

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY PADA NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(Studi Kasus pada Masyarakat di Jabodetabek)**



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

Memartabatkan Bangsa

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2023

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND BRAND TRUST ON
CUSTOMER LOYALTY OF BANK SYARIAH INDONESIA WITH
CUSTOMER SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLE
(Case Study on General Public in Jabodetabek)***

Anyfah Permadani

1705618015



***This Paper is Written as a Part in Bachelor Degree of Management
Accomplishment of Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta***

Memartabatkan Bangsa

***STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
CONCENTRATION OF MARKETING MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA***

2023

ABSTRAK

Anyfah Permadani, 2023; Pengaruh *Service Quality* dan *Brand Trust* terhadap *Customer Loyalty* pada Nasabah Bank Syariah Indonesia dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Masyarakat di Jabodetabek).

Pesatnya perkembangan perbankan syariah yang ada di dunia juga berdampak pada Indonesia sebagai salah satu negara dengan populasi muslim terbesar di dunia sehingga menjadi pasar paling potensial untuk penggunaan bank syariah. Adanya salah satu bank syariah yang belum lama muncul di Indonesia sehingga memunculkan fenomena persaingan yang semakin ketat antar industri perbankan di Indonesia. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan *Service Quality* dan *Brand Trust* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Jabodetabek. Metode pengumpulan data menggunakan survey dengan melakukan penyebaran kuesioner melalui google form. Sampel merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia yang berdomisili di wilayah Jabodetabek, pernah melakukan transaksi di Bank Syariah Indonesia minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir dan berusia 17 tahun keatas. Teknik analisis data menggunakan SPSS versi 23 dan SEM (*Structural Equation Model*) LISREL 8.8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran *Goodness of Fit* terpenuhi sehingga dapat disimpulkan kecocokan model keseluruhan adalah fit serta terdapat hubungan positif antara variabel *Service Quality* dan *Brand Trust* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Jabodetabek

Kata Kunci: Bank Syariah Indonesia, *Brand Trust*, *Customer Loyalty*, *Customer Satisfaction*, *Service Quality*

Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa

ABSTRACT

Anyfah Permadani, 2023; *The Effect of Service Quality and Brand Trust on Customer Loyalty of Bank Syariah Indonesia with Customer Satisfaction as Intervening Variable (Case Study on General Public in Jabodetabek).*

Rapid development of Islamic banking in the world also has an impact on Indonesia as one of the countries with the largest Muslim population in the world, making it the most potential market for the use of Islamic banking. The existence of one of the recently established Sharia banks in Indonesia has resulted in the phenomenon of increasingly fierce competition in the banking industry in Indonesia. The purpose of this research is to determine the positive and significant influence of Service Quality and Brand Trust on Customer Loyalty through Customer Satisfaction on Customers of Bank Syariah Indonesia in Jabodetabek. The data collection method uses a survey by distributing questionnaires through Google form. The sample in this research are customers of Bank Syariah Indonesia who are domiciled in Jabodetabek area, have made transactions at Bank Syariah Indonesia at least twice in the last three months, and are aged 17 years and over. Data analysis techniques were used SPSS version 23 and SEM (Structural Equation Model) LISREL 8.8. The results showed that the measure of Goodness of Fit was fulfilled so that it could be concluded that the overall model fit was fit and there was a positive relationship between the variables Service Quality and Brand Trust on Customer Loyalty through Customer Satisfaction on Customers of Bank Syariah Indonesia in Jabodetabek.

Keyword: *Bank Syariah Indonesia, Brand Trust, Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Service Quality*

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab
Plt. Dekan Fakultas Ekonomi

Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D
NIP 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M.</u> NIP 197206272006041001 (Ketua)		23 Agustus 2023
2	<u>Dr. Andi Muhammad Sadat S.E.</u> <u>M.Si, Ph.D</u> NIP 197412212008121001 (Penguji Ahli)		23 Agustus 2023
3	<u>Ika Febrilia S.E., M.M.</u> NIP 198702092015042001 (Penguji Ahli)		23 Agustus 2023
4	<u>Agung Kresnamurti Rivai P.S.E., MM.</u> NIP 197404162006041001 (Pembimbing 1)		23 Agustus 2023
5	<u>Shandy Aditya, BIB, MPBS.</u> NIP 198404082019031003 (Pembimbing 2)		23 Agustus 2023

Nama : Anyfah Permadani
No. Registrasi : 1705618015
Program Studi : Manajemen
Tanggal Lulus : 8 Agustus 2023

