terhadap persyaratan adalah kriteria kualitas, sedangkan kesalahan internal seperti operasi bisnis sebelum penjualan produk dan kesalahan eksternal yang disebabkan oleh kegagalan bisnis setelah penjualan juga digunakan sebagai indikator. Untuk mencapai kepuasan nasabah, perlu dilakukan pengendalian ekspektasi terhadap kualitas pelayanan yang merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan perbankan (Triono Singgih, 2020).

Untuk menyeimbangkan harapan pelanggan, kualitas layanan menekankan pentingnya memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, serta memastikan kepuasan terhadap pelanggan. Kualitas pelayanan berasal dari kebutuhan yang mendasari nasabah untuk menggunakan jasa atau membeli barang serta dapat memunculkan ekspektasi dan diakhiri dengan reaksi terhadap jasa yang nasabah pilih atau kepada barang yang dibelinya (Maulida & Sari, 2022).

Kualitas layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dianggap sebagai faktor utama dalam kinerja pemasaran dan keuangannya. Dalam sebuah perusahaan, Untuk menjaga loyalitas pelanggan dan membangun kepercayaan, suatu perusahaan harus memberikan pelayanan prima. Pola konsumen dan gaya hidup pelanggan menuntut pelaku usaha untuk mampu

memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat dicapai dengan menggunakan pendekatan kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh perusahaan (Prayogi & Rokan Khamal, 2022).

Nilai sebuah kualitas pelayanan sangat bergantung terhadap kemampuan perusahaan serta karyawan dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Kualitas pelayanan juga ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan sesuai dengan harapan pelanggan. Dengan demikian, faktor-faktor yang akan mempengaruhi *service quality* adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan dan persepsi masyarakat terhadap pelayanan tersebut (Thalib Supriadi & Harimurti, 2021).

Kemajuan teknologi akan menciptakan persaingan yang sangat ketat untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan perbedaan antara harapan dan kenyataan atas pelayanan yang diterima pelanggan. Tjiptono (1997) mendefinisikan kualitas layanan total sebagai sistem manajemen terpadu yang melibatkan seluruh manajer dan karyawan dalam memanfaatkan metode organisasi untuk memenuhi kebutuhan, operasional, dan harapan pelanggan (Prayogi & Rokan Khamal, 2022).

### **2.1.2.2 Indikator Kualitas Pelayanan**

Berikut merupakan beberapa indikator kualitas pelayanan menurut (Tjiptono, 2012) yaitu:

1. Bukti fisik: tampilan luar fasilitas, peralatan, personel dan dokumen komunikasi
2. Reliabilitas: kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan.
3. Daya Tanggap: siap membantu pelanggan dan memberikan layanan yang tepat.
4. Kompetensi: menguasai keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk dapat memberikan layanan yang dibutuhkan pelanggan.
5. Kesopanan: Sikap staf yang sopan, penuh hormat dan peduli.
6. Kredibilitas: sifat jujur dan dapat dipercaya.
7. Keamanan: bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan.
8. Akses: kemudahan untuk dihubungi dan ditemui.
9. Komunikasi: memberikan sebuah informasi kepada para pelanggan dengan bahasa yang mudah dipahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
10. Kemampuan memahami pelanggan: berupaya untuk memahami pelanggan dan kebutuhan pelanggan.

### **2.1.3 Strategi Pemasaran**

Pemasaran dapat didefinisikan sebagai suatu proses analisis, perencanaan, penerapan dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan memelihara hubungan pelanggan untuk keuntungan bersama, baik pelanggan maupun perusahaan. Strategi pemasaran sendiri dapat dipahami sebagai alat bisnis yang digunakan untuk

mencapai tujuan perusahaan dengan memaksimalkan potensi persaingan paralel di pasar sasaran (Maulida & Sari, 2022).

Menyusun strategi pemasaran merupakan hal yang penting dalam dunia perbankan syariah, tidak hanya untuk saat ini namun juga untuk masa depan. Apalagi persaingan dunia perbankan saat ini sangat besar. Beberapa faktor yang harus diperhatikan ketika mengembangkan strategi pemasaran seperti bauran pemasaran (strategi pemasaran terpadu yang menggabungkan produk, harga, distribusi dan promosi), segmentasi pasar (pemilihan produk dan seleksi berdasarkan pasar) serta *positioning* dan diferensiasi (merancang beberapa strategi untuk membedakan penawaran bank dari penawaran pesaing (Mahfud Imam, 2020).

Penerapan Bauran Pemasaran merupakan pendekatan strategis yang dilakukan suatu organisasi yang melibatkan empat komponen yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi. Produk (Product), biasanya berkaitan dengan pemilihan produk yang ditawarkan. Harga (Price), menentukan harga jual yang sesuai dengan kualitas produk dan aksesibilitas pelanggan. Distribusi (Place), memilih cara mendistribusikan barang dan jasa sehingga sampai ke tangan konsumen. Promosi (Promotion), memilih kebijakan promosi yang sesuai berdasarkan barang dan jasa yang disediakan (Prayogi & Rokan Khamal, 2022).

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank yang menerapkan layanan mobile banking untuk memudahkan transaksi keuangan nasabah. Bank BSI memberikan layanan mobile banking kepada nasabah yang

disebut BSI Mobile. Dengan menggunakan smartphone, BSI Mobile dapat menawarkan transaksi perbankan yang mudah dan aman berdasarkan hukum syariah, tanpa harus datang langsung ke cabang bank mana pun (Vadly et al., 2021).

Perusahaan perbankan syariah juga harus memperhatikan strategi lokasi karena bank yang memiliki letak strategis dan memudahkan nasabah dalam berhubungan dengan bank tersebut. Selain memudahkan, dengan letak bank yang strategis juga bisa memikat lebih banyak nasabah karena nasabah pun pasti memilih bank yang memiliki tempat strategis bisa membuat nasabah merasa nyaman dan aman serta membuat perusahaan tersebut memiliki kesempatan beroperasi secara jangka panjang (Asmawati et al., 2022).

#### **2.1.4 Citra Bank**

Citra (*image*) merupakan gambaran yang ada dalam bentuk publik tentang perusahaan. Citra merupakan persepsi masyarakat terhadap suatu perusahaan, yang dapat diungkapkan melalui pelayanannya, kualitas produk, budaya perusahaan, atau perilaku individu dalam perusahaan tersebut. Pada hakikatnya, sikap masyarakat akan dipengaruhi oleh persepsinya, apakah bersifat suportif, netral, atau bermusuhan. Bank dengan citra buruk relatif sulit menarik nasabah, sedangkan bank dengan citra baik tentu akan lebih mudah menarik dan mempertahankan nasabah (Agustina Mazuin I'in, 2018).

Untuk dianggap sebagai bank yang berhasil dalam membangun citra bank, suatu perusahaan dapat menentukan apakah mereka menciptakan atau membangun sesuatu yang menarik dan berhasil menarik minat nasabah saat ini dan calon nasabah. Citra perusahaan termasuk prestise, reputasi dan keahlian adalah faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di sektor jasa dibandingkan sektor produk. Citra juga dapat mempengaruhi opini pelanggan terhadap layanan yang diberikan (Pambudi Sekar Wijayanti & Soliha, 2022).

Citra suatu perusahaan dapat terbentuk melalui faktor-faktor positif, seperti sejarah bisnis yang sangat baik, kesuksesan di segala bidang terutama di bidang keuangan, hubungan industrial yang baik, menciptakan lebih banyak kesempatan kerja, bersedia memikul tanggung jawab sosial, dll. Reputasi perusahaan ditentukan oleh pengalaman dan strategi komunikasi yang digunakan, yang didasarkan pada keberlanjutan dan profitabilitasnya (Thalib Supriadi & Harimurti, 2021).

Salah satu faktor yang sering mempengaruhi keputusan pembeli adalah citra perusahaan, termasuk reputasi, dan keahliannya. Citra juga dianggap memiliki kemampuan untuk mempengaruhi opini pelanggan terhadap barang dan jasa yang ditawarkan. Pelanggan yang berkontribusi pada perusahaan dengan citra pelanggan yang baik kemungkinan besar perusahaan akan merasa puas karena dampak positifnya terhadap citra perusahaan (Pambudi Sekar Wijayanti & Soliha, 2022).



Untuk meningkatkan citra bank, perlu disiapkan karyawan yang mampu memenuhi kebutuhan nasabah secara memadai. Mengingat pentingnya kelangsungan hidup nasabah, maka bank harus melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan nasabah agar tetap setia pada bank dan tidak beralih ke pesaing yang sudah ada. Setiap bank bertujuan untuk memiliki nasabah yang setia, dengan adanya nasabah yang setia maka bank akan memperoleh keuntungan (Agustina Mazuin I'in, 2018).

## 2.2 Penelitian Yang Relevan

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Yang Relevan**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Tri Wijayanti Sekar Pambudhi, Euis Soliha (2022)	Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Bank, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank	Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dengan menggunakan analisis regresi. Penelitian ini menggunakan teknik purposive	X1= Kualitas Layanan X2= Citra Bank X3= Kepercayaan Y= Kepuasan Nasabah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra bank dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan BritAma X Bank BRI Cabang Kendal.

			sampling untuk menentukan sampel.		Variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Cabang Kendal.
2.	Intan Nurrach, Setiawan dan Hafidz Hudzaefi (2021)	Pengaruh Religiusitas dan Citra Bank Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah di Kota Bandung	Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik Nonprobability sampling. Media yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu kuesioner.	X1= Religiusitas X2= Citra Perusahaan Y= Loyalitas Nasabah	terdapat hasil bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah
3.	Azidni Rofiqo, Vydika	Pengaruh Kualitas Pelayanan	Jenis penelitian ini adalah	X= Kualitas Pelayanan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas

<p>Harya Addinata, Diyan Novita Sari (2021)</p>	<p>Terhadap Loyalitas dengan Kepercayaan dan Kepuasan Sebagai Variabel Mediator Bank Syariah di Ponorogo</p>	<p>kuantitatif dengan menggunakan pendekatan structural equation modeling (SEM). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari kuesioner yang disebarikan kepada responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik non probability sampling.</p>	<p>Y1= Loyalitas Y2= Kepercayaan Y3= Kepuasan</p>	<p>pelayanan pengaruh positif terhadap kepercayaan dan kepuasan nasabah bank syariah di Ponorogo. Kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah bank syariah.</p>
-------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4.	Baiq Nurul Khaeriani, Asyari Hasan (2022)	Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah	Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, sebuah populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah di salah satu Bank Syariah di Kota Mataram. Instrument dalam penelitian ini adalah kuesioner, alat analisis data yang digunakan adalah dengan melakukan uji kualitas data yaitu	X= corporate social responsibility Y= Loyalitas Nasabah	Hasil dari penelitian ini adalah program corporate social responsibility yang dilakukan oleh bank syariah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
----	-------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			melakukan sebuah uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik dan uji regresi linier sederhana yang akan dioperasionalkan melalui program IBM SPSS 26.		
5.	Lela Elvira (2020)	Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan populasi nasabah yang membuka rekening tabungan tandamata berjangka pada bank bjb.	X1= Strategi Pemasaran X2= Kualitas Pelayanan Y= Loyalitas Nasabah	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa strategi pemasaran mempengaruhi kepuasan nasabah, kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah, kepuasan nasabah mempengaruhi

					loyalitas nasabah dan kualitas pelayanan tidak mempengaruhi loyalitas nasabah.
6.	P'in Mazuin Agustina (2018)	Pengaruh Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT.Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik dalam pengambilan sampel merupakan Teknik sampling insidental. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dan statistik inferensial.	X1= Citra Bank Y= Loyalitas Nasabah	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa citra bank berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

7.	Restu Fajar Maulida, Nadia Roosmalita Sari (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, <i>Good Corporate Governance</i> dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah	Menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan Jenis penelitian kausal. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan non probability sampling karena populasi yang diteliti infinite. Data dianalisis dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Dengan bantuan pengolahan data menggunakan alat bantu berupa perangkat lunak IBM SPSS 26.	X1= Kualitas Pelayanan X2= Good Corporate Governance X3= Strategi Pemasaran Y= Loyalitas Nasabah	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Dan pada variabel strategi pemasaran memiliki hasil yang sama bahwa strategi pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
----	---------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

8.	Intan Nurrachmi, Setiawan, dan Hafidz Hudzaefi (2021)	Pengaruh Religiusitas dan Citra Bank Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah di Kota Bandung	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, Populasi penelitian seluruh nasabah bank syariah Kota Bandung. Nonprobability sampling sebagai teknik pengambilan sampel.	X1= Religiusitas X2= Citra Perusahaan Y= Loyalitas Nasabah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.
9.	Bayu Prayogi, Khamal Rokanl (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, <i>Good.. Corporate Governance</i> Dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada	Penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling karena peneliti tidak mengetahui jumlah keseluruhan anggota populasi yang diteliti. Dalam	X1= Kualitas Pelayanan X2= <i>Good Corporate Governance</i> X3= Strategi Pemasaran Y= Loyalitas Nasabah	Hasil penelitian ini bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap Loyalitas nasabah Bank Sumut Syariah Cabang pembantu simpang kayu besar.



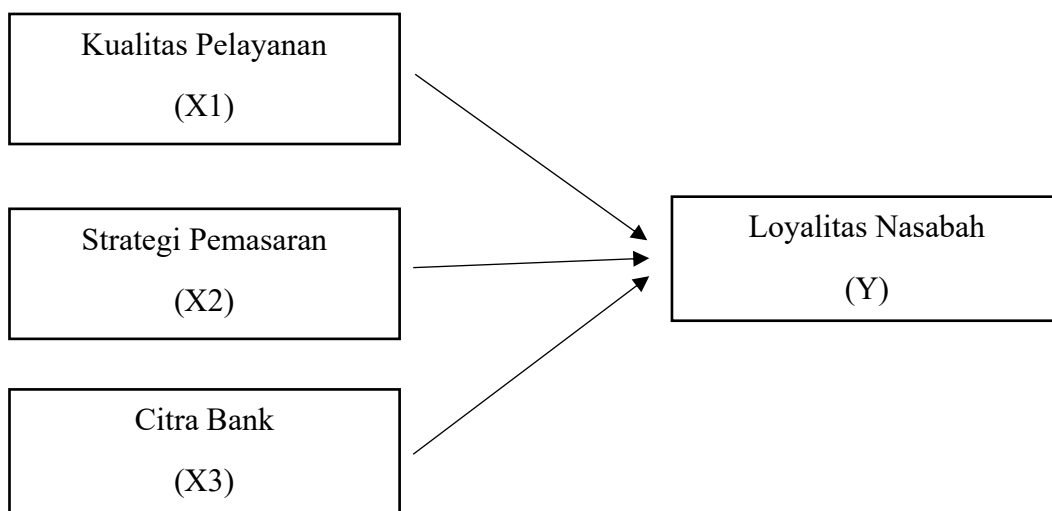
		Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Simpang Kayu Besar)	penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif.		
--	--	--------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya dapat dilihat dari studi kasus serta subjek penelitiannya, dimana penelitian ini dilakukan di Kabupaten Pacitan Jawa Timur, dimana sebelumnya belum pernah dilakukan penelitian mengenai loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pacitan yang ditinjau dari kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan citra perbankan. Objek penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pacitan.

### **2.3 Kerangka Penelitian**

Kerangka berfikir ini merupakan sintesa hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dijelaskan. Berdasarkan teori-teori yang diuraikan, kemudian dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa hubungan antar variabel yang diteliti. Berdasarkan landasan teori dan tinjauan pustaka tersebut di atas, penulis membangun kerangka berpikir seperti berikut ini:

**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Berfikir**



Sesuai dengan model gambar di atas menjelaskan bahwa:

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1) atau variabel bebas yang dimana berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah (Y) atau variabel terikat.
2. Variabel Strategi Pemasaran (X2) atau variabel bebas yang dimana berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah (Y) atau variabel terikat.
3. Variabel Citra Bank (X3) atau variabel bebas yang dimana berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah (Y) atau variabel terikat.

#### **2.4 Pengembangan Hipotesa**

Hipotesa adalah dugaan atau jawaban sementara atas penelitian yang masih mengandung kemungkinan benar atau salah. Disebut jawaban sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori yang benar yang belum terbukti dalam praktek yang diperoleh dari data yang dikumpulkan (Ajar et al., 2021).

