

**ANALISIS DAMPAK *SERVICE PERFORMANCE*
DAN KEPUASAN SEBAGAI *MODERATING VARIABLE*
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI
KANTOR AREA JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh:

ALIEF NURLAELI ROHMAH
NIM. 083 133 161

Dosen Pembimbing:

Moch. Chotib, S.Ag., MM
NIP. 19710727 200212 1 003

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
2017**

MOTTO

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴿٧﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴿٨﴾

Artinya :

7. Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat zarrah pun, niscaya Dia akan melihat (balasan) Nya.
8. dan Barang siapa yang mengerjakan kejahatan sebesar zarrah pun, niscaya Dia akan melihat (balasan) Nya pula. (QS. al-Zalzalah:7 dan 8)¹

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

Artinya: Sebaik-baik manusia adalah mereka yang bermanfaat bagi orang lain.



¹Al-Qur'an: (QS. al-Zalzalah:7 dan 8)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Skripsi ini kepada:

*Dua orang yang tiada tanding dan tiada banding yaitu Kedua orang tua
(Rachmatullah dan Erik Badariati Sholehah)*

*Yang tiada hentinya memberikan motivasi
Dan dorongan semangat yang luar biasa.*

*Untuk mereka adalah:
setinggi-tingginya apresiasi
Semulia-mulianya penghargaan
Sedalam-dalamnya rasa syukur
Dan segenap rasa cinta yang paling abadi.*

*Untuk semua saudara-saudara
Yang telah banyak memberikan motivasi.*

*Untuk sang motivator yaitu semua guru dan dosen-dosen,
Mereka adalah orang-orang berjasa.*

*Untuk teman seperjuangan (Kelas J4) dan teman-teman FEBI,
(Islamic Banking) angkatan 2013.*

*Untuk sahabat-sahabat tecinta,
Terimakasih atas motivasi semangatnya.*

IAIN JEMBER

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan. Berkat pertolongan dan izin dari-Nya skripsi yang berjudul: “Analisis Dampak *Service Performance* dan Kepuasan Sebagai *Moderating Variable* Terhadap Loyalitas Nasabah.” Dapat terselesaikan dengan baik.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. selaku pengemban amanat berupa wahyu Ilahi yaitu agama Islam yang menjadi petunjuk bagi seluruh umat manusia di dunia dan yang telah membawa kita dari jaman jahiliyah menuju jaman yang ilmiah.

Selanjutnya dengan selesainya skripsi ini, sudah menjadi keharusan untuk mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM selaku Rektor IAIN Jember
2. Bapak Moch. Chotib, S.Ag., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sekaligus selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk penyelesaian skripsi ini dan telah banyak memberikan pengarahan materi maupun non materi kepada penulis.
3. Bapak M.F. Hidayatullah, S.H.I, M. SI selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam sekaligus selaku dosen wali yang telah banyak memberi motivasi.
4. Ibu Nurul Setianingrum, SE, MM selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.

5. Seluruh penguji skripsi, Bapak Daru Anondo, SE, M.Si selaku ketua sidang, Bapak Khamdan Rifa'i, SE, M.Si selaku penguji utama, Bapak Moch. Chotib, S.Ag., MM selaku penguji pendamping dan Ibu Retna Anggitaningsih, SE, MM selaku sekretaris sidang skripsi.
6. Seluruh karyawan Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember yang telah rela meluangkan waktu untuk memberikan informasi serta data-data yang dibutuhkan pada saat penelitian.
7. Bapak /ibu Dosen dan Jajaran Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak memberikan banyak ilmu pengetahuan, motivasi, pengalaman dan pelajaran hidup kepada penulis.

Semoga segala bantuannya mendapatkan pahala dari Allah SWT.