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

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

Jakarta, 25 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan



Anyfah Permadani

No. Reg. 1705618015



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 : Anyfah Permadani
NIM : 1705618015
Fakultas/Prodi : Ekonomi / S1 Manajemen
Alamat email : anyfahpermadani94@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 :

Pengaruh *Service Quality* dan *Brand Trust* terhadap *Customer Loyalty* pada Nasabah Bank Syariah Indonesia dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel *Intervening*

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, 1 September 2023
Penulis



(Anyfah Permadani)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, berkah, dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh *Service Quality* dan *Brand Trust* terhadap *Customer Loyalty* pada Nasabah Bank Syariah Indonesia dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Masyarakat di Jabodetabek)”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini, peneliti mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Prof. Dr. Suherman, M.Si. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Agung Kresnamurti Rivai P SE, MM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, ilmu, arahan dan saran kepada peneliti selama penyusunan skripsi.
4. Shandy Aditya, BIB, MPBS. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan masukan kepada dalam proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan khususnya dosen manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang bermanfaat.
6. Kedua orang tua, adik-adik dan keluarga besar yang berperan besar dalam mendoakan dan memberikan dukungan kepada peneliti untuk mewujudkan cita-cita.
7. Seluruh rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen 2018 serta khususnya rekan-rekan kelas Manajemen C 2018 atas segala bentuk dukungan dan kebersamaannya hingga skripsi ini selesai.

Dengan segala kerendahan hati, peneliti menyadari bahwa dalam penulisan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan penulisan ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa Universitas Negeri Jakarta khususnya Fakultas Ekonomi dan pihak pihak lain yang membutuhkan.

Jakarta, 30 Agustus 2023



Anyfah Permadani

No. Reg. 1705618015



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	16
1.1 Latar Belakang Penelitian	16
1.2 Pertanyaan Penelitian	29
1.3 Tujuan Penelitian	29
1.4 Manfaat Penelitian	30
BAB II KAJIAN PUSTAKA	32
2.1 Teori Pendukung	32
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	32
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	33
2.1.3 <i>Service Quality</i>	36
2.1.4 <i>Brand Trust</i>	38
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	41
2.3 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	52
BAB III METODE PENELITIAN.....	58
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	58
3.1.1 Waktu Penelitian	58
3.1.2 Tempat Penelitian.....	58
3.2 Desain Penelitian.....	58
3.2.1 Metode Penelitian.....	58
3.3 Populasi dan Sampel	59
3.3.1 Populasi.....	59
3.3.2 Sampel.....	59

3.4 Pengembangan Instrumen	61
3.4.1 Variabel Dependen	61
3.4.2 Variabel <i>Intervening</i>	62
3.4.3 Variabel Independen.....	64
3.5 Skala Pengukuran.....	66
3.6 Teknik Pengumpulan Data	67
3.7 Teknik Analisis Data.....	68
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	68
3.7.2 Uji Validitas	69
3.7.3 Uji Reliabilitas	70
3.7.4 Uji Kesesuaian Model	71
3.7.5 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	74
3.7.6 Uji Hipotesis	74
3.7.7 Model SEM.....	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	77
4.1 Deskripsi Data.....	77
4.1.1 Deskripsi Profil Responden.....	77
4.2 Hasil Analisis Data.....	81
4.2.1 Analisis Deskriptif	81
4.2.2 Uji Validitas.....	88
4.2.3 Uji Reliabilitas.....	89
4.2.4 Uji Kesesuaian Model.....	90
4.2.5 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	92
4.2.6 Uji Hipotesis.....	94
4.2.7 Model SEM.....	100
BAB V PENUTUP	105
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Implikasi	107
5.3 Keterbatasan Penelitian	109
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	119
RIWAYAT HIDUP.....	138

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Perkembangan Aset Bank Syariah.....	17
Gambar I. 2 <i>Market Share</i> Perbankan Syariah.....	18
Gambar I. 3 Persentase Pemeluk Agama/Kepercayaan di Indonesia (Juni 2021) 19	
Gambar II. 1 Kerangka Teoritik.....	57
Gambar III. 1 <i>Diagram Conseptual Full Model</i>	76
Gambar IV. 1 Garis Kontinum Variabel <i>Service Quality</i> (X1).....	82
Gambar IV. 2 Garis Kontinum Variabel <i>Brand Trust</i> (X2).....	84
Gambar IV. 3 Garis Kontinum Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Z)	86
Gambar IV. 4 Garis Kontinum Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	87
Gambar IV. 5 <i>Output multivariate normality</i>	91
Gambar IV. 6 Hasil Estimasi <i>Standardized Coefficient</i>	94
Gambar IV. 7 Persamaan model struktural	103
Gambar IV. 8 Hasil Estimasi <i>t-values</i>	103

