

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fatimatul Fatmariyah
NIM : 140721100116
Jenjang : Sarjana
Progam Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi yang berjudul “PENGARUH *SHARIAH RELATIONSHIP MARKETING* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH DAN LOYALITAS NASABAH (Studi pada BPRS Bhakti Sumekar Sumenep)”
2. Sebagian atau seluruh bagian dalam skripsi ini tidak menjiplak atau plagiat hasil karya ilmiah (laporan penelitian, skripsi, tesis, artikel, disertasi atau yang sejenisnya) milik pihak lain,
3. Cuplikan sebagian dari karya ilmiah atau pendapat pihak lain dalam skripsi ini ditulis sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah yang berlaku.
4. Apabila pada suatu saat ada pihak lain yang melakukan klaim bahwa karya ilmiah ini merupakan plagiat karya ilmiah pihak lain, dan memang terbukti, maka saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Dibuat di : Bangkalan
Pada Tanggal : 04 Juli 2018

Yang Membuat Pernyataan.

Fatimatul Fatmariyah
NIM. 140721100116

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fatimatul Fatmariyah

NIM : 140721100116

Jenjang : Sarjana

Program Studi : Ekonomi Syariah

menyatakan bahwa naskah Skripsi ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Bangkalan, 04 Juli 2018
Saya yang menyatakan,

Fatimatul Fatmariyah
NIM : 140721100116

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *SHARIAH RELATIONSHIP MARKETING* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH DAN LOYALITAS NASABAH

(Studi Pada BPRS Bhakti Sumekar Sumenep)

Diajukan Oleh :

FATIMATUL FATMARIYAH
NIM: 140721100116

Skripsi ini telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura dan Diterima Sebagai Salah Satu
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Pada tanggal, 23 Juli 2018

DEWAN PENGUJI,

Ketua Penguji	: <u>Dahruji, S.E.,M.El</u> NIP. 198109132015041001	
Anggota Penguji I	: <u>Dr. Abdur Rohman, S.Ag.,M.El</u> NIP. 197408152008121005	
Anggota Penguji II	: <u>Lailatul Qadariyah, S.Hl.,M.El</u> NIP. 198207192008122001	

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : FATIMATUL FATMARIYAH
NIM : 140721100116
PROGRAM STUDI : S1 (STRATA SATU) EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS : KEISLAMAMAN
JUDUL : PENGARUH SHARIAH RELATIONSHIP MARKETING
DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH
DAN LOYALITAS NASABAH (Studi pada BPRS Bhakti
Sumekar Sumenep)

Skripsi ini telah disetujui untuk diujikan
Pada tanggal Juli 2018

Dosen Pembimbing,

Lailatul Qadariyah, S.HI., M.EI
NIP. 198207192008122001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Keislaman

Ketua Jurusan Fakultas Keislaman

Shofiyun Nahidloh, S.Ag., M.HI
NIP. 197605162000032003

Khoirun Nasik, S.HI., M.HI
NIP. 197912292015041002

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Keislaman
Universitas Trunojoyo

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan Skripsi yang berjudul :

**PENGARUH SHARIAH RELATIONSHIP MARKETING DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH DAN LOYALITAS
NASABAH**

(Studi pada BPRS Bhakti Sumekar Sumenep)

yang ditulis oleh :

Nama	: Fatimatul Fatmariyah
NIM	: 140721100116
Jenjang	: Sarjana
Progam Studi	: Ekonomi Syariah

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo untuk diajuukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Bangkalan, 04 Juli 2018
Pembimbing,

Lailatul Qadariyah, S.HI.,M.EI
NIP. 198207192008122001

ABSTRAK

Pengaruh *Shariah Relationship Marketing* dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah (Studi pada BPRS Bhakti Sumekar Sumenep)

Beberapa permasalahan yang dihadapi BPRS Bhakti Sumekar Sumenep antara lain : belum ada layanan *ATM* dan belum semua kecamatan ada kantor cabang. Maka, salah satu strategi *marketing* seperti *shariah relationship marketing* (SRM) menjadi kebutuhan. SRM dikembangkan dari konsep *relationship marketing* dan *shariah compliance* merupakan aktivitas pemasaran mulai dari pendirian, pengembangan dan pemeliharaan konsumen jangka panjang, terciptanya SRM diharapkan dapat memberikan *multiple effect benefit* berupa kepuasan dan loyalitas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *shariah relationship marketing* dalam meningkatkan kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah BPRS Bhakti Sumekar Sumenep secara langsung maupun tidak langsung.