Untuk melihat apakah terdapat pengaruh antar variabel atau tidak maka penulis membuat hipotesis untuk penelitian ini sebagai berikut:

#### **2.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah**

Jika suatu bank memberikan kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan harapan nasabah, maka nasabah akan merasa puas terhadap kualitas layanan bank yang sesuai dengan harapannya untuk menjaga loyalitas nasabah terhadap bank tersebut. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh (Thalib Supriadi & Harimurti, 2021), terbukti hasil pengujian kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, bisa diartikan jika kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Rofiqo et al., 2021), terbukti bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa ketika bank memberikan kualitas pelayanan yang baik maka akan meningkatkan loyalitas nasabah. Oleh karena itu hipotesisnya adalah:

H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

#### **2.4.2 Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah**

Penelitian yang dilakukan oleh (Elvira Lela, 2020), membuktikan bahwa pada variabel strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap

loyalitas nasabah. Hasil penelitian lain yang telah dilakukan oleh (Prayogi & Rokan Khamal, 2022), menunjukkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Sumut Syariah Cabang pembantu simpang kayu besar.

Dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang terdapat di bank syariah dapat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Cara pemasarannya yang baik maka akan memikat banyak nasabah yang akan menjadi nasabah loyal nantinya. Maka hipotesisnya adalah:

H2: Strategi pemasaran berpengaruh positif. dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

#### **2.4.3. Pengaruh Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah**

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Pambudi Sekar Wijayanti & Soliha, 2022), terbukti. bahwa variabel citra bank berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh (Nurrachmi et al., 2021), menunjukkan hasil bahwa citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa citra perusahaan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Reputasi bisnis yang baik dapat dibuktikan dengan citra dan peringkat bank yang baik. Oleh karena itu hipotesisnya adalah:

H3: Citra bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan penelitian kuantitatif disajikan secara numerik, dimulai dari pengumpulan data dan penyajian hasil penelitian. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk menjawab pertanyaan dengan menggunakan rancangan yang terstruktur, sesuai dengan sistematika penelitian ilmiah (Ajar et al., 2021).

Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, strategi pemasaran, dan citra bank terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pacitan).

#### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penulis akan melakukan penelitian yang dilakukan di Kabupaten Pacitan Jawa Timur dan waktu yang digunakan dalam penelitian ini mulai September – maret 2024.

#### **3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuhan atau peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam satu penelitian. Penelitian yang digunakan peneliti ini mempunyai totalitas dari objek dan subjek, yang dimana telah memenuhi syarat-syarat tertentu dengan masalah yang

dipecahkan (Nur Hikmatul Auliya et al., 2020). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pacitan dengan kriteria usia produktif yaitu berusia 15-64 tahun.

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara purposive sampling (Nur Hikmatul Auliya et al., 2020). Jadi sampel. dalam penelitian ini adalah Nasabah. Bank.Syariah Indonesia Kabupaten Pacitan. Jumlah pasti populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, oleh karena itu untuk mendapatkan besaran jumlah suatu sampel yang.digunakan, maka dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = standar error 5% (0,05)

Maka sampel yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{402.271}{1 + (402.271)(0,05)^2} \\ &= \frac{402.271}{1 + 100.56775} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &= \frac{402.271}{101,56775} \\ &= 396 \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus penghitungan jumlah sampel yang diambil diatas diperoleh hasil sebanyak 396 sampel, namun pada penelitian ini jumlah sampel digenapkan menjadi 400 sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner. tertutup, dimana kuesioner penelitian ini mempunyai sejumlah pernyataan yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, kemudian responden akan dimintai untuk memilih jawaban yang ada di dalam kuesioner tersebut.

### **3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel merupakan cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representative (Nur Hikmatul Auliya et al., 2020).

Dalam penelitian ini, sampel diambil dengan menggunakan teknik non probability sampling yaitu dengan metode purposive sampling yang dimana memiliki ciri utama adalah apabila anggota yang dipilih secara khusus berdasarkan tujuan penelitian. Untuk menentukan jumlah sampel sebaiknya menentukan lebih dari 30 dan kurang dari 500 sampel. Selain

itu, penentuan sampel dari populasi yang tidak dapat dihitung direkomendasikan di atas 30 sampel (Nur Hikmatul Auliya et al., 2020).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah tanggapan yang diberikan oleh partisipan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pacitan. Dalam penyusunan kuesioner ini menggunakan skala likert. Dimana skala likert terdiri dari lima point yang artinya skala tersebut digunakan secara luas oleh responden yang diminta mengisi dengan cara mencentang pernyataan dengan memilih setuju atau tidak setuju pada setiap pernyataan (K. Naresh, 2009).

Nilai dan jawabannya sebagai berikut:

**Tabel 3. 1**  
**Skala Likert**

<b>Nilai</b>	<b>Kategori</b>	<b>Kode</b>
5	Sangat Setuju	SS
4	Setuju	S
3	Netral	N
2	Tidak Setuju	TS
1	Sangat Tidak Setuju	STS

### **3.4 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu atribut, nilai, objek, atau aktivitas yang mempunyai sejumlah variasi dan digunakan peneliti untuk mempelajari dan menarik kesimpulan. Dua variabel yang digunakan dalam



penelitian adalah variabel independen dan variabel dependen. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi terjadinya variabel terikat, sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi menjadi hasil karena adanya variabel bebas (Nur Hikmatul Auliya et al., 2020).

#### **3.4.1 Variabel Independen (X)**

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau memiliki kemungkinan teoritis berdampak pada variabel lain (Nur Hikmatul Auliya et al., 2020). Variabel Independen dalam penelitian ini adalah:

1. Kualitas Pelayanan (X1)
3. Strategi Pemasaran (X2)
4. Citra Bank (X3)

#### **3.4.2. Variabel Dependen (Y)**

Variabel dependen atau variabel tidak bebas merupakan variabel yang menjadi sebab munculnya variabel bebas (Sugiyono, 2016). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Loyalitas Nasabah (Y).

#### **3.5 Definisi Operasional Variabel**

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas). Untuk memberi gambaran mengenai variabel dalam penelitian ini maka peneliti memberikan gambaran penjelasan mengenai definisi operasional variabel:

**Tabel 3. 2**  
**Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Kualitas layanan (X1)	Kualitas layanan merupakan salah satu tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kegiatan nasabah, kualitas layanan juga menjadi penentu keberhasilan dalam perusahaan perbankan (Triono Singgih, 2020)	1. Ketanggapan karyawan dalam memberikan informasi 2. Melayani nasabah dengan cepat. 3. kesopanan karyawan. 4. Fasilitas lengkap 5. Memberikan kenyamanan. (Tjiptono, 2012).	Likert
Strategi Pemasaran (X2)	Strategi pemasaran adalah sebuah alat perusahaan yang dilakukan untuk meraih target perusahaan dengan memaksimalkan potensi bersaing yang beriringan melalui pasar yang	1. Komunikasi Pemasaran 2. Kepuasan dan Testimoni 3. Pemilihan Pasar 4. Perencanaan Produk 5. Sistem Distribusi (Saridewi & Nugroho, 2022).	Likert

	ingin dituju (Maulida & Sari, 2022).		
Citra Bank (X3)	<p>Citra (<i>image</i>) merupakan gambaran yang ada dalam bentuk publik tentang perusahaan. Citra adalah persepsi publik tentang perusahaan menyangkut pelayanannya, kualitas produknya, budaya perusahaan atau perilaku individu-individu dalam perusahaan dan lainnya (In &amp; Agustina, 2018).</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reputasi</li> <li>2. Nilai dan Program</li> <li>3. Identitas Perusahaan</li> <li>4. Karakteristik Karyawan</li> <li>5. Kredibilitas Perusahaan</li> </ol> (Purba Paeto Roy, 2017).	Likert
Loyalitas Nasabah (Y)	<p>Loyalitas nasabah adalah suatu komitmen nasabah yang kuat, dan bersedia untuk melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk atau jasa yang diminati secara konsisten dalam</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merekomendasikan perusahaan kepada orang lain.</li> <li>2. Perusahaan menjadi pilihan pertama.</li> <li>3. Melakukan transaksi terus menerus dengan perusahaan.</li> </ol>	Likert

	jangka panjang, tanpa terpengaruh dengan situasi atau usaha-usaha pemasaran lainnya (Hasan, 2022).	4. Tidak tertarik dengan tawaran Perusahaan lain. (Utama Adi dan Kusuma Artha, 2019)	
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------	--

### 3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu tahapan dalam proses penelitian. Analisis data dapat digunakan untuk mempermudah proses pengumpulan data. Analisis data harus merujuk pada variabel dalam penelitian, definisi operasional serta skala pengukuran yang digunakan. Setelah data yang diperlukan sudah selesai dikumpulkan dan sudah layak untuk diolah, selesai diolah dan mendapatkan hasil maka dapat menjawab pertanyaan dari rumusan masalah dalam sebuah penelitian. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan menggunakan *IBM SPSS versi 27* yang dijalankan dengan metode komputer. Sebelum analisis data dilanjutkan, terlebih dahulu kita melakukan pengujian dalam penelitian dengan berbagai langkah berikut:

#### 3.6.1. Uji Instrumen Penelitian

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan tindakan untuk mengetahui valid atau tidak dalam kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila pernyataan dari

kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh peneliti (Hamid et al., 2019).

Uji validitas diukur dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk  $df = n-2$  dengan  $\alpha 0,05$ . Adapun dasar pengambilan keputusan dari uji validitas yaitu jika  $r$  hitung  $> r$  tabel, maka kuesioner tersebut dinyatakan valid. Namun, jika  $r$  hitung  $< r$  tabel, maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu teknik untuk mengukur suatu kuesioner. Menurut Ghozali (2011), suatu kuesioner dapat dianggap *reliable* jika tanggapan terhadap suatu pernyataan stabil atau konsisten sepanjang waktu. Reliabilitas kuesioner dapat diukur dengan menggunakan *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu kuesioner dikatakan *reliable* jika koefisien *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,60 (Gozali, 2011).

### 3.6.2. Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Apabila data penelitian berdistribusi normal atau memenuhi standar normalitas data, maka data tersebut dapat dimanfaatkan untuk analisis dan penjelasan fenomena. Dalam penelitian ini dilakukan uji normalitas data dengan melihat nilai dari signifikan di bagian *Kolmogorov-Smirnov*  $> 0.05$ . Jika *Kolmogorov-Smirnov*  $> 0.05$ , maka data berdistribusi normal. Namun, jika

*Kolmogorov-Smirnov*  $< 0.05$ , maka data tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2018).

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang dapat digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terdapat korelasi antar variabel independennya. Pemeriksaan multikolinearitas dilakukan dengan memeriksa nilai VIF dan nilai Tolerance (TOL). Jika nilai VIF antara 1 sampai 10 maka tidak terjadi fenomena multikolinearitas. Jika nilai toleransi  $\geq 0,10$  maka tidak terjadi fenomena multikolinearitas (Gozali, 2011).

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan alat pengujian model regresi untuk mengetahui perbedaan varians residual suatu observasi ke observasi lainnya. Apabila varian dari residual satu observasi ke observasi yang lain sama maka dikatakan homoskedastisitas, jika berbeda maka dikatakan heteroskedastisitas. Dikatakan model regresi baik jika terjadi homogenitas variabel atau tidak terjadi masalah heterogenitas. Untuk mengetahui terjadi heteroskedastisitas atau tidak dapat dilihat melalui scatterplot antara residual khususnya SRESID dan nilai prediksi variabel dependent ZPRED, dimana sumbu Y merupakan Y yang diprediksi dan X merupakan residual (Gozali, 2011).

Pengambilan keputusan menggunakan *scatterplot*:

- a. Adanya titik-titik yang melebar, bergelombang, atau menyempit pada suatu pola dapat menandakan adanya gejala heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas dan titik- titiknya tersebar di atas dan diibawah nol pada sumbu Y, maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi tidak digunakan dalam penelitian ini karena hanya berlaku untuk data yang diperoleh dari waktu ke waktu seperti JUB, harga saham, dan PDB. Karena sumber data penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner, pengujian autokorelasi tidak diperlukan karena seluruh variabel diuji secara bersama-sama (Meiryani, 2021).

#### 3.6.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier berganda karena peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan citra bank terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia, dengan menggunakan persamaan analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + e$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Nasabah

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = Koefisien Regresi pada masing-masing variabel bebas

X1 = Kualitas Pelayanan (variabel bebas pertama)

X2 = Strategi Pemasaran (variabel bebas kedua)

X3 = Citra Bank (variabel bebas ketiga)

$e$  = *Error*

#### 3.6.4. Uji Ketetapan Model

##### 1. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan dapat mempengaruhi variabel dependen. Cara yang dapat diterapkan adalah dengan memeriksa F hitung dengan menggunakan F tabel, apabila F hitung > dari F tabel maka H0 ditolak dan Ha diterima dengan nilai signifikansi > 0,05 (Gozali, 2011).

##### 2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk melihat sejauh mana variabel independen dalam model regresi dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai *R-square* dapat dilihat pada tabel model summary di SPSS. Nilai *R-square* yang relatif rendah menjelaskan bahwa kemampuan variabel independent (variabel bebas) dalam menjelaskan variabel dependennya (variabel terikat) terbatas, namun jika nilai *R-squared* menghasilkan nilai yang tinggi berarti kemampuan variabel independent (variabel bebas) dapat menjelaskan informasi yang dibutuhkan untuk mengartikan variabel dependen (variabel terikat) (Gozali, 2011).



### **3.6.5. Uji Hipotesis / Uji T**

Uji t parsial dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y). Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah suatu hipotesis dapat diterima atau tidak. Salah satu cara untuk membuat keputusan adalah dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel yang sesuai, atau dengan melihat nilai signifikansi hasil dengan signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu jika nilai signifikansi hasil kurang dari 0,05, maka hipotesis diterima. Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel maka hipotesis dapat diterima, namun sebaliknya jika nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel maka hipotesis ditolak.

## **BAB IV**

### **DATA DAN ANALISIS**

#### **4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan**

Bank Syariah Indonesia Cabang Pacitan hadir dan berkembang sebagai bank yang mampu menggabungkan nilai-nilai rohani yang didasarkan pada syariat Islam dengan prinsip bisnis. Inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Indonesia dan tujuannya adalah untuk mengubah Indonesia menjadi lebih baik. Sejak berdirinya, Bank Syariah Indonesia (BSI) telah memiliki nilai perusahaan yang menekankan kemanusiaan dan integritas.

Bank ini telah berganti nama berkali-kali. Pada tahun 1999, ia berubah menjadi Bank Syariah Mandiri setelah sebelumnya bernama Bank Susila Bakti milik Organisasi Kesejahteraan Pegawai Bank Dagang Negara dan PT. Mahkota Prestasi. Memperluas jaringan dengan membuka kantor cabang dan kantor pembantu di seluruh negara.

Salah satunya adalah dengan mendirikan cabang pembantu Bank Syariah Mandiri di Pacitan, Jawa Timur. Melihat peluang bisnis yang bagus di wilayah Pacitan, Bank Syariah Mandiri memutuskan untuk mendirikan Bank Syariah Indonesia di Jalan Ahmad Yani No. 90, Semanten, Pacitan, Caruban, Sidoharjo, Kecamatan Pacitan, Kabupaten Pacitan, Jawa Timur, untuk memperluas operasinya di bidang perbankan dengan mengembangkan nilai-nilai hukum Syariah yang telah dikembangkan.

## 4.2 Analisis Deskriptif Statistik

### 4.2.1. Deskripsi Responden

Peneliti mengumpulkan 400 sampel responden untuk membuat profil atau gambaran responden melalui angket penelitian. Mereka diidentifikasi berdasarkan alamat, jenis kelamin, usia, pekerjaan, tingkat pendidikan, dan penghasilan. Menurut data yang dikumpulkan peneliti, berikut adalah 6 (enam) profil responden:

#### 4. Karakter responden berdasarkan alamat

Alamat responden tercantum dalam tabel 4.1 berikut, yang merupakan hasil tabulasi data responden yang dikumpulkan peneliti:

**Tabel 4. 1**  
**Alamat**

No	Alamat	Jumlah	Presentase
1.	Arjosari	29	7,25%
2.	Bandar	15	3,75%
3.	Donorojo	16	4%
4.	Kebonagung	38	9,5%
5.	Nawangan	20	5%
6.	Ngadirojo	27	6,75%
7.	Pacitan	96	24%
8.	Pringkuku	33	8,25%
9.	Punung	23	5,75%
10.	Sudimoro	20	5%

11.	Tegalombo	18	4,5%
12.	Tulakan	65	16,25%
	Total	400	100%

*Sumber: Data Primer, diolah 2024*

Berdasarkan data tabel alamat diatas dapat dijelaskan bahwa responden terbanyak adalah beralamat di Pacitan yaitu sebesar 96 responden atau 24%, 29 responden atau 7,25% beralamat di Arjosari, 15 responden atau 3,75% beralamat di Bandar, 16 responden atau 4% beralamat di Donorojo, 38 responden atau 9,5% beralamat di Kebonagung, 20 responden atau 5% beralamat di Nawangan, 27 responden atau 6,75% beralamat di Ngadirojo, 33 responden atau 8,25% beralamat di Pringkuku, 23 responden atau 5,75% beralamat di Punung, 20 responden atau 5% beralamat di Sudimoro, 18 responden atau 4,5% beralamat di Tegalombo, dan 65 responden atau 16,25% beralamat di Tulakan. Maka dari pernyataan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan terdapat 400 responden.

