

**HUBUNGAN KEPUASAN PELANGGAN, KEDEKATAN PELANGGAN
DAN RELIGIUSITAS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Survei pada Nasabah Bank Syariah di JABODETABEK)

HANIFAH AYU RACHMAWATI

8215165364



**Skripsi ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

***THE RELATIONSHIP BETWEEN CUSTOMER SATISFACTION,
CUSTOMER INTIMACY AND RELIGIOSITY TOWARD CUSTOMER
LOYALTY AND TRUST AS INTERVENING VARIABLE***

(Survey on Islamic Banking Customer in JABODETABEK)

HANIFAH AYU RACHMAWATI

8215165364



***This Report was written to comply one of the requirements Bachelor's Degree
of Economics of Faculty of Economics of Universitas Negeri Jakarta***

STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

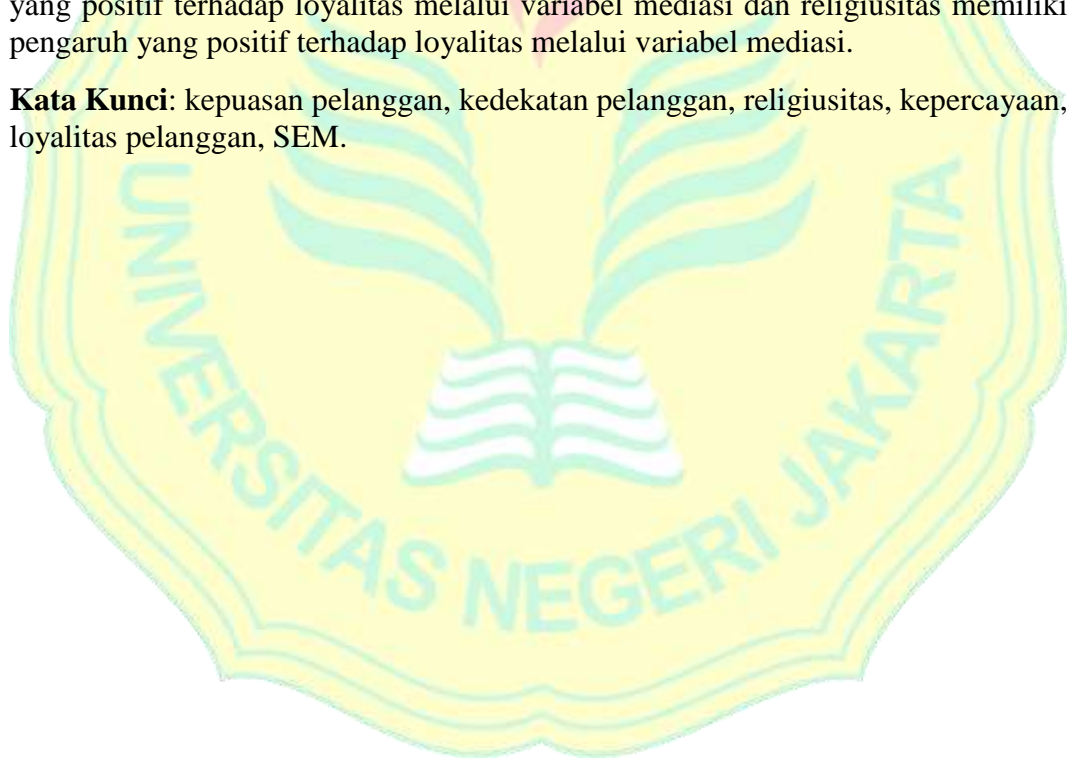
2021

ABSTRAK

Hanifah, 2021: Hubungan Kepuasan Pelanggan, Kedekatan Pelanggan dan Religiusitas terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi.

Bank syariah saat ini berkembang sangat cepat. Bahkan pemerintah mendukung adanya merger tiga bank syariah di Indonesia yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan, kedekatan pelanggan dan religiusitas berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini dikumpulkan melalui google form dan mendapatkan 252 responden. Data dianalisis menggunakan metode SEM LISREL 8.80. Hasil penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas, kedekatan pelanggan memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas, religiusitas memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas, kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas melalui variabel mediasi dan religiusitas memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas melalui variabel mediasi.

Kata Kunci: kepuasan pelanggan, kedekatan pelanggan, religiusitas, kepercayaan, loyalitas pelanggan, SEM.