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR TABEL

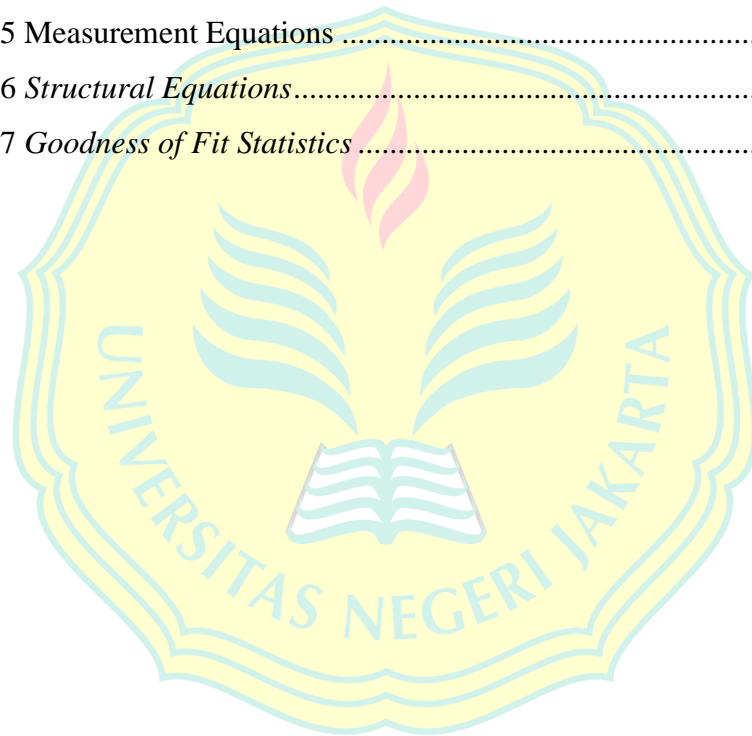
Tabel I. 1 <i>Review</i> konsumen mengenai layanan BSI <i>Mobile</i>	20
Tabel I. 2 <i>Review</i> konsumen mengenai layanan di facebook BSI	21
Tabel I. 3 <i>Review</i> konsumen mengenai layanan di twitter BSI.....	22
Tabel I. 4 <i>Research Gap</i>	26
Tabel II. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	49
Tabel III. 1 Tinjauan Sampel Penelitian Terdahulu	61
Tabel III. 2 Instrumen Variabel <i>Customer Loyalty</i>	62
Tabel III. 3 Instrumen Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	63
Tabel III. 4 Instrumen Variabel <i>Service Quality</i>	64
Tabel III. 5 Instrumen Variabel <i>Brand Trust</i>	66
Tabel III. 6 Bobot Skala Likert	67
Tabel III. 7 <i>Goodness of Fit Index Statistic SEM</i>	73
Tabel IV. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
Tabel IV. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78
Tabel IV. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	78
Tabel IV. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	79
Tabel IV. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini.....	79
Tabel IV. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	80
Tabel IV. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Bertransaksi Menggunakan Layanan Bank Syariah Indonesia Dalam 6 bulan Terakhir.....	80
Tabel IV. 8 Rekapitulasi Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> (X1)	81
Tabel IV. 9 Rekapitulasi Nilai Analisis Dekskriptif Variabel <i>Brand Trust</i> (X2) ..	83
Tabel IV. 10 Rekapitulasi Nilai Analisis Dekskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Z).....	84
Tabel IV. 11 Rekapitulasi Nilai Analisis Dekskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Y)	86
Tabel IV. 12 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Penelitian	88
Tabel IV. 13 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	90

Tabel IV. 14 Evaluasi Kecocokan Model Struktural	91
Tabel IV. 15 Hasil Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	92
Tabel IV. 16 Hasil Pengujian Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	94
Tabel IV. 17 Hasil Pengujian Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	95
Tabel IV. 18 Hasil Pengujian Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	96
Tabel IV. 19 Hasil Pengujian Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	97
Tabel IV. 20 Hasil Pengujian Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	98
Tabel IV. 21 Hasil Pengujian Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	99
Tabel IV. 22 Hasil Pengujian Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	99
Tabel IV. 23 Muatan Faktor <i>Standard</i> dan Reliabilitas Konstruk	101

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	119
Lampiran 1 Output Validitas.....	126
Lampiran 2 Output Reliabilitas	129
Lampiran 3 Output Normalitas Data.....	130
Lampiran 4 Syntax LISREL.....	131
Lampiran 5 Measurement Equations	133
Lampiran 6 <i>Structural Equations</i>	136
Lampiran 7 <i>Goodness of Fit Statistics</i>	137



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*