#### 1. Karakter responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan tabulasi data responden yang telah peneliti kumpulkan, diperoleh profil responden berdasarkan jenis kelamin responden pada tabel 4.2 berikut:

**Tabel 4. 2**  
**Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	181	45,25%
2.	Perempuan	219	54,75%
	Total	400	100%

*Sumber: Data Primer, diolah 2024*

Berdasarkan data dari tabel jenis kelamin di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden adalah perempuan, dengan 219 responden perempuan, atau 54,75%, dan 181 responden laki-laki, atau 45,25%.

2. Karakter responden berdasarkan usia

Berdasarkan tabulasi data responden yang telah peneliti kumpulkan, diperoleh profil responden berdasarkan usia responden pada tabel 4.3 berikut:

**Tabel 4. 3**  
**Usia**

No	Usia	Jumlah	Presentase
1.	17-30 Tahun	109	27,25%
2.	31-40 Tahun	124	31%
3.	41-50 Tahun	115	28,75%
4.	>50 Tahun	52	13%
	Total	400	100%

*Sumber: Data Primer, diolah 2024*

Dengan mempertimbangkan data dari tabel usia responden, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berusia antara 17 hingga 30 tahun adalah 109 responden atau 27,25%, usia 31 hingga 40 tahun adalah 124 responden atau 31%, usia 41 hingga 50 tahun adalah 115 responden atau 28,75%, dan usia lebih dari 50 tahun adalah 52 responden atau 13%.

### 3. Karakter responden berdasarkan pekerjaan

Berdasarkan tabulasi data responden yang telah peneliti kumpulkan, diperoleh profil responden berdasarkan pekerjaan responden pada tabel 4.4 berikut:

**Tabel 4. 4**  
**Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1.	Mahasiswa/Pelajar	51	12,75%
2.	PNS	188	47%
3.	Wirausaha	55	13,75%
4.	Pegawai Swasta	34	8,5%
5.	Profesional (Akuntan, Dokter, dll)	24	6%
6.	Dosen/Guru	44	11%
7.	Ibu Rumah Tangga	3	0,75%
8.	Petani	1	0,25%
	Total	400	100%

*Sumber: Data Primer, diolah 2024*

Berdasarkan data tabel pekerjaan diatas dapat dilihat bahwa pekerjaan responden sebagai mahasiswa/pelajar sebesar 51 responden atau 12,75%, PNS sebesar 188 responden 47%, wirausaha sebesar 55 responden atau 13,75%, pegawai swasta sebesar 34 responden atau 8,5%, profesional (Akuntan, Dokter, dll) sebesar 24 responden atau 6%, dosen/guru sebesar 44 responden atau 11%, ibu rumah tangga sebesar 3 responden atau 0,75%, dan petani sebesar 1 responden atau 0,25%. hal ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden bekerja sebagai PNS.

#### 4. Karakter responden berdasarkan pendidikan terakhir

Berdasarkan tabulasi data responden yang telah peneliti kumpulkan, diperoleh mengenai karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir responden pada tabel 4.5 berikut:

**Tabel 4. 5**  
**Pendidikan Terakhir**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
1.	SD atau sederajat	2	0,5%
2.	SMP atau sederajat	2	0,5%
3.	SMA/SLTA atau sederajat	89	22,25%
4.	Diploma	31	7,75%
5.	S1 atau sederajat	255	63,75%
6.	S2 atau sederajat	21	5,25%
	Total	400	100%

*Sumber: Data Primer, diolah 2024*

Berdasarkan data tabel Pendidikan terakhir diatas dapat dilihat bahwa pendidikan terakhir responden SD atau sederajat sebanyak 2 responden atau 0,5%, pendidikan terakhir SMP atau sederajat sebanyak 2 responden atau 0,5%, pendidikan terakhir SMA/SLTA atau sederajat sebanyak 89 responden atau 22,25%, pendidikan terakhir diploma sebanyak 31 responden atau 7,75%. pendidikan terakhir S1 atau sederajat sebesar 255 responden atau 63,75%, dan pendidikan terakhir S2 atau sederajat sebesar 21 responden atau 5,25%. Jadi dapat disimpulkan bahwa pendidikan terakhir responden mayoritas adalah S1.

#### 5. Karakter responden berdasarkan penghasilan

Berdasarkan tabulasi data responden yang telah peneliti kumpulkan, diperoleh mengenai karakteristik responden berdasarkan penghasilan responden pada tabel 4.6 berikut:

**Tabel 4. 6**  
**Penghasilan**

No	Kisaran Penghasilan	Jumlah	Presentase
1.	<Rp2.000.000	82	20,5%
2.	Rp2.000.000 – Rp3.000.000	67	16,75%
3.	Rp3.000.000 – Rp5.000.000	179	44,75%
4.	>Rp5.000.000	72	18%
	<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer, diolah 2024*



Berdasarkan data tabel penghasilan dapat diketahui bahwa kisaran penghasilan responden adalah 82 responden atau 20,5% dengan penghasilan < Rp2.000.000, penghasilan Rp2.000.000 – Rp3.000.000 sebanyak 67 responden atau 16,75%, penghasilan Rp3.000.000 – Rp5.000.000 sebanyak 179 responden atau 44,75%, dan penghasilan >Rp5.000.000 sebesar 72 responden atau 18%. hal ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki penghasilan Rp3.000.000 – Rp5.000.000.

### 4.3 Pengujian dan Hasil Analisis Data

#### 1. Uji Validitas

##### a. Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan uji validitas untuk variabel bebas X1 yaitu variabel kualitas pelayanan yang telah di analisis menggunakan SPSS, diperoleh hasil *output* yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4. 7**  
**Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)**

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1_1	0,837**	0,098	Valid
X1_2	0,826**	0,098	Valid
X1_3	0,911**	0,098	Valid
X1_4	0,893**	0,098	Valid
X1_5	0,878**	0,098	Valid

Sumber: Data primer, diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa nilai r hitung > r table, uji 2 sisi dengan sig. 0,05. Menunjukkan bahwa seluruh

pernyataan dari variabel X1 kualitas pelayanan dalam kuesioner dikatakan valid.

b. Strategi Pemasaran (X2)

Berdasarkan dari uji validitas untuk variabel bebas X2 yaitu variabel strategi pemasaran yang telah di analisis menggunakan SPSS, diperoleh hasil *output* yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4. 8**  
**Hasil Uji Validitas Strategi Pemasaran (X2)**

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X2_1	0,654**	0,098	Valid
X2_2	0,621**	0,098	Valid
X2_3	0,714**	0,098	Valid
X2_4	0,769**	0,098	Valid
X2_5	0,725**	0,098	Valid

Sumber: Data primer, diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa nilai r hitung > r table, uji 2 sisi dengan sig. 0,05. Hal ini dapat dinyatakan bahwa seluruh pernyataan dari variabel X2 strategi pemasaran dalam kuesioner dikatakan valid.

c. Citra Bank (X3)

Berdasarkan dari uji validitas untuk variabel bebas X3 yaitu variabel citra bank yang telah di analisis menggunakan SPSS, diperoleh hasil *output* yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Uji Validitas Citra Bank (X3)**

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X3_1	0,847**	0,098	Valid
X3_2	0,856**	0,098	Valid
X3_3	0,849**	0,098	Valid
X3_4	0,884**	0,098	Valid
X3_5	0,880**	0,098	Valid

Sumber: Data primer, diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa nilai r hitung > r tabel ( $df = n-2$ ) uji 2 sisi dengan sig. 0,05. Hal ini dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan dari variabel X3 Citra Bank dalam kuesioner dikatakan valid.

d. Loyalitas Nasabah (Y)

Berdasarkan dari uji validitas untuk variabel terikat Y yaitu variabel loyalitas nasabah yang telah di analisis menggunakan SPSS, diperoleh hasil *output* yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4. 10**  
**Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah (Y)**

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Y1	0,791**	0,098	Valid
Y2	0,818**	0,098	Valid
Y3	0,761**	0,098	Valid
Y4	0,735**	0,098	Valid
Y5	0,798**	0,098	Valid

Sumber: Data primer, diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.10 diatas dapat dilihat bahwa nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel ( $df = n-2$ ) uji 2 sisi dengan sig. 0,05. Hal ini dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan dari variabel Y loyalitas nasabah dalam kuesioner dikatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dari semua pernyataan kuesioner yang dianalisis menggunakan SPSS menunjukkan hasil berikut:

**Tabel 4. 11**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar <i>Reliabel</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,918	0,60	<i>Reliabel</i>
Strategi Pemasaran (X2)	0,713	0,60	<i>Reliabel</i>
Citra Bank (X3)	0,913	0,60	<i>Reliabel</i>
Loyalitas Nasabah (Y)	0,830	0,60	<i>Reliabel</i>

Sumber: Data primer, diolah 2024

Untuk semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel (X1, X2, X3, dan Y) memiliki *Cronbach Alpha* yang lebih  $< 0,60$  dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini adalah reliabel atau bisa digunakan sebagai alat ukur, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4.11 di atas.

## 4.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsiklasik adalah sebuah persyaratan yang harus dilakukan untuk analisis regresi linear berganda agar dapat memastikan suatu model regresi memiliki model yang baik (meiryani 2021). Untuk penelitian ini data diolah

dan dianalisis menggunakan SPSS. Berikut uji asumsi klasik yang telah dilakukan dalam penelitian ini:

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak normal. Jika datanya berdistribusi normal, maka model regresi tersebut dianggap sesuai atau baik. Untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau tidak, dapat dilihat menggunakan grafik pada normal probability plot atau dapat menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Jika nilai signifikansi K-S Sig. > 0,05, data dianggap berdistribusi normal. Berikut tabel *output* SPSS jika dilihat dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*:

**Tabel 4. 12**  
**Hasil Output SPSS Uji Normalitas**

			Unstandardized Residual
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std.Deviation		2.40106795
N			400
Most Extreme Differences	Absolute		.045
	Positive		.043
	Negative		-.045
Test Statistic			.045
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>			.055
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.		.053
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.047
		Upper Bound	.059

Sumber: Data primer, diolah 2024

Hasil output SPSS pada tabel 4.12 diatas terlihat bahwa nilai Sig.Monte Carlo. (2-tailed) sebesar 0,053 dapat dijelaskan bahwa nilai tersebut  $> 0,05$  hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa data penelitian terdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas digunakan untuk menentukan apakah ada atau tidaknya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang sesuai atau baik adalah model yang tidak memiliki korelasi. Nilai VIF dan *Tolerance* (TOL) dapat digunakan untuk menguji multikolineritas. Tidak ada fenomena multikolineritas jika nilai *tolerance*  $\geq 0,10$ . Berikut hasil *output* SPSS pada uji multikolineritas dilihat melalui nilai VIF dan *Tolerance* dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 13**  
**Hasil Output SPSS Uji Multikolineritas**

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,284	3,524	Tidak terjadi multikolineritas
Strategi Pemasaran (X2)	0,642	1.556	Tidak terjadi multikolineritas
Cita Bank (X3)	0,265	3.771	Tidak terjadi multikolineritas

Sumber: Data primer, diolah 2024

Berdasarkan hasil olah data SPSS pada pengujian *multikolineritas* pada tabel 4.13 diatas terlihat nilai *Tolerance* seluruh variabel independen  $> 0,10$  dan untuk VIF  $< 10$ . Dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini model regresi sudah baik dan tidak terjadi fenomena multikolineritas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menentukan apakah ada homokedastisitas atau masalah heteroskedastisitas. Ini dilakukan dengan *menggunakan* model regresi untuk mengetahui apakah ada perbedaan antara varian residual atau pengamatan ke pengamatan lainnya. Berikut adalah uji heteroskedastisitas dengan uji glejser. Tidak ada masalah heteroskedastisitas jika nilai *Sig.*  $>0,05$ . Hasil *output* SPSS pada uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 14**  
**Hasil Output SPSS Uji Heteroskedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.109	.030		3.639	<.001
Kualitas Pelayanan (X1)	-.004	.002	-.182	-1.937	.053
Strategi Pemasaran (X2)	.000	.002	.007	108	.914
Citra Bank (X3)	.004	.022	.172	1.776	.077

Sumber: Data primer, diolah 2024

Seperti yang ditunjukkan pada tabel 4.14 dari hasil output SPSS, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini baik atau tidak ada masalah heteroskedastisitas. Nilai *Sig.* dari seluruh variabel *independen* (X1, X2, dan X3)  $>0,05$ .

#### 4.5 Analisis regresi Linear Berganda

Seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dengan menggunakan regresi linear berganda. Dalam contoh ini, kualitas pelayanan, strategi pemasaran, dan citra bank adalah variabel independen, dan loyalitas nasabah adalah variabel dependen. Berikut merupakan hasil output SPSS pada regresi linear berganda:

**Tabel 4. 15**  
**Hasil Output SPSS Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.732	.856		2.023	.044
	Kualitas Pelayanan (X1)	.048	.066	.047	.715	.475
	Strategi Pemasaran (X2)	.330	.049	.295	6.747	<,001
	Citra Bank (X3)	.454	.067	.460	6.756	<,001

Sumber: Data primer, diolah 2024

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel 4.14, diperoleh persamaan dari regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 1,732 + 0,048 X_1 + 0,330 X_2 + 0,454 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Loyalitas nasabah

a = 1.732

X1 = 0,048



$$X2 = 0,330$$

$$X3 = 0,454$$

e = Error

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda yang telah diperoleh, maka interpretasinya yaitu sebagai berikut:

1. Nilai koefisien konstanta sebesar 1.732 dengan nilai positif, ini dapat diartikan jika variabel independent (Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran, dan Citra Bank) dianggap 0, maka nilai Loyalitas Nasabah sebesar 173,2%.
2. Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan (X1) yaitu sebesar 0,048. Nilai tersebut menunjukkan jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1%, maka loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia akan naik sebesar 4,8% dengan asumsi variabel independent lainnya dianggap tetap.
3. Nilai koefisien regresi pada variabel strategi pemasaran (X2) yaitu sebesar 0,330. Nilai tersebut menunjukkan jika kepercayaan mengalami kenaikan 1%, maka loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia akan naik sebesar 33% dengan asumsi variabel independent lainnya dianggap tetap.
4. Nilai koefisien regresi pada variabel citra bank (X3) yaitu sebesar 0,454. Nilai tersebut menunjukkan jika citra perusahaan mengalami kenaikan 1%, maka loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia akan naik sebesar 45,4% dengan asumsi variabel independent lainnya dianggap tetap.

#### 4.6 Uji Ketepatan Model

Uji ketetapan model bisa dipakai untuk melihat ketetapan dari suatu model regresi apakah terdapat pengaruh signifikan secara simultan. Uji ketepatan model dapat diukur menggunakan uji F dan nilai koefisien determinasi. Berikut merupakan hasil dari uji ketetapan model:

##### 1. Uji F

Uji F digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$ ) mempengaruhi variabel terikat ( $Y$ ) secara bersamaan atau secara simultan. Berikut merupakan tabel dari hasil output SPSS pada uji F:

**Tabel 4. 16**  
**Hasil Output SPSS Uji F**

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2423.624	3	807.875	139.078	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	2300.286	396	5.809		
	Total	4723.910	399			

Sumber: Data primer, diolah 2024

Pada tabel 4.16 pada hasil output SPSS diatas dapat dilihat bahwa nilai F hitung (139.078) > f tabel (2,63), dengan tingkat signifikansi < 0,001 hal ini dapat dilihat bahwa nilai *sig.* < 0,05 maka dapat disimpulkan  $H^0$  ditolak dan  $H^1$  diterima artinya semua variabel yaitu variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), strategi pemasaran ( $X_2$ ), citra bank ( $X_3$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia.