Metode penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif eksplanatori (*explanatory research*) yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh/hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Lokasi penelitian adalah kantor pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep. Variabel penelitian yang digunakan adalah *shariah relationship marketing* (X), kepuasan nasabah (Y) dan loyalitas nasabah (Z). Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pemegang buku rekening tabungan dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden dan teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik dan *path analysis*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa 1). Secara deskriptif, responden memberikan jawaban rata-rata baik, 2). Sisi validitas menunjukkan semua valid dan secara reliabilitas secara keseluruhan reliabel, 3). Hasil uji asumsi klasik tampak bahwa semua asumsi terpenuhi secara keseluruhan, 4). Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa (a). Hipotesis pertama terbukti kebenarannya karena SRM (X) berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan koefisien jalur sebesar 0.703 dan tingkat signifikansi t_{hitung} sebesar 0.000, (b) Hipotesis kedua terbukti kebenarannya karena SRM (X) berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas nasabah (Z) dengan koefisien jalur sebesar 0.330 dan tingkat signifikansi t_{hitung} sebesar 0.044, (c) Hipotesis ketiga terbukti kebenarannya karena Kepuasan nasabah (Y) berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas nasabah (Z) dengan Koefisien jalur sebesar 0.356 dan tingkat signifikansi t_{hitung} sebesar 0.030, dan (d) Hipotesis keempat terbukti kebenarannya karena SRM (X) berpengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas nasabah (Z) melalui kepuasan nasabah (Y) dengan koefisien jalur sebesar 0,250 dan tingkat signifikansi t_{hitung} sebesar 0.000. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa *shariah relationship marketing* telah mampu meningkatkan kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah BPRS Bhakti Sumekar Sumenep baik secara langsung maupun secara tidak langsung.

Kata kunci : *Shariah relationship marketing*, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah

ABSTRACT

Effect of Shariah Relationship Marketing in Improving Customer Satisfaction and Customer Loyalty (Study at BPRS Bhakti Sumekar Sumenep)

Some problems faced by BPRS Bhakti Sumekar Sumenep among other: there is no ATM service and not all sub-districts have branch offices. So, one of the marketing strategy such as Shariah Relationship Marketing (SRM) becomes a need. SRM developed from the concept of relationship marketing and shariah compliance is a marketing activity starting from the establishment, development and maintenance of long-term consumers, the creation of SRM is expected to provide multiple effect benefits in the form of satisfaction and loyalty. The purpose of this study is to determine the effect of shariah relationship marketing in increasing customer satisfaction and customer loyalty BPRS Bhakti Sumekar Sumenep directly or indirectly.

This research method is a quantitative explanatory (explanatory research) which aim to analyze the effect/relation between one variable with other variable. The research location is the head office of BPRS Bhakti Sumekar Sumenep. The research variables used are Shariah Relationship Marketing (X), Customer Satisfaction (Y) and Customer Loyalty (Z). Population and sample in this research are all account holders of savings account with amount of sample counted 50 respondent and sampling technique used is non probability sampling that is purposive sampling. The analysis technique used is descriptive analysis, validity test, reliability, classical assumption and path analysis.

The results show that 1). Descriptively, respondents gave a good average answers, 2). The validity side shows all valid and reliability is reliable, 3). The results of the classic assumption test show that all assumptions are met as a whole, 4). Path analysis results show that (a). The first hypothesis is proved true because SRM (X) has a significant effect directly on Customer Satisfaction (Y) with the path coefficient of 0.703 and the significance level of t_{count} of 0.000, (b) The second hypothesis is proved true because SRM (X) has a significant effect directly on Customer Loyalty (Z) with a path coefficient of 0.330 and a significance level of t_{count} of 0.044, (c) The third hypothesis is proved true because Customer Satisfaction (Y) has a significant effect directly on Customer Loyalty (Z) with path coefficient of 0.356 and t_{count} significance level of 0.030, and (d) The fourth hypothesis is proved true because SRM (X) has an indirectly significant effect on Customer Loyalty (Z) through Customer Satisfaction (Y) with path coefficient of 0.250 and significance level of t_{count} of 0.000. The results concluded that Shariah Relationship Marketing has been able to improve Customer Satisfaction and Customer Loyalty of BPRS Bhakti Sumekar Sumenep either directly or indirectly.