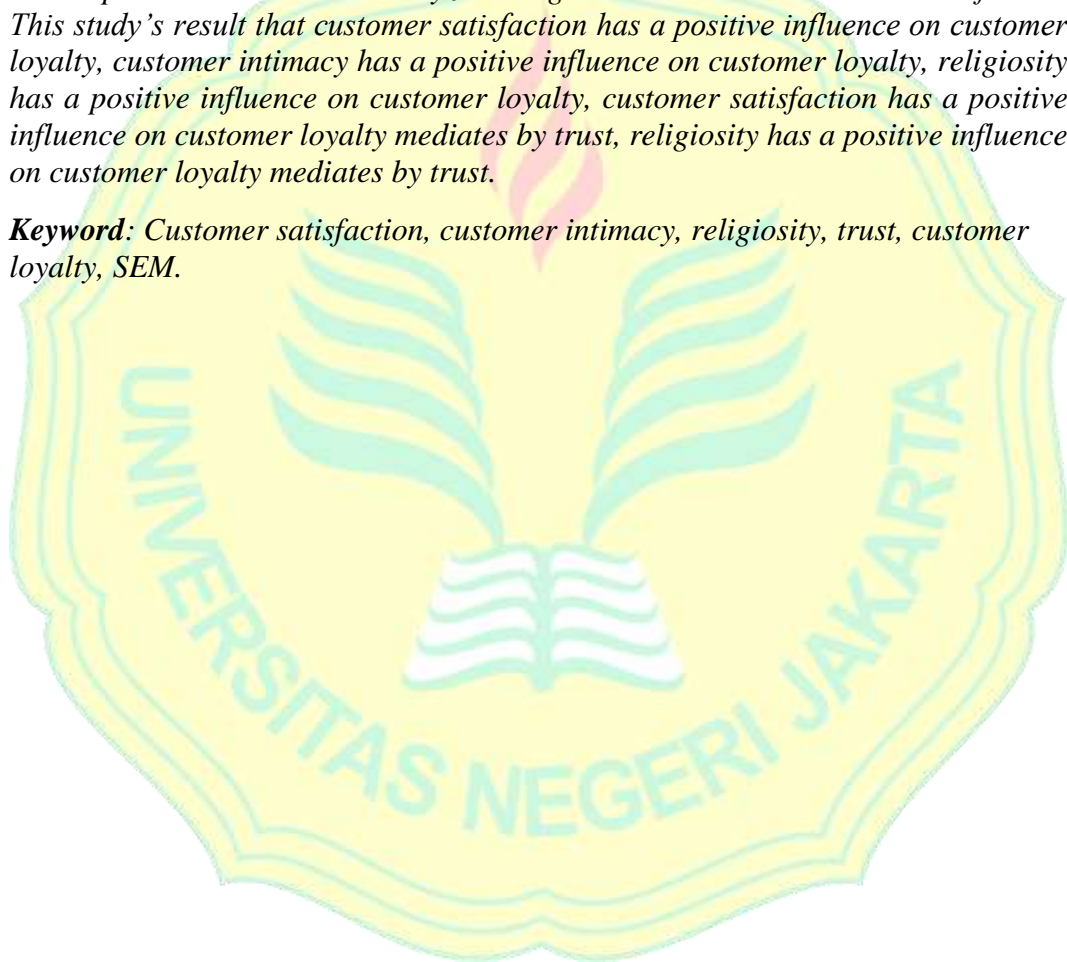


ABSTRACT

Hanifah, 2021: *The Relationship Between Customer Satisfaction, Customer Intimacy and Religiosity toward Customer Loyalty and Trust as Intervening.*

Islamic banking growth rapidly. Even, the goverment supporting the merge of Islamic banking in Indonesia, there are Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah and BRI Syariah. This study aims to determine whether customer satisfaction, customer intimacy and religiosity have an influence on customer loyalty and trust as intervening variable. This research was collected using google forms and obtained 252 respondents. Data were analyzed using SEM method with Lisrel 8.80 software. This study's result that customer satisfaction has a positive influence on customer loyalty, customer intimacy has a positive influence on customer loyalty, religiosity has a positive influence on customer loyalty, customer satisfaction has a positive influence on customer loyalty mediates by trust, religiosity has a positive influence on customer loyalty mediates by trust.