## 2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk mengetahui seberapa jauh variabel *independent* dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel *dependent* yaitu perlu dilakukan uji koefisien determinasi. Nilai R-square dilihat pada tabel model *summary* pada *output* SPSS. Berikut merupakan hasil output SPSS pada uji koefisien determinasi:

**Tabel 4. 17**  
**Hasil Output SPSS Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.716 <sup>a</sup>	.513	.509	2.410

Sumber: Data primer, diolah 2024

Pada tabel 4.17 pada hasil *output* SPSS diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau R-square sebesar 0,513 atau 51,3%. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa semua variabel bebas (X1, X2 dan X3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia sebesar 51,3%. Sedangkan sisanya 48,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diuji didalam penelitian ini.

### 4.1 Uji Hipotesis / Uji T

Pengujian dilakukan secara parsial atau individual untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X1, X2, dan X3) terhadap variabel dependen (Y), dan uji t dilakukan untuk menentukan apakah hipotesis dapat diterima atau ditolak.

Dasar pengambilan keputusan menggunakan nilai *Sig.*:

1. Nilai *Sig.* < 0,05 dapat dikatakan hipotesis diterima karena terdapat pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).
2. Nilai *Sig.* > 0,05 dapat dikatakan hipotesis ditolak karena tidak terdapat pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Berikut merupakan hasil dari uji T parsial dapat dilihat pada tabel 4.18 berikut:

**Tabel 4. 18**  
**Hasil Output SPSS Uji T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.732	.856		2.023	.044
Kualitas Pelayanan (X1)	.048	.066	.047	.715	.475
Strategi Pemasaran (X2)	.330	.049	.295	6.747	<,001
Citra Bank (X3)	.454	.067	.460	6.756	<,001

Sumber: Data primer, diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.18 pada hasil output SPSS pada uji T diatas, maka untuk pembuktian hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H1: Kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (Y) memiliki nilai *Sig.* 0,475 > 0,05, yang menunjukkan bahwa variabel bebas X1 (kualitas pelayanan) tidak berpengaruh terhadap Y (loyalitas nasabah).

H2: Strategi pemasaran terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (Y) memiliki nilai *Sig.*  $0,001 < 0,05$ , yang menunjukkan bahwa variabel bebas X2 (strategi pemasaran) berpengaruh terhadap Y (loyalitas nasabah).

H3: Citra bank terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (Y) memiliki nilai *Sig.*  $0,001 < 0,05$ , yang menunjukkan bahwa variabel bebas X3 (citra bank) berpengaruh terhadap Y (loyalitas nasabah).

#### **4.7 Pembahasan**

Dari hasil data yang telah peneliti dapatkan sebanyak 12 kecamatan di Kabupaten Pacitan yang sudah ikut berpartisipasi dalam penelitian ini diantaranya yaitu Kecamatan Arjosari 29 responden, Bandar 15 responden, Donorojo 16 responden, Kebonagung 38 responden, Nawangan 20 responden, Ngadirojo 27 responden, Pacitan 96 responden, Pringkuku 33 responden, Punung 23 responden, Sudimoro 20 responden, Tegalombo 18 responden, dan Tulakan 65 responden. Dari karakteristik responden didapatkan bahwa nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pacitan yang paling banyak mengisi kuesioner adalah Kecamatan Pacitan. Kriteria responden berdasarkan jenis kelamin responden perempuan lebih unggul jumlahnya dibandingkan responden laki-laki yaitu sebesar 219 responden Perempuan dan 181 jumlah responden laki-laki. Rata – rata responden berusia 30-40 tahun yang mayoritas bekerja sebagai PNS dengan Riwayat Pendidikan terakhir adalah strata-1 (S1), dan memiliki penghasilan rata-rata Rp3.000.000 – Rp5.000.000. Kabupaten Pacitan hanya memiliki satu kantor cabang Bank Syariah Indonesia yaitu

berada di Jalan Ahmad Yani No. 90, Semanten, Pacitan, Caruban, Sidoharjo, Kec Pacitan, Kabupaten Pacitan, Jawa Timur.

Hasil uji F dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, strategi pemasaran, dan citra bank secara bersamaan atau simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia cabang Pacitan. Hasil uji T parsial atau uji hipotesis membuktikan bahwa variabel strategi pemasaran dan citra bank secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia cabang Pacitan sedangkan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia cabang Pacitan.

Hasil dari pengaruh kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan citra bank terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia cabang kabupaten Pacitan sebagai berikut:

### **1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pacitan**

Berdasarkan hasil uji t parsial pada tabel 4.18 menunjukkan bahwa nilai *Sig.* dari variabel kualitas pelayanan yaitu sebesar  $0,475 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pacitan.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Penyebabnya, karena Perusahaan Bank Syariah Indonesia cabang Pacitan sudah memiliki fasilitas yang memadai seperti tersedianya *BSI Mobile* dan Anjungan Tunai

Mandiri (ATM). BSI *Mobile* sudah memiliki berbagai fitur yang memudahkan nasabah melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja. ATM Bank Syariah Indonesia juga sudah menyediakan fitur setor tunai dan tarik tunai yang membuat nasabah jarang bertransaksi secara langsung ke bank. Mengingat adanya layanan seperti ketersediaan ATM dan *mobile banking*, kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia cabang Pacitan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Catherine et al., 2022) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Artinya kualitas pelayanan tidak sepenuhnya berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam Perusahaan.

## **2. Pengaruh strategi pemasaran terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pacitan.**

Berdasarkan hasil uji t parsial pada tabel 4.18 menunjukkan bahwa nilai *Sig.* dari variabel strategi pemasaran yaitu sebesar  $0,001 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pacitan. Hal ini menunjukkan bahwasannya indikator komunikasi pemasaran, pemilihan pasar serta pelayanan yang diterapkan menjadi salah satu faktor kunci yang mendorong minat masyarakat terhadap produk dan layanan yang ada di bank syariah.

Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Kotler (2016) mengatakan bahwa strategi pemasaran didefinisikan sebagai rancangan pola pikir yang berkaitan dengan penjualan atau pemasaran untuk memperoleh suatu target yang diharapkan dari strategi tersebut. Bank Syariah Indonesia, satu-satunya bank syariah yang ada di Pacitan dan menerapkan citra Islami dalam pelayanan serta strategi pemasarannya yang dapat berpengaruh terhadap kesetiaan pelanggan, yang akan meningkatkan pendapatan perusahaan itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa untuk menghadapi resiko kehilangan pelanggan dengan mengabaikan keluhan dan masalah-masalah kecil tidak dapat dianggap remeh. Apalagi pelanggan yang kurang puas bisa menceritakan kepada setiap orang tentang tidak kepuasannya, maka akan cepat tersebar berita buruk tentang perusahaan tersebut. Dengan ini pentingnya sebuah strategi pemasaran yang wajib dipertimbangkan guna memikat serta mempertahankan pelanggan.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Prayogi & Rokan Khamal, 2022), bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Yang artinya jika strategi pemasaran yang diterapkan dalam perusahaan itu benar maka akan memikat banyak pelanggan dan dapat mempertahankan nasabah yang loyal.

### **3. Pengaruh citra bank terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pacitan**

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.18 menunjukkan bahwa nilai *Sing*. Dari variabel citra bank yaitu sebesar  $0,001 < 0,05$  maka dapat



disimpulkan bahwa citra bank berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pacitan. Citra perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan yang dibentuk dalam memori konsumen yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.

Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh N.Soiden, Kassim & H.Hong (2006) yang mengatakan bahwa citra perusahaan adalah gambaran di benak konsumen tentang perusahaan. Citra perusahaan merupakan citra suatu organisasi secara keseluruhan, bukan citra atas produk dan pelayanan saja, melainkan riwayat perusahaan yang gemilang, keberhasilan bidang keuangan, sukses ekspor, hubungan industri yang baik, pencipta lapangan kerja dalam jumlah besar dan lain sebagainya. Hal ini citra bank berpengaruh dalam meningkatkan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia, selain memiliki reputasi yang terkenal baik bank syariah juga berjalan sesuai prinsip syariah dengan citra Islami. Selain itu, pelayanannya yang dikenal cepat dan ramah membuat kantor kementerian agama di Pacitan serta pedagang-pedagang di pasar percaya untuk menjalin kerja sama. Tentu menambah citra yang baik di mata masyarakat sebagai salah satu bank terpercaya.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Nurrachmi et al., 2021), bahwa citra bank berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Artinya semakin baik nilai citra bank dihadapan nasabah maka semakin tinggi loyalitas nasabah terhadap perusahaan tersebut.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pacitan.
2. Strategi pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pacitan.
3. Citra bank berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Pacitan.
4. Variabel kualitas pelayanan (X1), strategi pemasaran (X2) dan citra bank (X3) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Pacitan. Besarnya pengaruh dari ketiga variabel bebas terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 139,078.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Kesadaran peneliti bahwa penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang meliputi:

1. Penyebaran kuesioner secara online kurang efektif karena tidak semua calon responden peduli untuk mengisi kuesioner yang disebar, bahkan ada sebagian besar responden kurang faham dalam mengisi kuesioner secara online.

2. Variabel yang diteliti sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah hanya terbatas pada kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan citra bank.
3. Pada penelitian ini tidak menambahkan teknik wawancara, sehingga peneliti tidak bisa memperoleh informasi secara langsung dari responden. Hal ini dikarenakan keterbatasan waktu yang ada.

### **5.3 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis, maka penulis memberikan saran yaitu:

1. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dalam konteks penelitian yang serupa, sebaiknya ditambahkan variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.
2. Dengan keterbatasan dalam penelitian ini, diharapkan penelitian selanjutnya agar tidak hanya melakukan penelitian menggunakan penyebaran kuesioner secara online melainkan melakukan wawancara secara langsung pada nasabah Bank Syariah Indonesia supaya hasil yang diperoleh dari data tersebut lebih akurat.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agustina Mazuin I'in. (2018). *Pengaruh Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun.*
- Ajar, B., Metodologi, P., Bagi, P., Akuntansi, M., Wijayanti, R., Paramita, D., Rizal, M. M. N., Riza, C., & Sulistyan, B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif.*
- Asmawati, Trimulato, & Ismawati. (2022). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Meningkatkan Minat Masyarakat di Bank Syariah Indonesia KCP Takalar Sulawesi Selatan. *JURNAL HUKUM EKONOMI SYARIAH*, 5(2), 169. <https://doi.org/10.30595/jhes.v5i2.13792>
- Asnawi, N., Sukoco, B. M., & Fanani, M. A. (2020). The role of service quality within Indonesian customers satisfaction and loyalty and its impact on Islamic banks. *Journal of Islamic Marketing*, 11(1), 192–212. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2017-0033>
- Basir, M., Modding, B., Kamase, J., & Hasan, S. (2015). *Effect of Service Quality, Orientation Services and Pricing on Loyalty and Customer Satisfaction in Marine Transportation Services.* [www.ijhssi.org](http://www.ijhssi.org)
- Charolina, N. M., Ulfa Aulia, F., & Febrianingrum, L. (2021). Good Corporate Governance (GCG) Sebagai Faktor Penentu Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah. In *Jurnal Akuntansi Integratif* (Vol. 7, Issue 2).
- Elvira Lela. (2020). *Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah* (Vol. 5).
- Fauzan, M. N., & Gunarsih, T. (2020). *PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN MINAT KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus pada Produk AJB Bumiputera 1912).*
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9.* [http://slims.umn.ac.id//index.php?p=show\\_detail&id=19545](http://slims.umn.ac.id//index.php?p=show_detail&id=19545)
- Gozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS versi 19. Book.*
- Indrawati Titis. (2023). *Analisis Perilaku Konsumen Investasi Emas Digital di Tokopedia Tesis Oleh: TITIS INDRAWATI NIM 501210031.*
- Institut, C., Nusantara, B., Aloysius, I., & Mukti, H. (2022). The Influence of Price, Quality of Service, Advancement and Customer Satisfaction on Customer Loyalty. In *International Journal of Innovative Science and Research Technology* (Vol. 7, Issue 3). [www.ijisrt.com](http://www.ijisrt.com)726
- K. Naresh Malhotra. (2009). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan.*

- Khaeriani Nurul, B., & Hasan, A. (2022). Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2867–2874. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.5469>
- Kotler, Philip. 2016. *Marketing Management*. (15th ed.). Edinburgh: Pearson Education Limited.
- Mahfud Imam. (2020). *Strategi Pemasaran Perbankan Syariah Di Tengah Pesatnya Pertumbuhan Industri Perbankan Syariah di Indonesia*. <https://stai-binamadani.e-journal.id/Madanisyariah>
- Masadah, Asngadi, & Singgih Triono, C. (2020). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN BANK SYARIAH DI KABUPATEN JOMBANG YANG DIMEDIASI VARIABEL KEPUASAN*.
- Maulida, R. F., & Sari, N. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Good Corporate Governance Dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 3(1), 29–42. <https://doi.org/10.46367/jps.v3i1.510>
- Meiryani. (2021). Memahami Uji Autokorelasi Dalam Model Regresi. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-autokorelasidalam-model-regresi>. Diakses Maret 2023.
- Nur Hikmatul Auliya, Ms., Helmina Andriani, G., Roushandy Asri Fardani, Ms., Jumari Ustiawaty, Mp., Evi Fatmi Utami, Ms., Dhika Juliana Sukmana, A., Rahmatul Istiqomah, R., Oleh, D., Pustaka Ilmu Editor, C., & Abadi, H. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF*.
- Nurrachmi, I., Setiawan, & Hafidz Hudzaefi, dan. (2021). *Pengaruh Religiusitas dan Citra Bank Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah di Kota Bandung* (Vol. 14, Issue 1).
- Pambudi Sekar Wijayanti, T., & Soliha, E. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Bank, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank*.
- Pramita Daniar, R. N. dan S. (2021). *Metode Penelitian Kuantitaif*.
- Prayogi, B., & Rokan Khamal, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Good Corporate Governance Dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Simpang Kayu Besar)*.
- Purba Paeto Roy. (2017). *Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan*.

- Revonnarta, E., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Citra Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Melalui Bank Syariah di Sidoarjo. In *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* (Vol. 4, Issue 2). <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Rofiqo, A., Harya Addinata, V., & Sari, D. N. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepercayaan dan Kepuasan Sebagai Variabel Mediator Bank Syariah di Ponorogo*.
- Saridewi, D. O., & Nugroho, R. H. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1722–1738. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i6.1072>
- Siadari, K., & Lutfi, A. (2020). *Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Penggunaan BNI Mobile Banking Studi Kasus BNI Kantor Cabang Harmoni*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Thalib Supriadi, & Harimurti. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Citra Perusahaan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Jasa Pengiriman JNE. *Jurnal Riset Bisnis*, 5(1).
- Tjiptono. (2012). *Pemasaran strategik* (Tjiptono, Ed.).
- Triono Singgih, C. A. dan M. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Syariah di Kabupaten Jombang Yang Dimediasi Variabel Kepuasan. *Islamic Banking and Finance*.
- Utama Adi dan Kusuma Artha. (2019). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6468. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p05>
- Vadly, M., Lubis, A., & Siregar, O. M. (2021). Analisis Minat Nasabah Pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada BankBSI KCP Rantauprapat. In *Masyarakat Universitas Sahid Surakarta* (Vol. 1, Issue 1). <https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/SENRIABDI>
- Wardhana, A. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. <https://www.researchgate.net/publication/359341317>

## **LAMPIRAN**





## Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, STRATEGI PEMASARAN DAN CITRA BANK TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA**

(Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pacitan)

---

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Perkenalkan saya Dika Ayu Lestari mahasiswi Program Studi

Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri

Raden Mas Said Surakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian guna untuk

memenuhi tugas akhir Skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS**

**PELAYANAN, STRATEGI PEMASARAN DAN CITRA BANK TERHADAP**

**LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA** (Studi Kasus

Nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pacitan)”.

Pada kesempatan ini, saya selaku peneliti memohon kesediaan

Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi kuesioner penelitian ini sesuai dengan persepsi

pribadi. Adapun kuesioner ini ditujukan kepada nasabah Bank Syariah Indonesia di

Kabupaten Pacitan. Perlu untuk saya sampaikan bahwa segala informasi yang

diberikan responden dalam kuesioner ini dijamin kerahasiaannya dan hanya

digunakan untuk kepentingan dalam melakukan penelitian. Atas bantuan dan juga

partisipasinya saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Hormat saya,

Dika Ayu Lestari

**BAGIAN I : Identitas Responden**

Dimohon untuk mengisi isian singkat (jika pertanyaan terbuka) dan memilih salah satu jawaban yang tersedia (jika pertanyaan dalam bentuk pilihan ganda) sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu/Saudara/I.