Keywords: Shariah relationship marketing, customer satisfaction, customer loyalty

PANDUAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

DAFTAR TRANSLITERASI

Penulisan Skripsi ini menggunakan transliterasi Arab-Indonesia yang ditetapkan dalam pedoman teknik penulisan skripsi Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

NO	ARAB	INDONESIA	ARAB	INDONESIA
1	ا	'	ط	T}
2	ب	B	ظ	Z}
3	ت	T	ع	'
4	ث	Ts	غ	Gh
5	ج	J	ف	F
6	ح	H}	ق	Q
7	خ	Kh	ك	K
8	د	D	ل	L
9	ذ	Dh	م	M
10	ر	R	ن	N
11	ز	Z	و	W
12	س	S	هـ	H
13	ش	Sy	ء	,

14	ص	Sh	ي	Y
15	ض	D}		

Untuk menunjukkan bunyi hidup panjang madd ditulis dengan coretan horizontal (*macron*) di atas huruf a< dan u<

Bunyi hidup dobel (*diftong*) Arab ditransliterasikan dengan menggabung dua huruf ay dan aw. Bunyi hidup (*vocalization* atau *harakah*) huruf konsonan akhir sebuah kata tidak dinyatakan dalam transliterasi. Transliterasi hanya berlaku pada huruf konsonan akhir tersebut.

MOTTO

“KHAIRUNNAASI ‘ANFA’UHUM LINNAAS”

SAYA LEBIH SUKA BERANGAN-ANGAN TENTANG SESUATU SERAYA

BERKOMENTAR “WHY NOT?”

DARI PADA HANYA MEMANDANGI SESUATU DAN BERKOMENTAR “WHY?”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan teruntuk orang tua yang terbaik di dunia ini

Barakallahulakum...

Ayahanda Muhammad Jamil serta Ibunda Juwairiyah

Pemilik do'a yang tak kenal waktu, kesabaran yang luar biasa, juga keikhlasan
yang suci dalam membesarkan dan membimbing anak-anaknya.

Semoga setiap darah dan keringat yang menetes dari kalian akan menjadi
sungai kebahagiaan di Surga-Nya.

Juga, teruntuk Kakanda Fathor As. SC.,MM

Yang telah ikhlas dan sabar menemani, membimbing dan menjadi pengemang
sepanjang pengerjaan karya ini.

Semoga lalah kakanda tercatat sebagai amal baik dan berkah.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“Pengaruh *Shariah Relationship Marketing* dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah (Studi pada BPRS Bhakti Sumekar Sumenep)”**, yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah pada Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Keislaman Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, hal ini karena kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki penulis, walaupun telah dikerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi masih dirasakan banyak kekurang-tepatan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini dan penulisan berikutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Syukran Lillah, kepada Sang Maha Segalanya Allah Subhanahu Wa Ta'ala. Yang telah memberi kesempatan serta karunia yang luar biasa kepada hamba-Nya untuk dapat menyelesaikan studi terlebih menyelesaikan tugas akhir untuk mendapatkan gelar strata 1.
2. Sembah ta'dzim dan terimakasih yang terdalam saya persembahkan kepada Kedua orang tua yang luar biasa mendidik anak-anaknya, Barakallahulakum Bapak Mohammad Jamil dan Mama Juwairiyah.

3. Segenap keluarga, Mbah Ahmad, Mbah Jakfar, Mbah Ummayah, Mbah Jumaini, adikku Fallumatul Fariqah, dan Rizal Sulthoni. Serta seluruh keluarga yang tak tersebutkan nama-namanya terimakasih untuk dukungannya selama ini.
4. Yang tercinta, Kakanda Fathor AS, SE.,M.M., terimakasih atas segalanya yang telah tcurahkan, kasih sayang serta jerih payah pengorbanan dalam membantu menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga lelah dan setiap keringat yang menetes dari diri kakanda bernilai berkah.
5. Bapak Dr. H. Muh Syarif, Drs. Ec., M.Si selaku Rektor Universitas Trunojoyo Madura.
6. Ibu Shofiyun Nahidloh, S.Ag., M.HI selaku Dekan Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura.
7. Bapak Khoirun Nasik, S.HI.,M.HI., selaku Ketua Jurusan Ilmu Keislaman Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura.
8. Bapak Dahruji, S.E.,M.EI., selaku Kordinator Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ilmu Keislaman Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura.
9. Ibu Lailatul Qadariyah, S.HI.,M.EI selaku pembimbing yang masih berkenan meluangkan waktu disela-sela kesibukannya sebagai Wakil Dekan I (saat peneliti menggarap skripsi ini) untuk membimbing dengan sabar dan senantiasa memberi motivasi pada peneliti.
10. Direktur dan seluruh karyawan BPRS Bhakti Sumekar Sumenep yang telah berkenan membantu dalam penyelesaian skripsi ini dalam bentuk ijin dan data yang diberikan.