Keyword: *Customer satisfaction, customer intimacy, religiosity, trust, customer loyalty, SEM.*



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi  Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Dr. Suherman, M.Si</u> NIP. 197311162006041001 (Ketua Sidang)		25 Februari 2021
2	<u>Shandy Aditya, BIB, MPBS,</u> NIP. 198404082019031003 (Sekretaris)	 	23 Februari 2021
3	<u>Usep Suhud, M.Si., Ph.D.</u> NIP. 197002122008121001 (Penguji Ahli)		22 Februari 2021
4	<u>M.Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A.</u> NIP: 197201252002121002 (Pembimbing 1)		21 Februari 2021
5	<u>Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M.</u> NIP: 197404162006041001 (Pembimbing 2)		25 Februari 2021
Nama : Hanifah Ayu Rachmawati No. Registrasi : 8215165364 Program Studi : S1 Manajemen Tanggal Lulus : 17 Februari 2021			

*Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
 - dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru*

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpanan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh serta sanksi lainnya dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 25 Februari 2021
Yang Membuat Pernyataan



Hanifah Ayu Rachmawati
NIM. 8215165364

PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Hanifah Ayu Rachmawati
NIM : 8215165364
Fakultas/Prodi : S1 Manajemen
Alamat email : hanifahayu6@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

HUBUNGAN KEPUASAN PELANGGAN, KEDEKATAN PELANGGAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (SURVEI PADA NASABAH BANK SYARIAH DI JABODETABEK)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Februari 2021

(Hanifah Ayu Rachmawati)
nama dan tanda tangan

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah swt atas limpahan rahmah, karunia dan nikmat yang tidak dapat dihitung. Terimakasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung dan mendoakan penulis selama melakukan penelitian ini. Penelitian ini digunakan sebagai syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam menyusun laporan ini, sangat banyak bantuan, dukungan dan doa dari berbagai pihak, penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr.Suherman, M.Si selaku koordinator program studi S1 Manajemen FakUltas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
3. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A selaku dosen pembimbing I.
4. Agung Kresnamurti Rivai, S.T. M.M selaku dosen pembimbing II.
5. Orang tua penulis yang selalu mendukung dan mendoakan penulis tiada henti supaya skripsi ini dimudahkan.
6. Teman seperjuangan S1 Manajemen A 2016 yang selalu siap sedia jika diminta bantuan
7. Teman Kelompok Studi Ekonomi Islam (KSEI) dan Forum Silaturahmi Studi Ekonomi Islam (FoSSEI) Nasional yang senantiasa membantu mengisi dan menyebarkan kuesioner penelitian ini.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dan keterbatasan ilmu. Harapannya, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi umat dan tentunya dapat menjadi rujukan bagi bank syariah dalam meningkatkan loyalitas pelanggannya.

Jakarta, Februari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kebaruan Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA DAN HIPOTESIS	13
2.1 Kajian Pustaka.....	13
2.1.1 Customer Loyalty (loyalitas pelanggan).....	13
2.1.2 Customer Satisfaction (kepuasan pelanggan)	16
2.1.3 Customer Intimacy (kedekatan pelanggan).....	18

2.1.4 Religiosity (religiusitas)	19
2.1.5 Trust (kepercayaan).....	21
2.2 Kerangka Teori dan Hipotesis.....	23
BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA DAN HIPOTESIS.....	34
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
3.1.1 Tempat Penelitian.....	34
3.1.2 Waktu Penelitian	34
3.1.3 Objek Penelitian.....	34
3.2 Pendekatan Penelitian	34
3.3 Populasi dan Sampel.....	35
3.4 Penyusunan Instrumen	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6 Teknik Analisis Data.....	41
3.6.1 Uji Validitas.....	42
3.6.2 Uji Reliabilitas	42
3.6.3 Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1. Deskripsi Data.....	47
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	48
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Agama	49
4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	50
4.1.5 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pekerjaan.....	51

4.1.6 Lokasi Responden	52
4.1.7 Bank Syariah yang Digunakan Responden	53
4.2. Analisis Deskriptif.....	54
4.2.1 Variabel Kepuasan Pelanggan.....	54
4.2.2 Variabel Kedekatan Pelanggan.....	55
4.2.3 Variabel Religiusitas.....	56
4.2.4 Variabel Kepercayaan	58
4.2.5 Variabel Loyalitas Pelanggan.....	59
4.3. Teknik Analisis Data.....	60
4.3.1 Uji Validitas	60
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	61
4.3.3 Confirmatory Factor Analysis.....	63
BAB V KESIMPULAN	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Implikasi.....	76
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	77
5.4 Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	84