4. **Nama** :
5. **Alamat** :
6. **Jenis Kelamin** : Laki-laki / Perempuan
7. **Usia:**
  - a. 17-30 Tahun
  - b. 31-40 Tahun
  - c. 41-50 Tahun
  - d. > 50 Tahun
8. **Pekerjaan**
  - a. Mahasiswa/Pelajar
  - a. PNS
  - b. Wiraswasta
  - c. Pegawai Swasta
  - d. Profesional (Akuntan, Dokter, dll)
  - e. Dosen/Guru
  - f. Ibu Rumah Tangga
  - g. Petani
  - h. Lainnya: \_\_\_\_\_
9. **Pendidikan Terakhir**
  - a. SD atau sederajat
  - b. SMP atau sederajat
  - c. SMA/SLTA atau sederajat
  - d. Diploma
  - e. S1 atau sederajat
  - f. Lainnya: \_\_\_\_\_
10. **Kisaran Penghasilan dalam Sebulan**
  - a. <Rp 2.000.000
  - b. Rp 2.000.000-Rp 3.000.000
  - c. Rp 3.000.000-Rp 5.000.000
  - d. >Rp 5.000.000

## BAGIAN II : KUESIONER VARIABEL PENELITIAN

### Petunjuk Pengisian :

Dimohon untuk memilih salah satu jawaban yang tersedia pada setiap pernyataan yang paling sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu/Saudara/i. Setiap pernyataan memiliki lima alternatif jawaban, yaitu :

Nilai 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Nilai 2 = Tidak Setuju (TS)

Nilai 3 = Netral (N)

Nilai 4 = Setuju (S)

Nilai 5 = Sangat Setuju (SS)

NO	Variabel Kualitas Pelayanan (X1)					
	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1.	Saya merasa karyawan menjelaskan dengan ramah, sopan dan santun mengenai produk dan layanan yang ada di BSI Kabupaten Pacitan					
2.	Saya merasa bank syariah Indonesia di pacitan sudah memiliki fasilitas yang cukup lengkap dan nyaman					
3.	Saya merasa pihak Bank Syariah Indonesia memberikan pelayanan dengan baik dan tepat waktu					
4.	Saya merasa karyawan Bank Syariah Indonesia selalu merespon dengan cepat permintaan transaksi dan juga memberikan informasi dengan baik dan cepat					
5.	Karyawan Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pacitan sangat tanggap dalam menjawab pertanyaan dari nasabah					

NO	Variabel Strategi Pemasaran (X2)					
	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1.	Saya merasa strategi pemasaran yang dilakukan BSI Kabupaten Pacitan sangat kurang di kalangan masyarakat pedesaan					
2.	Bank Syariah Indonesia memiliki citra islami dalam strategi pemasarannya					
3.	Saya sebagai nasabah BSI Kabupaten Pacitan merasa kesusahan karena hanya terdapat satu cabang bank syariah di Pacitan					
4.	Penting bagi perusahaan Bank Syariah Indonesia menggunakan strategi pemasaran guna memikat pelanggan baru					
5.	Penting bagi perusahaan BSI menggunakan strategi pemasaran guna mempertahankan jumlah pelanggan yang telah ada untuk menjadi pelanggan tetap.					

NO	Variabel Citra Bank (X3)					
	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1.	Saya merasa bahwa logo atau simbol yang dimiliki Bank Syariah Indonesia mudah di ingat					
2.	Saya merasa Bank Syariah Indonesia beroperasi sesuai dengan prinsip syariah					

3.	Saya merasa Bank Syariah Indonesia memiliki citra islami yang sudah diketahui masyarakat luas terutama Kabupaten Pacitan					
4.	Saya merasa karyawan Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pacitan optimal dan bertanggung jawab dalam bekerja					
5.	Saya percaya bahwa Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pacitan mampu memberikan layanan yang terbaik kepada nasabahnya					

NO	Variabel Loyalitas Nasabah (Y)					
	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1.	Saya akan terus menggunakan layanan dan produk Bank Syariah Indonesia					
2.	Saya merekomendasikan Bank Syariah Indonesia kepada orang lain					
3.	Saya tidak tertarik menggunakan produk yang ditawarkan oleh bank lain walaupun ada penawaran yang lebih menarik dari perusahaan lain					
4.	Saya mencoba menggunakan produk Bank Syariah Indonesia yang lain selain yang saya pilih saat ini					
5.	Saya tidak keberatan untuk memberikan saran kepada orang lain untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia					

### Lampiran 3 Tabulasi Data Hasil Kuesioner

#### 1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Responden	Variabel Kualitas Pelayanan (X1)					Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	5	5	5	5	5	25
2	4	3	4	4	4	19
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	4	20
6	5	5	5	5	5	25
7	5	4	5	5	5	24
8	5	5	5	5	5	25
9	5	5	5	5	5	25
10	4	3	4	3	4	18
11	4	4	5	5	5	23
12	4	4	3	4	4	19
13	5	4	4	4	4	21
14	4	4	4	4	4	20
15	5	5	5	5	5	25
16	5	4	4	5	4	22
17	4	4	4	4	4	20
18	1	2	2	2	2	9
19	5	4	4	4	5	22
20	5	4	4	5	5	23
21	4	5	5	5	4	23
22	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	5	4	21
24	3	3	3	3	4	16
25	5	4	5	5	5	24
26	3	2	3	3	3	14
27	3	3	3	3	3	15
28	4	4	5	5	5	23
29	4	3	4	4	4	19
30	4	4	4	4	4	20
31	5	5	5	5	5	25
32	4	4	4	4	4	20
33	4	4	4	4	4	20

34	4	4	4	4	4	20
35	5	4	5	5	5	24
36	4	4	4	5	4	21
37	2	4	4	4	4	18
38	4	2	4	4	4	18
39	5	4	5	5	5	24
40	5	4	4	4	4	21
41	4	4	4	3	4	19
42	4	3	4	3	5	19
43	5	5	4	4	5	23
44	4	4	5	4	5	22
45	5	4	5	5	4	23
46	4	5	4	4	4	21
47	4	4	4	4	4	20
48	4	5	5	5	5	24
49	5	4	5	5	4	23
50	5	5	5	5	5	25
51	5	5	5	5	5	25
52	5	3	4	4	5	21
53	3	3	3	3	3	15
54	5	5	5	5	5	25
55	5	5	5	5	5	25
56	5	4	4	5	5	23
57	3	2	4	4	3	16
58	5	5	5	5	5	25
59	4	4	5	4	4	21
60	4	4	4	3	3	18
61	5	3	3	4	5	20
62	4	4	4	4	4	20
63	3	3	3	3	3	15
64	4	2	5	5	4	20
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	3	4	19
67	3	3	3	3	3	15
68	4	4	4	4	4	20
69	4	4	4	4	4	20
70	2	4	2	4	3	15
71	4	4	4	4	4	20
72	4	4	4	4	4	20

73	5	5	4	4	4	22
74	4	4	4	4	4	20
75	2	3	3	3	3	14
76	5	5	5	5	5	25
77	3	3	3	3	3	15
78	4	4	4	4	3	19
79	5	5	5	5	5	25
80	5	5	5	5	5	25
81	4	4	4	4	4	20
82	4	3	4	3	3	17
83	5	5	5	5	4	24
84	5	5	5	5	5	25
85	3	3	3	3	2	14
86	4	4	4	4	4	20
87	5	5	5	5	5	25
88	5	4	5	5	5	24
89	4	4	4	5	5	22
90	4	4	5	4	5	22
91	4	3	5	5	5	22
92	4	2	2	2	2	12
93	4	4	4	4	4	20
94	4	4	4	4	4	20
95	5	4	5	5	4	23
96	4	1	2	4	4	15
97	5	4	4	5	5	23
98	4	4	4	4	4	20
99	4	4	4	4	4	20
100	4	4	4	5	4	21
101	5	5	5	5	4	24
102	4	4	4	4	4	20
103	4	4	4	4	4	20
104	4	4	4	4	4	20
105	2	2	2	2	2	10
106	4	4	4	4	4	20
107	2	2	2	3	1	10
108	4	3	4	4	3	18
109	5	5	5	5	5	25
110	4	4	4	5	5	22
111	5	5	5	5	5	25



112	4	4	4	4	4	20
113	5	4	5	5	5	24
114	1	2	2	2	2	9
115	5	3	4	4	4	20
116	4	4	4	4	4	20
117	5	4	5	5	5	24
118	4	5	4	4	4	21
119	5	3	4	4	4	20
120	4	4	4	4	4	20
121	4	4	4	4	4	20
122	5	5	5	5	5	25
123	3	3	3	3	3	15
124	3	3	3	3	3	15
125	4	4	4	4	4	20
126	5	4	4	4	4	21
127	5	4	4	4	4	21
128	3	3	3	3	5	17
129	4	4	4	4	4	20
130	4	3	4	4	4	19
131	4	4	4	4	4	20
132	5	5	5	5	5	25
133	4	4	4	4	4	20
134	5	5	5	5	5	25
135	5	5	4	4	4	22
136	4	5	4	4	3	20
137	4	4	4	4	4	20
138	5	5	5	5	5	25
139	4	4	4	4	4	20
140	4	4	4	4	4	20
141	4	4	4	4	4	20
142	5	4	4	5	4	22
143	4	4	5	5	5	23
144	5	5	5	5	5	25
145	2	3	4	5	4	18
146	4	4	4	4	4	20
147	4	4	4	5	5	22
148	5	4	5	5	5	24
149	4	4	4	4	4	20
150	3	4	3	4	5	19

151	4	4	4	4	4	20
152	5	5	5	5	5	25
153	4	4	4	4	4	20
154	3	3	3	3	3	15
155	4	4	4	4	4	20
156	4	5	5	4	5	23
157	4	4	4	4	4	20
158	5	5	5	5	5	25
159	4	5	4	4	4	21
160	3	3	3	3	4	16
161	5	3	5	4	5	22
162	5	5	5	5	5	25
163	4	4	4	4	4	20
164	4	4	4	4	4	20
165	4	4	4	4	4	20
166	4	4	4	4	4	20
167	4	4	5	5	4	22
168	5	5	5	5	5	25
169	3	4	5	4	5	21
170	3	3	4	3	3	16
171	4	4	4	4	4	20
172	5	5	5	5	5	25
173	4	4	4	4	4	20
174	3	3	3	3	3	15
175	5	4	5	4	3	21
176	5	4	5	5	4	23
177	5	5	5	5	5	25
178	4	3	4	4	4	19
179	5	5	5	5	5	25
180	5	5	5	5	5	25
181	4	4	4	4	4	20
182	4	1	1	1	1	8
183	4	3	3	4	4	18
184	5	5	5	3	5	23
185	4	5	3	4	3	19
186	4	4	3	4	4	19
187	4	3	4	4	4	19
188	4	4	4	4	4	20
189	4	4	4	4	4	20

190	4	4	4	4	4	20
191	5	4	4	4	4	21
192	4	4	4	4	5	21
193	4	4	4	4	4	20
194	4	3	3	4	4	18
195	5	3	4	5	5	22
196	3	3	3	3	3	15
197	4	4	5	5	5	23
198	4	3	4	4	4	19
199	5	5	5	5	5	25
200	4	4	4	4	4	20
201	5	5	5	5	5	25
202	4	3	4	4	4	19
203	4	4	4	4	4	20
204	4	4	4	4	4	20
205	4	4	4	4	4	20
206	5	5	5	5	5	25
207	5	4	5	5	5	24
208	5	5	5	5	5	25
209	5	5	5	5	5	25
210	4	3	4	3	4	18
211	4	4	5	5	5	23
212	4	4	3	4	4	19
213	5	4	4	4	4	21
214	4	4	4	4	4	20
215	5	5	5	5	5	25
216	5	4	4	5	4	22
217	4	4	4	4	4	20
218	1	2	2	2	2	9
219	5	4	4	4	5	22
220	5	4	4	5	5	23
221	4	5	5	5	4	23
222	4	4	4	4	4	20
223	4	4	4	5	4	21
224	3	3	3	3	4	16
225	5	4	5	5	5	24
226	3	2	3	3	3	14
227	3	3	3	3	3	15
228	4	4	5	5	5	23

229	4	3	4	4	4	19
230	4	4	4	4	4	20
231	5	5	5	5	5	25
232	4	4	4	4	4	20
233	4	4	4	4	4	20
234	4	4	4	4	4	20
235	5	4	5	5	5	24
236	4	4	4	5	4	21
237	2	4	4	4	4	18
238	4	2	4	4	4	18
239	5	4	5	5	5	24
240	5	4	4	4	4	21
241	4	4	4	3	4	19
242	4	3	4	3	5	19
243	5	5	4	4	5	23
244	4	4	5	4	5	22
245	5	4	5	5	4	23
246	4	5	4	4	4	21
247	4	4	4	4	4	20
248	4	5	5	5	5	24
249	5	4	5	5	4	23
250	5	5	5	5	5	25
251	5	5	5	5	5	25
252	5	3	4	4	5	21
253	3	3	3	3	3	15
254	5	5	5	5	5	25
255	5	5	5	5	5	25
256	5	4	4	5	5	23
257	3	2	4	4	3	16
258	5	5	5	5	5	25
259	4	4	5	4	4	21
260	4	4	4	3	3	18
261	5	3	3	4	5	20
262	4	4	4	4	4	20
263	3	3	3	3	3	15
264	4	2	5	5	4	20
265	4	4	4	4	4	20
266	4	4	4	3	4	19
267	3	3	3	3	3	15

268	4	4	4	4	4	20
269	4	4	4	4	4	20
270	2	4	2	4	3	15
271	4	4	4	4	4	20
272	4	4	4	4	4	20
273	5	5	4	4	4	22
274	4	4	4	4	4	20
275	2	3	3	3	3	14
276	5	5	5	5	5	25
277	3	3	3	3	3	15
278	4	4	4	4	3	19
279	5	5	5	5	5	25
280	5	5	5	5	5	25
281	4	4	4	4	4	20
282	4	3	4	3	3	17
283	5	5	5	5	4	24
284	5	5	5	5	5	25
285	3	3	3	3	2	14
286	4	4	4	4	4	20
287	5	5	5	5	5	25
288	5	4	5	5	5	24
289	4	4	4	5	5	22
290	4	4	5	4	5	22
291	4	3	5	5	5	22
292	4	2	2	2	2	12
293	4	4	4	4	4	20
294	4	4	4	4	4	20
295	5	4	5	5	4	23
296	4	1	2	4	4	15
297	5	4	4	5	5	23
298	4	4	4	4	4	20
299	4	4	4	4	4	20
300	4	4	4	5	4	21
301	5	5	5	5	4	24
302	4	4	4	4	4	20
303	4	4	4	4	4	20
304	4	4	4	4	4	20
305	2	2	2	2	2	10
306	4	4	4	4	4	20

307	2	2	2	3	1	10
308	4	3	4	4	3	18
309	5	5	5	5	5	25
310	4	4	4	5	5	22
311	5	5	5	5	5	25
312	4	4	4	4	4	20
313	5	4	5	5	5	24
314	1	2	2	2	2	9
315	5	3	4	4	4	20
316	4	4	4	4	4	20
317	5	4	5	5	5	24
318	4	5	4	4	4	21
319	5	3	4	4	4	20
320	4	4	4	4	4	20
321	4	4	4	4	4	20
322	5	5	5	5	5	25
323	3	3	3	3	3	15
324	3	3	3	3	3	15
325	4	4	4	4	4	20
326	5	4	4	4	4	21
327	5	4	4	4	4	21
328	3	3	3	3	5	17
329	4	4	4	4	4	20
330	4	3	4	4	4	19
331	4	4	4	4	4	20
332	5	5	5	5	5	25
333	4	4	4	4	4	20
334	5	5	5	5	5	25
335	5	5	4	4	4	22
336	4	5	4	4	3	20
337	4	4	4	4	4	20
338	5	5	5	5	5	25
339	4	4	4	4	4	20
340	4	4	4	4	4	20
341	4	4	4	4	4	20
342	5	4	4	5	4	22
343	4	4	5	5	5	23
344	5	5	5	5	5	25
345	2	3	4	5	4	18