11. Seluruh nasabah BPRS Bhakti Sumekar Sumenep yang telah berkenan menjadi responden dalam penelitian ini.
12. Dosen pengajar pada Progran Studi Ekonomi Syariah Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura yang telah memberikan wawasan yang luas kepada penulis.
13. Adik-adikku, sahabat rasa saudara. Terimakasih Zahratul Asyriyah dan Luluk Nur Aini, yang selalu berdarah -darah selalu menemani berjuang dikala suka dan duka. Pengorbanan serta kasih sayang kalian selama di tanah rantau tak akan lekang dimakan waktu.
14. Sahabat-sahabatku “pejuang somplak”, Ahmad Dedy Wijatmika, Ahmad Frandik Oktoberta, Ahmad Syaifuddin, Maulana Risal Firdaus, Wahyu Adi, Renaldi Mahardika, Andi Cahyono, Kamilil Husniah, Zazimatul Islamiyah, dan dede Diana Agustina, yang telah setia menjadi teman belajar dan teman berjuang selama 4 tahun ini.
15. Saudara-saudaraku di ES-B angkatan 2014, saudara IKESA’14, BEM FKis 2015, BEM FKis TOTAL 2016, serta BEM-KM AKSI 2017. Terimakasih atas segala ilmu dan pengalaman yang telah didapatkan selama ini, semoga apa yang telah kita perjuangkan akan menjadi sesuatu yang nafi’ah.
16. Sahabat-sahabati PMII Rayon Al-Fatih UTM, dan Sahabat/i PMII dari seluruh Rayon Komisariat Universitas Trunojoyo Madura. Tangan terkepal maju ke muka. Salam Pergerakan !

Semoga semua pihak yang disebutkan dan yang tidak disebutkan di atas mendapatkan Rahmat serta balasan kebaikan dari Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas amal-amalnya.

Sumenep, 23 Juli 2018

ttd

Fatimatul Fatmariyah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii

HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
NOTA DINAS PEMBIMBING	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PANDUAN TRANSLITERASI	ix
MOTTO	xi
HALAMAN PERSEMBAHAN	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
DAFTAR SINGKATAN	xxvi

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kegunaan Penelitian	10
E. Sistematika Penulisan	11

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori	
1. Konsep Pemasaran	13
2. Konsep Pemasaran Syariah	16
a. Karakteristik Marketing Syariah	17
b. Nilai-nilai Pemasaran Syariah	19
3. Pemasaran Bank Syariah	20
4. Syariah Relationship Marketing	24
5. Kepuasan Nasabah	31

6. Loyalitas Nasabah	40
B. Kajian Pustaka	43
C. Kerangka Konseptual	50
D. Hipotesis	51

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian	52
B. Jenis Penelitian	52
C. Variabel Penelitian	53
D. Definisi Operasional Variabel	54
E. Populasi, Sampel, Penentuan Besar Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	
1. Populasi	57
2. Sampel	57
3. Penentuan Besar Sampel	58
4. Teknik Pengambilan Sampel	59
F. Jenis dan Sumber Data	60
G. Teknik Pengumpulan Data	60
H. Teknik Analisis	
1. Analisis Deskriptif	61
2. Uji Instrumen Data	61
a. Uji Validitas	61
b. Uji Reliabilitas	62
3. Uji Asumsi Klasik	62
a. Uji Multikolinearitas	63
b. Uji Heteroskedastisitas	63
c. Uji Normalitas	64
4. Uji Hipotesis (Analisis Jalur)	64

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BPRS Bhakti Sumekar Sumenep	
--	--

1. Sejarah BPRS Bhakti Sumekar Sumenep	68
2. Status Hukum dan Riwayat PT. BPRS Bhakti Sumekar Sumenep	69
3. Struktur Organisasi PT. BPRS Bhakti Sumekar Sumenep	71
4. Visi-Misi PT. BPRS Bhakti Sumekar Sumenep	72
5. Produk-produk PT. BPRS Bhakti Sumekar Sumenep	73
B. Deskripsi Karakteristik Responden	73
C. Deskripsi Jawaban Nasabah Terhadap Variabel Penelitian	77
1. Deskripsi Jawaban Nasabah terhadap Variabel <i>Shariah Relationship Marketing (X)</i>	78
2. Deskripsi Jawaban Nasabah terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y)	80
3. Deskripsi Jawaban Nasabah terhadap Variabel Loyalitas Nasabah (Z)	81
D. Uji Instrumen Data	
1. Uji Validitas	82
2. Uji Reliabilitas	84
E. Uji Asumsi Klasik	84
1. Uji Multikolinieritas	84
2. Uji Heteroskedastisitas	85
3. Uji Normalitas	87
F. Uji Hipotesis melalui Analisis Jalur	89
G. Pembahasan	
1. <i>Shariah Relationship Marketing (X)</i> Berpengaruh Signifikan Secara Langsung Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)	102
2. <i>Shariah Relationship Marketing (X)</i> Berpengaruh	105