346	4	4	4	4	4	20
347	4	4	4	5	5	22
348	5	4	5	5	5	24
349	4	4	4	4	4	20
350	3	4	3	4	5	19
351	4	4	4	4	4	20
352	5	5	5	5	5	25
353	4	4	4	4	4	20
354	3	3	3	3	3	15
355	4	4	4	4	4	20
356	4	5	5	4	5	23
357	4	4	4	4	4	20
358	5	5	5	5	5	25
359	4	5	4	4	4	21
360	3	3	3	3	4	16
361	5	3	5	4	5	22
362	5	5	5	5	5	25
363	4	4	4	4	4	20
364	4	4	4	4	4	20
365	4	4	4	4	4	20
366	4	4	4	4	4	20
367	4	4	5	5	4	22
368	5	5	5	5	5	25
369	3	4	5	4	5	21
370	3	3	4	3	3	16
371	4	4	4	4	4	20
372	5	5	5	5	5	25
373	4	4	4	4	4	20
374	3	3	3	3	3	15
375	5	4	5	4	3	21
376	5	4	5	5	4	23
377	5	5	5	5	5	25
378	4	3	4	4	4	19
379	5	5	5	5	5	25
380	5	5	5	5	5	25
381	4	4	4	4	4	20
382	4	1	1	1	1	8
383	4	3	3	4	4	18
384	5	5	5	3	5	23

385	4	5	3	4	3	19
386	4	4	3	4	4	19
387	4	3	4	4	4	19
388	4	4	4	4	4	20
389	4	4	4	4	4	20
390	4	4	4	4	4	20
391	5	4	4	4	4	21
392	4	4	4	4	5	21
393	4	4	4	4	4	20
394	4	3	3	4	4	18
395	5	3	4	5	5	22
396	3	3	3	3	3	15
397	4	4	5	5	5	23
398	4	3	4	4	4	19
399	5	5	5	5	5	25
400	4	4	4	4	4	20

## 2. Variabel Strategi Pemasaran (X2)

Responden	Variabel Strategi Pemasaran (X2)					Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	2	5	4	5	5	21
2	5	4	5	5	5	24
3	3	4	4	4	4	19
4	4	4	5	4	4	21
5	4	4	5	5	5	23
6	5	5	5	5	5	25
7	1	5	4	4	5	19
8	1	5	4	5	5	20
9	3	4	4	4	4	19
10	5	5	5	5	5	25
11	3	4	3	4	4	18
12	4	4	4	4	4	20
13	5	5	5	5	5	25
14	2	4	2	4	4	16
15	4	4	1	4	5	18
16	2	4	4	5	4	19
17	2	4	4	4	4	18
18	2	2	2	2	2	10



19	5	5	5	5	5	25
20	1	5	5	5	5	21
21	1	4	4	4	4	17
22	3	4	4	4	4	19
23	3	4	4	4	4	19
24	3	3	5	4	3	18
25	2	5	2	4	4	17
26	2	2	5	4	4	17
27	3	3	3	3	3	15
28	3	5	4	4	4	20
29	3	4	4	4	4	19
30	2	4	4	4	4	18
31	3	5	4	4	4	20
32	4	4	4	3	4	19
33	2	4	4	4	4	18
34	4	4	4	4	4	20
35	2	5	3	5	5	20
36	2	4	4	4	4	18
37	4	3	4	4	4	19
38	5	3	5	4	3	20
39	4	3	1	5	5	18
40	2	4	5	3	5	19
41	4	4	4	4	4	20
42	2	5	3	4	4	18
43	1	4	4	4	4	17
44	3	4	3	4	3	17
45	2	5	4	5	5	21
46	4	4	3	3	3	17
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	4	4	5	21
49	2	4	2	5	5	18
50	4	5	4	5	4	22
51	4	5	5	5	5	24
52	4	2	5	5	5	21
53	3	3	3	3	3	15
54	4	5	4	5	5	23
55	5	5	5	5	5	25
56	4	5	4	4	5	22
57	4	4	4	4	4	20

58	4	5	5	5	5	24
59	4	4	4	5	5	22
60	3	3	3	3	3	15
61	5	5	5	5	4	24
62	2	4	4	2	4	16
63	3	3	3	3	3	15
64	4	4	4	4	4	20
65	4	4	4	3	4	19
66	3	4	4	4	4	19
67	2	3	5	3	3	16
68	4	4	4	4	4	20
69	3	3	3	4	4	17
70	3	2	4	3	2	14
71	3	3	3	4	3	16
72	4	4	5	4	4	21
73	3	3	5	4	5	20
74	4	3	5	4	4	20
75	2	3	2	2	3	12
76	1	5	5	5	5	21
77	4	3	3	3	3	16
78	4	3	3	5	5	20
79	3	4	5	5	5	22
80	5	5	5	5	5	25
81	3	4	5	4	4	20
82	4	3	4	4	4	19
83	4	5	5	5	5	24
84	1	5	5	5	5	21
85	3	3	3	3	3	15
86	4	4	4	4	4	20
87	3	5	3	5	5	21
88	1	5	1	5	5	17
89	4	5	4	4	4	21
90	1	4	2	4	4	15
91	4	5	4	3	4	20
92	5	4	5	5	4	23
93	2	4	4	4	4	18
94	2	4	4	4	4	18
95	2	5	3	5	4	19
96	2	4	4	4	4	18

97	4	5	4	4	4	21
98	5	4	4	5	5	23
99	3	4	3	4	4	18
100	4	4	5	4	4	21
101	2	5	2	4	4	17
102	4	4	4	4	4	20
103	1	4	2	4	4	15
104	4	5	4	4	4	21
105	4	3	3	2	2	14
106	4	3	4	4	4	19
107	2	1	2	3	2	10
108	3	4	5	4	4	20
109	5	5	5	5	5	25
110	4	4	4	4	4	20
111	4	5	4	5	5	23
112	4	4	4	4	4	20
113	5	5	5	5	5	25
114	2	2	2	2	2	10
115	4	5	5	4	4	22
116	4	4	4	4	4	20
117	3	5	3	5	5	21
118	4	4	4	4	4	20
119	3	4	4	4	4	19
120	5	3	5	5	5	23
121	4	4	4	4	4	20
122	1	5	2	5	5	18
123	3	3	3	3	3	15
124	3	3	3	3	3	15
125	2	4	2	4	4	16
126	4	4	4	4	4	20
127	2	5	4	4	5	20
128	3	3	3	3	3	15
129	3	4	3	4	4	18
130	5	3	5	5	5	23
131	3	3	4	4	4	18
132	5	5	4	4	5	23
133	3	4	4	4	4	19
134	5	5	5	5	5	25
135	4	4	4	4	4	20

136	4	4	5	4	4	21
137	3	4	3	4	4	18
138	5	5	5	5	5	25
139	4	4	4	4	4	20
140	3	4	3	4	4	18
141	4	4	4	4	4	20
142	3	4	3	5	5	20
143	1	5	2	4	5	17
144	5	5	5	5	5	25
145	4	5	3	5	5	22
146	2	4	3	4	5	18
147	4	4	5	5	5	23
148	3	4	4	3	4	18
149	3	5	4	5	4	21
150	3	4	4	3	5	19
151	3	3	3	4	4	17
152	5	5	5	5	5	25
153	4	4	4	4	4	20
154	3	3	3	3	3	15
155	4	5	5	4	3	21
156	1	4	1	3	5	14
157	4	4	4	4	4	20
158	5	5	5	5	5	25
159	4	4	4	4	4	20
160	4	4	4	3	4	19
161	5	4	3	5	5	22
162	2	5	4	5	5	21
163	4	4	4	4	4	20
164	2	4	3	4	4	17
165	3	3	2	4	4	16
166	4	4	4	4	4	20
167	4	4	4	5	5	22
168	5	5	5	5	5	25
169	5	3	4	5	4	21
170	4	3	4	5	5	21
171	4	4	4	4	4	20
172	5	5	5	5	5	25
173	1	3	3	3	3	13
174	3	3	3	3	3	15

175	3	3	2	3	4	15
176	3	3	4	4	4	18
177	5	5	5	5	5	25
178	3	4	4	4	4	19
179	4	4	4	4	5	21
180	3	4	4	5	5	21
181	3	4	3	4	3	17
182	5	1	2	5	5	18
183	4	4	4	3	4	19
184	1	5	3	3	3	15
185	5	4	5	5	5	24
186	5	4	4	5	3	21
187	4	3	4	4	4	19
188	3	4	3	4	4	18
189	4	5	4	5	5	23
190	2	4	4	4	4	18
191	4	4	4	4	4	20
192	3	4	5	5	5	22
193	4	5	5	5	5	24
194	3	4	3	4	4	18
195	3	5	5	3	4	20
196	3	3	3	3	3	15
197	2	3	5	3	5	18
198	4	5	5	5	5	24
199	1	5	1	5	5	17
200	4	4	4	4	4	20
201	2	5	4	5	5	21
202	5	4	5	5	5	24
203	3	4	4	4	4	19
204	4	4	5	4	4	21
205	4	4	5	5	5	23
206	5	5	5	5	5	25
207	1	5	4	4	5	19
208	1	5	4	5	5	20
209	3	4	4	4	4	19
210	5	5	5	5	5	25
211	3	4	3	4	4	18
212	4	4	4	4	4	20
213	5	5	5	5	5	25

214	2	4	2	4	4	16
215	4	4	1	4	5	18
216	2	4	4	5	4	19
217	2	4	4	4	4	18
218	2	2	2	2	2	10
219	5	5	5	5	5	25
220	1	5	5	5	5	21
221	1	4	4	4	4	17
222	3	4	4	4	4	19
223	3	4	4	4	4	19
224	3	3	5	4	3	18
225	2	5	2	4	4	17
226	2	2	5	4	4	17
227	3	3	3	3	3	15
228	3	5	4	4	4	20
229	3	4	4	4	4	19
230	2	4	4	4	4	18
231	3	5	4	4	4	20
232	4	4	4	3	4	19
233	2	4	4	4	4	18
234	4	4	4	4	4	20
235	2	5	3	5	5	20
236	2	4	4	4	4	18
237	4	3	4	4	4	19
238	5	3	5	4	3	20
239	4	3	1	5	5	18
240	2	4	5	3	5	19
241	4	4	4	4	4	20
242	2	5	3	4	4	18
243	1	4	4	4	4	17
244	3	4	3	4	3	17
245	2	5	4	5	5	21
246	4	4	3	3	3	17
247	4	4	4	4	4	20
248	4	4	4	4	5	21
249	2	4	2	5	5	18
250	4	5	4	5	4	22
251	4	5	5	5	5	24
252	4	2	5	5	5	21

253	3	3	3	3	3	15
254	4	5	4	5	5	23
255	5	5	5	5	5	25
256	4	5	4	4	5	22
257	4	4	4	4	4	20
258	4	5	5	5	5	24
259	4	4	4	5	5	22
260	3	3	3	3	3	15
261	5	5	5	5	4	24
262	2	4	4	2	4	16
263	3	3	3	3	3	15
264	4	4	4	4	4	20
265	4	4	4	3	4	19
266	3	4	4	4	4	19
267	2	3	5	3	3	16
268	4	4	4	4	4	20
269	3	3	3	4	4	17
270	3	2	4	3	2	14
271	3	3	3	4	3	16
272	4	4	5	4	4	21
273	3	3	5	4	5	20
274	4	3	5	4	4	20
275	2	3	2	2	3	12
276	1	5	5	5	5	21
277	4	3	3	3	3	16
278	4	3	3	5	5	20
279	3	4	5	5	5	22
280	5	5	5	5	5	25
281	3	4	5	4	4	20
282	4	3	4	4	4	19
283	4	5	5	5	5	24
284	1	5	5	5	5	21
285	3	3	3	3	3	15
286	4	4	4	4	4	20
287	3	5	3	5	5	21
288	1	5	1	5	5	17
289	4	5	4	4	4	21
290	1	4	2	4	4	15
291	4	5	4	3	4	20

292	5	4	5	5	4	23
293	2	4	4	4	4	18
294	2	4	4	4	4	18
295	2	5	3	5	4	19
296	2	4	4	4	4	18
297	4	5	4	4	4	21
298	5	4	4	5	5	23
299	3	4	3	4	4	18
300	4	4	5	4	4	21
301	2	5	2	4	4	17
302	4	4	4	4	4	20
303	1	4	2	4	4	15
304	4	5	4	4	4	21
305	4	3	3	2	2	14
306	4	3	4	4	4	19
307	2	1	2	3	2	10
308	3	4	5	4	4	20
309	5	5	5	5	5	25
310	4	4	4	4	4	20
311	4	5	4	5	5	23
312	4	4	4	4	4	20
313	5	5	5	5	5	25
314	2	2	2	2	2	10
315	4	5	5	4	4	22
316	4	4	4	4	4	20
317	3	5	3	5	5	21
318	4	4	4	4	4	20
319	3	4	4	4	4	19
320	5	3	5	5	5	23
321	4	4	4	4	4	20
322	1	5	2	5	5	18
323	3	3	3	3	3	15
324	3	3	3	3	3	15
325	2	4	2	4	4	16
326	4	4	4	4	4	20
327	2	5	4	4	5	20
328	3	3	3	3	3	15
329	3	4	3	4	4	18
330	5	3	5	5	5	23



331	3	3	4	4	4	18
332	5	5	4	4	5	23
333	3	4	4	4	4	19
334	5	5	5	5	5	25
335	4	4	4	4	4	20
336	4	4	5	4	4	21
337	3	4	3	4	4	18
338	5	5	5	5	5	25
339	4	4	4	4	4	20
340	3	4	3	4	4	18
341	4	4	4	4	4	20
342	3	4	3	5	5	20
343	1	5	2	4	5	17
344	5	5	5	5	5	25
345	4	5	3	5	5	22
346	2	4	3	4	5	18
347	4	4	5	5	5	23
348	3	4	4	3	4	18
349	3	5	4	5	4	21
350	3	4	4	3	5	19
351	3	3	3	4	4	17
352	5	5	5	5	5	25
353	4	4	4	4	4	20
354	3	3	3	3	3	15
355	4	5	5	4	3	21
356	1	4	1	3	5	14
357	4	4	4	4	4	20
358	5	5	5	5	5	25
359	4	4	4	4	4	20
360	4	4	4	3	4	19
361	5	4	3	5	5	22
362	2	5	4	5	5	21
363	4	4	4	4	4	20
364	2	4	3	4	4	17
365	3	3	2	4	4	16
366	4	4	4	4	4	20
367	4	4	4	5	5	22
368	5	5	5	5	5	25
369	5	3	4	5	4	21

370	4	3	4	5	5	21
371	4	4	4	4	4	20
372	5	5	5	5	5	25
373	1	3	3	3	3	13
374	3	3	3	3	3	15
375	3	3	2	3	4	15
376	3	3	4	4	4	18
377	5	5	5	5	5	25
378	3	4	4	4	4	19
379	4	4	4	4	5	21
380	3	4	4	5	5	21
381	3	4	3	4	3	17
382	5	1	2	5	5	18
383	4	4	4	3	4	19
384	1	5	3	3	3	15
385	5	4	5	5	5	24
386	5	4	4	5	3	21
387	4	3	4	4	4	19
388	3	4	3	4	4	18
389	4	5	4	5	5	23
390	2	4	4	4	4	18
391	4	4	4	4	4	20
392	3	4	5	5	5	22
393	4	5	5	5	5	24
394	3	4	3	4	4	18
395	3	5	5	3	4	20
396	3	3	3	3	3	15
397	2	3	5	3	5	18
398	4	5	5	5	5	24
399	1	5	1	5	5	17
400	4	4	4	4	4	20

### 3. Variabel Citra Bank (X3)

Responden	Variabel Citra Bank (X3)					Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
1	4	4	5	5	5	23
2	4	4	3	4	4	19
3	4	4	4	4	4	20

4	4	4	3	4	5	20
5	4	5	4	4	4	21
6	5	5	2	5	5	22
7	5	5	4	5	5	24
8	5	5	5	5	5	25
9	3	4	5	4	4	20
10	5	5	5	5	5	25
11	4	4	4	4	4	20
12	3	4	3	4	4	18
13	4	4	4	4	5	21
14	4	4	4	4	4	20
15	4	5	5	5	5	24
16	4	3	2	4	5	18
17	4	4	4	5	5	22
18	2	2	2	2	2	10
19	5	5	4	3	5	22
20	5	5	4	5	5	24
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	4	4	20
24	4	3	3	4	3	17
25	4	4	5	5	5	23
26	4	3	4	4	4	19
27	3	3	3	3	3	15
28	5	4	5	5	5	24
29	4	4	4	3	4	19
30	4	4	4	4	4	20
31	4	4	4	4	5	21
32	4	4	4	4	4	20
33	3	4	4	4	4	19
34	4	4	4	4	4	20
35	5	5	4	4	5	23
36	4	4	4	4	4	20
37	3	3	3	4	3	16
38	3	3	3	3	3	15
39	4	5	4	5	5	23
40	4	4	4	5	5	22
41	4	4	4	4	4	20
42	4	3	4	4	5	20

43	4	4	5	5	4	22
44	5	5	5	4	4	23
45	5	5	5	5	5	25
46	4	5	4	4	4	21
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	5	4	4	21
49	4	3	4	4	5	20
50	4	5	5	5	5	24
51	5	4	5	5	5	24
52	3	2	3	4	4	16
53	2	2	3	3	3	13
54	5	5	5	5	5	25
55	5	5	5	5	5	25
56	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	3	4	19
58	5	5	5	5	5	25
59	4	3	3	4	4	18
60	3	3	3	3	3	15
61	5	5	5	4	5	24
62	4	4	3	3	4	18
63	4	4	4	4	4	20
64	4	5	5	5	5	24
65	4	2	3	4	4	17
66	3	4	4	3	4	18
67	3	3	3	3	3	15
68	4	4	5	4	5	22
69	3	3	4	4	4	18
70	4	2	2	4	1	13
71	4	5	5	4	4	22
72	4	4	4	4	4	20
73	4	3	4	4	4	19
74	3	3	3	4	4	17
75	2	2	3	3	3	13
76	5	5	5	5	5	25
77	3	3	4	3	4	17
78	4	3	3	3	3	16
79	5	5	5	5	5	25
80	5	5	5	5	5	25
81	4	3	4	4	4	19

82	3	3	3	3	3	15
83	4	5	3	5	5	22
84	5	5	5	5	5	25
85	3	3	3	3	3	15
86	4	4	4	4	4	20
87	5	5	5	5	5	25
88	4	4	5	5	5	23
89	5	4	3	4	4	20
90	5	5	5	4	5	24
91	3	4	3	3	3	16
92	2	4	2	2	2	12
93	4	4	3	4	4	19
94	4	4	4	4	4	20
95	5	4	4	5	5	23
96	2	3	2	3	4	14
97	4	5	4	4	5	22
98	4	4	3	4	4	19
99	4	4	3	4	4	19
100	4	3	4	4	5	20
101	4	4	4	4	4	20
102	4	4	4	4	4	20
103	4	4	4	4	4	20
104	4	4	5	4	4	21
105	2	2	4	2	3	13
106	4	4	3	3	4	18
107	1	2	1	1	1	6
108	4	3	3	4	3	17
109	5	5	5	5	5	25
110	4	4	3	4	4	19
111	5	4	5	4	4	22
112	4	4	4	4	4	20
113	5	3	4	5	5	22
114	2	2	2	2	2	10
115	4	5	3	4	4	20
116	4	4	3	4	4	19
117	5	5	5	5	5	25
118	4	4	4	4	4	20
119	4	4	4	4	4	20
120	5	4	4	4	4	21

121	4	4	4	4	4	20
122	4	5	4	5	5	23
123	3	3	3	3	3	15
124	3	3	3	3	3	15
125	4	4	4	4	4	20
126	4	4	3	4	4	19
127	4	5	5	4	5	23
128	3	3	3	3	3	15
129	4	4	4	4	4	20
130	4	3	2	3	4	16
131	3	3	3	3	3	15
132	5	4	5	4	5	23
133	4	4	4	4	4	20
134	5	5	5	5	5	25
135	4	4	4	4	3	19
136	4	4	4	4	4	20
137	4	4	4	4	4	20
138	5	5	5	5	5	25
139	4	4	4	4	4	20
140	4	4	4	4	4	20
141	4	4	4	4	4	20
142	5	5	5	5	5	25
143	4	4	5	5	5	23
144	5	5	5	5	5	25
145	4	5	4	5	3	21
146	4	4	4	4	4	20
147	3	5	5	5	5	23
148	4	4	4	4	4	20
149	4	4	5	4	4	21
150	3	4	4	3	4	18
151	4	3	3	4	4	18
152	5	5	5	5	5	25
153	4	4	4	4	4	20
154	3	3	3	3	3	15
155	4	4	3	4	3	18
156	3	5	5	4	4	21
157	4	4	4	4	4	20
158	5	5	5	5	5	25
159	5	5	5	5	5	25

160	4	3	3	3	4	17
161	5	5	4	5	5	24
162	5	5	5	5	5	25
163	5	4	4	4	4	21
164	4	4	4	4	4	20
165	3	4	4	4	4	19
166	4	4	4	5	3	20
167	5	5	4	4	4	22
168	5	5	5	5	5	25
169	3	5	4	4	4	20
170	3	3	3	3	3	15
171	4	4	4	4	4	20
172	5	5	5	5	5	25
173	4	3	4	4	5	20
174	3	3	3	3	3	15
175	4	3	2	4	4	17
176	4	4	4	4	4	20
177	5	5	5	5	5	25
178	4	3	4	4	4	19
179	4	4	4	4	4	20
180	5	5	4	4	5	23
181	3	4	4	4	4	19
182	3	1	1	1	1	7
183	4	4	3	4	4	19
184	4	3	5	3	5	20
185	4	5	4	3	4	20
186	4	3	4	4	5	20
187	4	3	3	3	4	17
188	4	4	4	4	4	20
189	5	4	3	4	4	20
190	4	4	4	4	4	20
191	4	4	4	4	4	20
192	5	5	5	4	4	23
193	5	5	5	5	5	25
194	4	4	4	3	4	19
195	4	4	4	4	4	20
196	3	3	3	3	3	15
197	5	4	5	5	4	23
198	4	4	4	4	4	20

199	5	5	5	5	5	25
200	4	4	4	4	4	20
201	4	4	5	5	5	23
202	4	4	3	4	4	19
203	4	4	4	4	4	20
204	4	4	3	4	5	20
205	4	5	4	4	4	21
206	5	5	2	5	5	22
207	5	5	4	5	5	24
208	5	5	5	5	5	25
209	3	4	5	4	4	20
210	5	5	5	5	5	25
211	4	4	4	4	4	20
212	3	4	3	4	4	18
213	4	4	4	4	5	21
214	4	4	4	4	4	20
215	4	5	5	5	5	24
216	4	3	2	4	5	18
217	4	4	4	5	5	22
218	2	2	2	2	2	10
219	5	5	4	3	5	22
220	5	5	4	5	5	24
221	4	4	4	4	4	20
222	4	4	4	4	4	20
223	4	4	4	4	4	20
224	4	3	3	4	3	17
225	4	4	5	5	5	23
226	4	3	4	4	4	19
227	3	3	3	3	3	15
228	5	4	5	5	5	24
229	4	4	4	3	4	19
230	4	4	4	4	4	20
231	4	4	4	4	5	21
232	4	4	4	4	4	20
233	3	4	4	4	4	19
234	4	4	4	4	4	20
235	5	5	4	4	5	23
236	4	4	4	4	4	20
237	3	3	3	4	3	16



238	3	3	3	3	3	15
239	4	5	4	5	5	23
240	4	4	4	5	5	22
241	4	4	4	4	4	20
242	4	3	4	4	5	20
243	4	4	5	5	4	22
244	5	5	5	4	4	23
245	5	5	5	5	5	25
246	4	5	4	4	4	21
247	4	4	4	4	4	20
248	4	4	5	4	4	21
249	4	3	4	4	5	20
250	4	5	5	5	5	24
251	5	4	5	5	5	24
252	3	2	3	4	4	16
253	2	2	3	3	3	13
254	5	5	5	5	5	25
255	5	5	5	5	5	25
256	4	4	4	4	4	20
257	4	4	4	3	4	19
258	5	5	5	5	5	25
259	4	3	3	4	4	18
260	3	3	3	3	3	15
261	5	5	5	4	5	24
262	4	4	3	3	4	18
263	4	4	4	4	4	20
264	4	5	5	5	5	24
265	4	2	3	4	4	17
266	3	4	4	3	4	18
267	3	3	3	3	3	15
268	4	4	5	4	5	22
269	3	3	4	4	4	18
270	4	2	2	4	1	13
271	4	5	5	4	4	22
272	4	4	4	4	4	20
273	4	3	4	4	4	19
274	3	3	3	4	4	17
275	2	2	3	3	3	13
276	5	5	5	5	5	25

277	3	3	4	3	4	17
278	4	3	3	3	3	16
279	5	5	5	5	5	25
280	5	5	5	5	5	25
281	4	3	4	4	4	19
282	3	3	3	3	3	15
283	4	5	3	5	5	22
284	5	5	5	5	5	25
285	3	3	3	3	3	15
286	4	4	4	4	4	20
287	5	5	5	5	5	25
288	4	4	5	5	5	23
289	5	4	3	4	4	20
290	5	5	5	4	5	24
291	3	4	3	3	3	16
292	2	4	2	2	2	12
293	4	4	3	4	4	19
294	4	4	4	4	4	20
295	5	4	4	5	5	23
296	2	3	2	3	4	14
297	4	5	4	4	5	22
298	4	4	3	4	4	19
299	4	4	3	4	4	19
300	4	3	4	4	5	20
301	4	4	4	4	4	20
302	4	4	4	4	4	20
303	4	4	4	4	4	20
304	4	4	5	4	4	21
305	2	2	4	2	3	13
306	4	4	3	3	4	18
307	1	2	1	1	1	6
308	4	3	3	4	3	17
309	5	5	5	5	5	25
310	4	4	3	4	4	19
311	5	4	5	4	4	22
312	4	4	4	4	4	20
313	5	3	4	5	5	22
314	2	2	2	2	2	10
315	4	5	3	4	4	20

316	4	4	3	4	4	19
317	5	5	5	5	5	25
318	4	4	4	4	4	20
319	4	4	4	4	4	20
320	5	4	4	4	4	21
321	4	4	4	4	4	20
322	4	5	4	5	5	23
323	3	3	3	3	3	15
324	3	3	3	3	3	15
325	4	4	4	4	4	20
326	4	4	3	4	4	19
327	4	5	5	4	5	23
328	3	3	3	3	3	15
329	4	4	4	4	4	20
330	4	3	2	3	4	16
331	3	3	3	3	3	15
332	5	4	5	4	5	23
333	4	4	4	4	4	20
334	5	5	5	5	5	25
335	4	4	4	4	3	19
336	4	4	4	4	4	20
337	4	4	4	4	4	20
338	5	5	5	5	5	25
339	4	4	4	4	4	20
340	4	4	4	4	4	20
341	4	4	4	4	4	20
342	5	5	5	5	5	25
343	4	4	5	5	5	23
344	5	5	5	5	5	25
345	4	5	4	5	3	21
346	4	4	4	4	4	20
347	3	5	5	5	5	23
348	4	4	4	4	4	20
349	4	4	5	4	4	21
350	3	4	4	3	4	18
351	4	3	3	4	4	18
352	5	5	5	5	5	25
353	4	4	4	4	4	20
354	3	3	3	3	3	15

355	4	4	3	4	3	18
356	3	5	5	4	4	21
357	4	4	4	4	4	20
358	5	5	5	5	5	25
359	5	5	5	5	5	25
360	4	3	3	3	4	17
361	5	5	4	5	5	24
362	5	5	5	5	5	25
363	5	4	4	4	4	21
364	4	4	4	4	4	20
365	3	4	4	4	4	19
366	4	4	4	5	3	20
367	5	5	4	4	4	22
368	5	5	5	5	5	25
369	3	5	4	4	4	20
370	3	3	3	3	3	15
371	4	4	4	4	4	20
372	5	5	5	5	5	25
373	4	3	4	4	5	20
374	3	3	3	3	3	15
375	4	3	2	4	4	17
376	4	4	4	4	4	20
377	5	5	5	5	5	25
378	4	3	4	4	4	19
379	4	4	4	4	4	20
380	5	5	4	4	5	23
381	3	4	4	4	4	19
382	3	1	1	1	1	7
383	4	4	3	4	4	19
384	4	3	5	3	5	20
385	4	5	4	3	4	20
386	4	3	4	4	5	20
387	4	3	3	3	4	17
388	4	4	4	4	4	20
389	5	4	3	4	4	20
390	4	4	4	4	4	20
391	4	4	4	4	4	20
392	5	5	5	4	4	23
393	5	5	5	5	5	25

394	4	4	4	3	4	19
395	4	4	4	4	4	20
396	3	3	3	3	3	15
397	5	4	5	5	4	23
398	4	4	4	4	4	20
399	5	5	5	5	5	25
400	4	4	4	4	4	20

#### 4. Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Responden	Variabel Loyalitas Nasabah (Y)					Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	4	5	2	4	5	20
2	4	4	3	3	3	17
3	4	3	2	4	4	17
4	4	4	3	3	4	18
5	4	4	4	4	4	20
6	5	5	1	4	5	20
7	5	5	3	3	4	20
8	5	5	3	4	5	22
9	4	4	3	3	4	18
10	4	4	4	2	5	19
11	4	4	2	4	4	18
12	3	3	3	4	3	16
13	4	4	4	4	4	20
14	4	4	2	4	4	18
15	5	5	5	5	5	25
16	5	3	3	2	4	17
17	4	4	2	2	4	16
18	2	2	2	2	2	10
19	3	3	3	3	3	15
20	5	4	3	4	4	20
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	20
23	4	4	3	3	3	17
24	3	3	3	3	3	15
25	1	4	4	3	4	16
26	4	3	4	3	4	18
27	4	3	4	3	3	17

28	4	5	3	4	5	21
29	3	3	3	4	3	16
30	4	3	4	3	4	18
31	4	4	4	3	4	19
32	4	4	4	4	4	20
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	4	4	4	20
35	5	5	5	5	5	25
36	4	3	2	4	4	17
37	3	3	3	3	4	16
38	2	3	3	3	3	14
39	4	4	2	5	4	19
40	5	5	1	2	5	18
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	4	4	20
43	4	3	3	2	4	16
44	3	3	3	3	3	15
45	4	4	4	4	5	21
46	3	4	1	4	3	15
47	4	4	4	4	4	20
48	4	2	3	4	4	17
49	4	3	4	2	4	17
50	4	4	3	2	4	17
51	5	5	4	5	5	24
52	4	4	2	2	4	16
53	3	3	3	3	3	15
54	5	5	4	4	5	23
55	5	5	5	5	5	25
56	3	4	3	4	4	18
57	3	4	3	3	4	17
58	5	5	4	5	5	24
59	5	5	4	3	4	21
60	3	3	3	3	3	15
61	3	3	3	4	4	17
62	3	4	3	3	4	17
63	3	3	3	3	3	15
64	5	4	5	4	5	23
65	3	3	3	4	3	16
66	4	3	3	3	4	17

67	3	3	3	3	3	15
68	4	4	2	2	2	14
69	3	3	3	3	3	15
70	2	3	1	2	1	9
71	4	4	3	4	4	19
72	4	4	4	4	4	20
73	3	3	2	2	3	13
74	4	4	3	3	3	17
75	2	3	2	2	3	12
76	5	5	5	5	5	25
77	3	3	3	3	3	15
78	3	3	3	3	3	15
79	5	5	4	2	5	21
80	5	5	5	5	5	25
81	3	3	2	2	4	14
82	3	4	3	3	3	16
83	4	4	2	4	5	19
84	5	5	5	5	5	25
85	3	3	3	3	3	15
86	4	4	4	4	4	20
87	5	5	5	5	5	25
88	5	5	4	5	5	24
89	4	4	5	3	5	21
90	4	4	3	4	4	19
91	3	3	3	3	3	15
92	3	3	2	3	4	15
93	4	4	3	3	4	18
94	4	3	3	3	3	16
95	4	4	3	3	4	18
96	3	4	2	4	2	15
97	4	5	5	4	5	23
98	4	4	3	3	4	18
99	3	3	2	2	4	14
100	3	4	3	4	4	18
101	4	4	2	2	4	16
102	4	4	4	4	4	20
103	4	4	2	2	4	16
104	4	4	3	3	4	18
105	4	3	3	2	2	14

106	3	3	4	3	4	17
107	2	2	1	1	2	8
108	3	4	3	3	4	17
109	5	5	5	5	5	25
110	4	4	4	4	4	20
111	4	5	5	1	5	20
112	4	4	4	4	4	20
113	4	4	4	5	5	22
114	3	2	2	3	3	13
115	3	3	4	3	3	16
116	3	3	3	3	3	15
117	5	5	5	5	5	25
118	4	4	4	4	4	20
119	3	4	3	4	4	18
120	4	4	2	3	4	17
121	4	4	4	4	4	20
122	4	4	1	1	4	14
123	3	3	3	3	3	15
124	3	3	3	3	3	15
125	4	4	3	3	4	18
126	4	4	3	2	4	17
127	4	4	1	3	4	16
128	3	3	3	3	3	15
129	3	3	3	3	3	15
130	2	1	2	5	3	13
131	3	3	2	3	3	14
132	5	4	4	5	5	23
133	4	4	4	4	3	19
134	5	5	5	5	5	25
135	4	4	4	4	4	20
136	4	4	4	3	4	19
137	4	4	3	3	3	17
138	5	5	5	5	5	25
139	4	4	4	4	4	20
140	3	4	4	4	4	19
141	4	4	1	1	4	14
142	2	3	2	2	4	13
143	4	4	1	2	4	15
144	5	5	5	5	5	25