Signifikan Secara Langsung Terhadap Loyalitas Nasabah (Z)	
3. Kepuasan Nasabah (Y) Berpengaruh	
Signifikan Secara Langsung Terhadap Loyalitas Nasabah (Z)	108
4. <i>Shariah Relationship Marketing</i> (X) Berpengaruh	
Signifikan Secara Tidak Langsung Terhadap Loyalitas Nasabah (Z) Melalui Kepuasan Nasabah (Y)	112
 BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	115
B. Saran	115
 DAFTAR PUSTAKA	 119
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	48
3.1	Ringkasan Instrumen Penelitian	56

4.1	Produk PT BPRS Bhakti Sumekar 2017	73
4.2	Distribusi Karakteristik Responden	74
4.3	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel <i>Shariah Relationship Marketing</i>	78
4.4	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Kepuasan Nasabah	80
4.5	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Loyalitas Nasabah	81
4.6	Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Bebas, Antara dan Terikat	83
4.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bebas, Antara dan Terikat	84
4.8	Nilai <i>VIF</i> Hasil Uji Multikolinieritas X, Y ke Z	85
4.9	Nilai One Sample Kolmogorov-Smirnov Test	88
4.10	Hasil Koefisien <i>Path</i> SRM (X) ke KN (Y)	91
4.11	Hasil Koefisien <i>Path</i> SRM (X) dan KN (Y) ke LN (Z)	92
4.12	Hasil Koefisien <i>Path</i> SRM (X) ke Loyalitas Nasabah (Z) melalui Kepuasan Nasabah (Y)	95
4.13	Pengaruh Total SRM (X) secara langsung dan secara tidak langsung	95
4.14	Rangkuman Dekomposisi dari Koefisien Jalur Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung, dan Pengaruh Total Variabel SRM, Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Manfaat Kepuasan Pelanggan	39
2.2	Kerangka Konseptual	50

3.1	<i>Path Diagram</i>	65
4.1	Struktur Organisasi	72
4.2	Grafik Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas X ke Y	86
4.3	Grafik Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas X, Y ke Z	86
4.4	Grafik <i>Normal P-P plot of Regression Standardized Residual</i> Hasil Uji Normalitas X ke Y	87
4.5	Grafik <i>Normal P-P plot of Regression Standardized Residual</i> Hasil Uji Normalitas X ke Y	88
4.6	Model <i>Path Diagram</i>	89
4.7	Hasil Uji Model <i>Path Analysis</i>	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Tabulasi Data
Lampiran 3	Deskripsi Karakteristik Responden

Lampiran 4	Deskripsi Jawaban Responden
Lampiran 5	Uji Validitas
Lampiran 6	Uji Reliabilitas
Lampiran 7	Uji Multikolinieritas
Lampiran 8	Uji Heteroskedastisitas
Lampiran 9	Uji Normalitas
Lampiran 10	Uji Analisis jalur pengaruh langsung (P_1)
Lampiran 11	Uji Analisis jalur pengaruh langsung (P_2 dan P_3)

DAFTAR SINGKATAN

SDI	: Sumber Daya Insani
SRM	: <i>Shariah Relationship Marketing</i>

BI	: Bank Indonesia
BPRS	: Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
ATM	: Anjungan Tunai Mandiri
CSR	: Corporate Social Responsibility
SAW	: Shallallahu Alaihi Wa sallam
ROI	: <i>Return On Investment</i>
CRM	: <i>Customer Relationship Marketing</i>
SEM	: <i>Structural Equation Modelling</i>
KN	: Kepuasan Nasabah
LN	: Loyalitas Nasabah
H1...n	: Hipotesis 1 ... n
SPSS	: Statistical Package for the Social Sciences
VIF	: <i>Variance Inflation Factor</i>
ZPRED	: Standardized Predicted Value
SRESID	: Studentized Residual
PAD	: Pendapatan Asli Daerah
MoU	: <i>Memorandum of Understanding</i>
PT	: Perseroan Terbatas
BPR	: Bank Perkreditan Rakyat
BPRS	: Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
BPRS	: Bank Perkreditan Rakyat Syariah
DPRD	: Dewan Perwakilan Rakyat Daerah
PERDA	: Peraturan Daerah
DPS	: Dewan Pengawas Syariah
Q 1...n	: Question 1...n
P _{1...n}	: Path 1...n
R ²	: R Square