145	3	4	5	4	4	20
146	4	3	3	2	3	15
147	5	4	4	3	4	20
148	3	3	2	2	3	13
149	4	4	3	3	4	18
150	3	3	4	4	3	17
151	3	3	3	3	3	15
152	5	5	5	5	5	25
153	4	4	4	4	4	20
154	3	3	3	3	5	17
155	4	3	3	3	3	16
156	5	3	3	1	5	17
157	5	4	1	4	4	18
158	5	5	5	5	5	25
159	5	5	5	5	5	25
160	2	3	4	2	2	13
161	3	3	3	3	3	15
162	4	4	3	4	5	20
163	5	5	4	4	4	22
164	4	4	3	3	4	18
165	4	4	3	3	4	18
166	4	4	5	4	4	21
167	5	5	5	5	4	24
168	5	5	5	5	5	25
169	3	5	4	4	4	20
170	3	3	3	3	3	15
171	4	4	4	4	4	20
172	5	5	5	5	5	25
173	3	4	2	3	4	16
174	3	3	3	3	3	15
175	3	3	1	3	3	13
176	3	3	3	3	4	16
177	5	5	5	5	5	25
178	4	4	3	3	4	18
179	5	5	4	5	4	23
180	4	4	4	2	4	18
181	4	5	4	2	4	19
182	3	3	5	4	4	19
183	4	4	4	4	4	20

184	3	3	3	3	3	15
185	3	4	4	5	4	20
186	5	4	5	5	3	22
187	4	3	2	4	3	16
188	3	4	3	3	4	17
189	4	4	3	4	4	19
190	4	4	2	4	4	18
191	4	4	4	4	4	20
192	4	4	3	2	4	17
193	5	4	3	3	4	19
194	3	3	3	4	5	18
195	5	5	3	2	5	20
196	3	3	3	3	3	15
197	3	3	3	4	4	17
198	3	3	3	3	3	15
199	5	5	3	3	5	21
200	4	4	4	4	4	20
201	4	5	2	4	5	20
202	4	4	3	3	3	17
203	4	3	2	4	4	17
204	4	4	3	3	4	18
205	4	4	4	4	4	20
206	5	5	1	4	5	20
207	5	5	3	3	4	20
208	5	5	3	4	5	22
209	4	4	3	3	4	18
210	4	4	4	2	5	19
211	4	4	2	4	4	18
212	3	3	3	4	3	16
213	4	4	4	4	4	20
214	4	4	2	4	4	18
215	5	5	5	5	5	25
216	5	3	3	2	4	17
217	4	4	2	2	4	16
218	2	2	2	2	2	10
219	3	3	3	3	3	15
220	5	4	3	4	4	20
221	4	4	4	4	4	20
222	4	4	4	4	4	20

223	4	4	3	3	3	17
224	3	3	3	3	3	15
225	1	4	4	3	4	16
226	4	3	4	3	4	18
227	4	3	4	3	3	17
228	4	5	3	4	5	21
229	3	3	3	4	3	16
230	4	3	4	3	4	18
231	4	4	4	3	4	19
232	4	4	4	4	4	20
233	4	4	4	4	4	20
234	4	4	4	4	4	20
235	5	5	5	5	5	25
236	4	3	2	4	4	17
237	3	3	3	3	4	16
238	2	3	3	3	3	14
239	4	4	2	5	4	19
240	5	5	1	2	5	18
241	4	4	4	4	4	20
242	4	4	4	4	4	20
243	4	3	3	2	4	16
244	3	3	3	3	3	15
245	4	4	4	4	5	21
246	3	4	1	4	3	15
247	4	4	4	4	4	20
248	4	2	3	4	4	17
249	4	3	4	2	4	17
250	4	4	3	2	4	17
251	5	5	4	5	5	24
252	4	4	2	2	4	16
253	3	3	3	3	3	15
254	5	5	4	4	5	23
255	5	5	5	5	5	25
256	3	4	3	4	4	18
257	3	4	3	3	4	17
258	5	5	4	5	5	24
259	5	5	4	3	4	21
260	3	3	3	3	3	15
261	3	3	3	4	4	17

262	3	4	3	3	4	17
263	3	3	3	3	3	15
264	5	4	5	4	5	23
265	3	3	3	4	3	16
266	4	3	3	3	4	17
267	3	3	3	3	3	15
268	4	4	2	2	2	14
269	3	3	3	3	3	15
270	2	3	1	2	1	9
271	4	4	3	4	4	19
272	4	4	4	4	4	20
273	3	3	2	2	3	13
274	4	4	3	3	3	17
275	2	3	2	2	3	12
276	5	5	5	5	5	25
277	3	3	3	3	3	15
278	3	3	3	3	3	15
279	5	5	4	2	5	21
280	5	5	5	5	5	25
281	3	3	2	2	4	14
282	3	4	3	3	3	16
283	4	4	2	4	5	19
284	5	5	5	5	5	25
285	3	3	3	3	3	15
286	4	4	4	4	4	20
287	5	5	5	5	5	25
288	5	5	4	5	5	24
289	4	4	5	3	5	21
290	4	4	3	4	4	19
291	3	3	3	3	3	15
292	3	3	2	3	4	15
293	4	4	3	3	4	18
294	4	3	3	3	3	16
295	4	4	3	3	4	18
296	3	4	2	4	2	15
297	4	5	5	4	5	23
298	4	4	3	3	4	18
299	3	3	2	2	4	14
300	3	4	3	4	4	18

301	4	4	2	2	4	16
302	4	4	4	4	4	20
303	4	4	2	2	4	16
304	4	4	3	3	4	18
305	4	3	3	2	2	14
306	3	3	4	3	4	17
307	2	2	1	1	2	8
308	3	4	3	3	4	17
309	5	5	5	5	5	25
310	4	4	4	4	4	20
311	4	5	5	1	5	20
312	4	4	4	4	4	20
313	4	4	4	5	5	22
314	3	2	2	3	3	13
315	3	3	4	3	3	16
316	3	3	3	3	3	15
317	5	5	5	5	5	25
318	4	4	4	4	4	20
319	3	4	3	4	4	18
320	4	4	2	3	4	17
321	4	4	4	4	4	20
322	4	4	1	1	4	14
323	3	3	3	3	3	15
324	3	3	3	3	3	15
325	4	4	3	3	4	18
326	4	4	3	2	4	17
327	4	4	1	3	4	16
328	3	3	3	3	3	15
329	3	3	3	3	3	15
330	2	1	2	5	3	13
331	3	3	2	3	3	14
332	5	4	4	5	5	23
333	4	4	4	4	3	19
334	5	5	5	5	5	25
335	4	4	4	4	4	20
336	4	4	4	3	4	19
337	4	4	3	3	3	17
338	5	5	5	5	5	25
339	4	4	4	4	4	20

340	3	4	4	4	4	19
341	4	4	1	1	4	14
342	2	3	2	2	4	13
343	4	4	1	2	4	15
344	5	5	5	5	5	25
345	3	4	5	4	4	20
346	4	3	3	2	3	15
347	5	4	4	3	4	20
348	3	3	2	2	3	13
349	4	4	3	3	4	18
350	3	3	4	4	3	17
351	3	3	3	3	3	15
352	5	5	5	5	5	25
353	4	4	4	4	4	20
354	3	3	3	3	5	17
355	4	3	3	3	3	16
356	5	3	3	1	5	17
357	5	4	1	4	4	18
358	5	5	5	5	5	25
359	5	5	5	5	5	25
360	2	3	4	2	2	13
361	3	3	3	3	3	15
362	4	4	3	4	5	20
363	5	5	4	4	4	22
364	4	4	3	3	4	18
365	4	4	3	3	4	18
366	4	4	5	4	4	21
367	5	5	5	5	4	24
368	5	5	5	5	5	25
369	3	5	4	4	4	20
370	3	3	3	3	3	15
371	4	4	4	4	4	20
372	5	5	5	5	5	25
373	3	4	2	3	4	16
374	3	3	3	3	3	15
375	3	3	1	3	3	13
376	3	3	3	3	4	16
377	5	5	5	5	5	25
378	4	4	3	3	4	18

379	5	5	4	5	4	23
380	4	4	4	2	4	18
381	4	5	4	2	4	19
382	3	3	5	4	4	19
383	4	4	4	4	4	20
384	3	3	3	3	3	15
385	3	4	4	5	4	20
386	5	4	5	5	3	22
387	4	3	2	4	3	16
388	3	4	3	3	4	17
389	4	4	3	4	4	19
390	4	4	2	4	4	18
391	4	4	4	4	4	20
392	4	4	3	2	4	17
393	5	4	3	3	4	19
394	3	3	3	4	5	18
395	5	5	3	2	5	20
396	3	3	3	3	3	15
397	3	3	3	4	4	17
398	3	3	3	3	3	15
399	5	5	3	3	5	21
400	4	4	4	4	4	20

## Lampiran 4 Hasil Output SPSS

### 1. Uji Validitas

#### Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

		Correlations					
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	TOTAL_X1
X1_1	Pearson Correlation	1	.596**	.699**	.676**	.668**	.837**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400
X1_2	Pearson Correlation	.596**	1	.703**	.650**	.622**	.826**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400
X1_3	Pearson Correlation	.699**	.703**	1	.801**	.762**	.911**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400
X1_4	Pearson Correlation	.676**	.650**	.801**	1	.767**	.893**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400
X1_5	Pearson Correlation	.668**	.622**	.762**	.767**	1	.878**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	400	400	400	400	400	400
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.837**	.826**	.911**	.893**	.878**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	400	400	400	400	400	400

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



## Uji Validitas Setrategi Pemasaran (X2)

		<b>Correlations</b>					
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	TOTAL_X2
X2_1	Pearson Correlation	1	.053	.470**	.301**	.183**	.654**
	Sig. (2-tailed)		.286	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400
X2_2	Pearson Correlation	.053	1	.265**	.487**	.542**	.621**
	Sig. (2-tailed)	.286		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400
X2_3	Pearson Correlation	.470**	.265**	1	.327**	.285**	.714**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400
X2_4	Pearson Correlation	.301**	.487**	.327**	1	.741**	.769**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400
X2_5	Pearson Correlation	.183**	.542**	.285**	.741**	1	.725**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	400	400	400	400	400	400
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.654**	.621**	.714**	.769**	.725**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	400	400	400	400	400	400

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

## Uji Validitas Citra Bank (X3)

		<b>Correlations</b>					
		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	TOTAL_X3
X3_1	Pearson Correlation	1	.665**	.596**	.724**	.694**	.847**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400
X3_2	Pearson Correlation	.665**	1	.672**	.678**	.664**	.856**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400
X3_3	Pearson Correlation	.596**	.672**	1	.677**	.692**	.849**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400
X3_4	Pearson Correlation	.724**	.678**	.677**	1	.753**	.884**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400
X3_5	Pearson Correlation	.694**	.664**	.692**	.753**	1	.880**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	400	400	400	400	400	400
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.847**	.856**	.849**	.884**	.880**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	400	400	400	400	400	400

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

## Uji Validitas Loyalitas Nasabah (Y)

		<b>Correlations</b>					
		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	TOTAL_Y
Y_1	Pearson Correlation	1	.726**	.411**	.384**	.662**	.791**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400
Y_2	Pearson Correlation	.726**	1	.452**	.423**	.694**	.818**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400
Y_3	Pearson Correlation	.411**	.452**	1	.543**	.442**	.761**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400
Y_4	Pearson Correlation	.384**	.423**	.543**	1	.414**	.735**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400	400
Y_5	Pearson Correlation	.662**	.694**	.442**	.414**	1	.798**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	400	400	400	400	400	400
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.791**	.818**	.761**	.735**	.798**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	400	400	400	400	400	400

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

## 2. Uji Reliabilitas

### Uji Reliability Kualitas Pelayanan (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.918	5

### Uji Reliability Strategi Pemasaran (X2)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.713	5

### Uji Reliability Citra Bank (X3)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.913	5

### Uji Reliability Loyalitas Nasabah (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.830	5

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### A. Uji Normalitas

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.40106795	
N		400	
Most Extreme Differences	Absolute	.045	
	Positive	.043	
	Negative	-.045	
Test Statistic		.045	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.055	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.053	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.047
		Upper Bound	.059

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

#### B. Uji Multikolinearitas

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	KUALITAS PELAYANAN	.284	3.524
	STRATEGI PEMASARAN	.642	1.556
	CITRA BANK	.265	3.771

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

### C. Uji Heteroskedastisitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.109	.030		3.639	<,001
	KUALITAS PELAYANAN	-.004	.002	-.182	-1.937	.053
	STRATEGI PEMASARAN	.000	.002	.007	.108	.914
	CITRA BANK	.004	.002	.172	1.776	.077

a. Dependent Variable: ABS\_RES

### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.732	.856		2.023	.044
	KUALITAS PELAYANAN	.048	.066	.047	.715	.475
	STRATEGI PEMASARAN	.330	.049	.295	6.747	<,001
	CITRA BANK	.454	.067	.460	6.756	<,001

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

### 5. Uji Ketetapan Model

#### A. Uji F

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2423.624	3	807.875	139.078	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	2300.286	396	5.809		
	Total	4723.910	399			

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

b. Predictors: (Constant), CITRA BANK, STRATEGI PEMASARAN, KUALITAS PELAYANAN

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

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.716 <sup>a</sup>	.513	.509	2.410

a. Predictors: (Constant), CITRA BANK, STRATEGI PEMASARAN, KUALITAS PELAYANAN

## 6. Uji Hipotesis / Uji T

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.732	.856		2.023	.044
	KUALITAS PELAYANAN	.048	.066	.047	.715	.475
	STRATEGI PEMASARAN	.330	.049	.295	6.747	<.001
	CITRA BANK	.454	.067	.460	6.756	<.001

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

## Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup

### DATA PRIBADI

Nama : Dika Ayu Lestari  
 Tempat, tanggal lahir : Pacitan, 13 April 2002  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Kewarganegaraan : Indonesia  
 Tinggi Badan : 157 cm  
 Berat Badan : 48 kg  
 Alamat : Tulakan, Pacitan, Jawa Timur  
 E-mail : dikaayulesteri1000@gmail.com  
 Kode Pos : 63571

### RIWAYAT PENDIDIKAN

Jenjang		Sekolah / Universitas
Sekolah Dasar	(2008-2014)	MIM WONOANTI II
SMP	(2014-2017)	SMP 3 TULAKAN
SMA/MA	(2017-2020)	MAN PACITAN
Perguruan Tinggi	(2020-2024)	UIN Raden Mas Said Surakarta



## Lampiran 6 Bukti Dokumentasi



(Memberi pengarahan responden saat pengisian kuesioner)



(Dokumentasi bukti setelah melakukan pengisian kuesioner)

## Lampiran 7 Bukti Plagiasi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**


Jl. Pandawa Pucangan Kartasura-Sukoharjo Telp. (0271) 782336 Fax (0271) 782336 Website: iain-surakarta.ac.id. – Email: info@iain-surakarta.ac.id.

### SURAT KETERANGAN TURNITIN

Setelah melakukan tes uji *similarity*, menerangkan bawah mahasiswa di bawah ini:

Nama : Dika Ayu Lestari  
 NIM : 205231013  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Citra Bank terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kabupaten Pacitan)  
 Paper ID : 2301148635  
 Date : 26 Februari 2024  
 Hasil menunjukkan SIMILARITY INDEX : 29%

Sukoharjo, 26 Februari 2024

  
 Farah Nilawati, S.Sos.I  
 NIK.198906072018102003

### LAMPIRAN

Source	Similarity	Percentage
ipotesis.iain-surakarta.ac.id	17%	
ejournal.steriyarahbengkalis.ac.id	2%	
repository.ar-kemisy.ac.id	1%	
etheses.uinpongrogo.ac.id	1%	
doi.org	1%	
jurnal.uisu-was.ac.id	1%	
dispace.uilar.id	1%	
jurnal.uiba.ac.id	1%	
repository.radenatah.ac.id	1%	