Penulis telah mengupayakan segenap tenaga dan pikiran agar penyusunan menjadi baik, namun peneliti menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan dan membutuhkan penyempurnaan bahasa maupun teori yang tertuang di dalamnya karena penulis hanyalah manusia yang tidak pernah luput dari kata salah. Oleh karena itu, diharapkan kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan pada langkah yang selanjutnya. Harapan peneliti, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Aminn *yaa Robbal Alaaminn..*

Jember, 13 Agustus 2017

Penulis

**ANALISIS DAMPAK *SERVICE PERFORMANCE*
DAN KEPUASAN SEBAGAI *MODERATING VARIABLE*
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI
KANTOR AREA JEMBER**

SKRIPSI

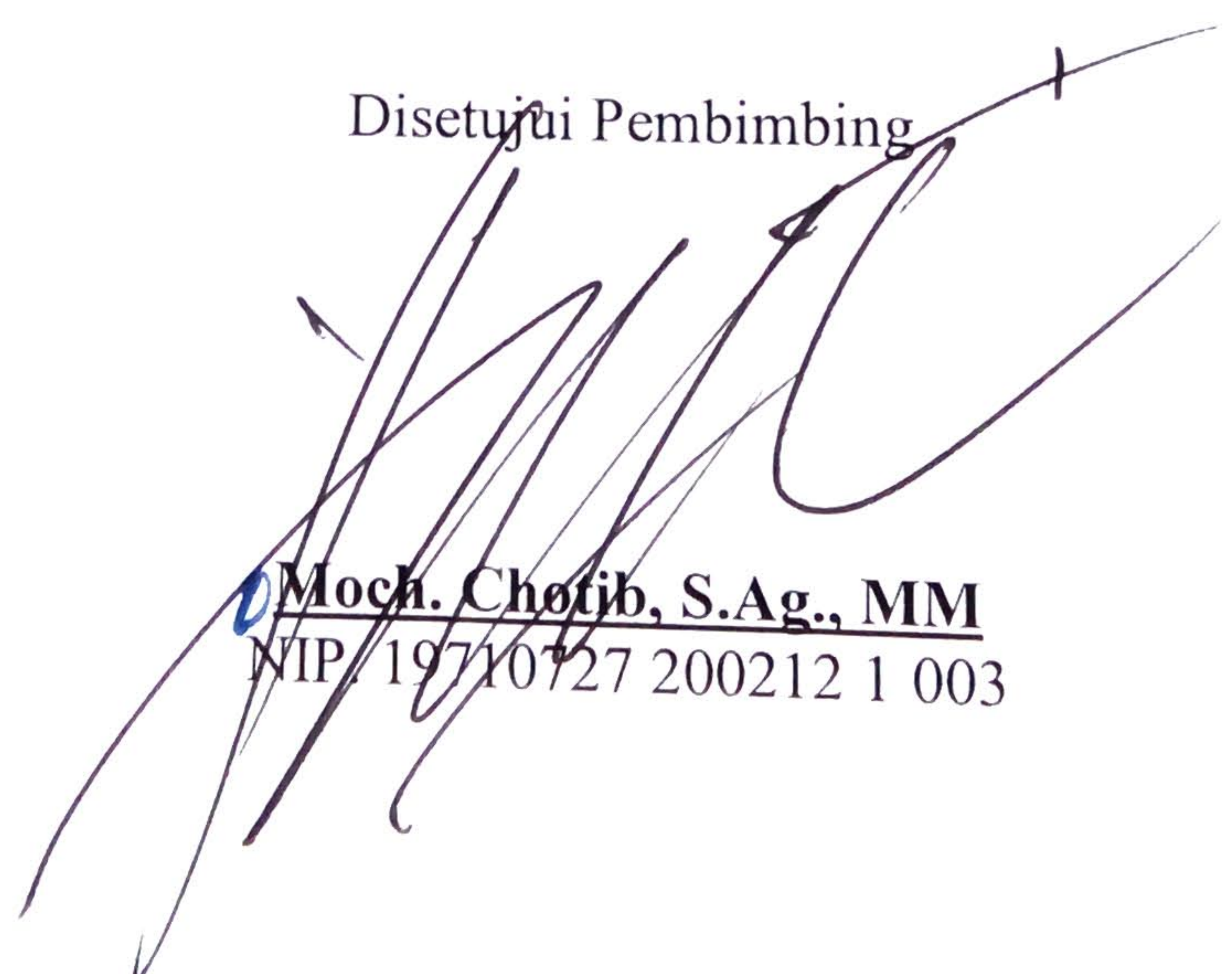
diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

Alief Nurlaeli Rohmah

NIM. 083 133 161

Disetujui Pembimbing


Moch. Chotib, S.Ag., MM
NIP. 19710727 200212 1 003

**ANALISIS DAMPAK *SERVICE PERFORMANCE*
DAN KEPUASAN SEBAGAI *MODERATING VARIABLE*
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI
KANTOR AREA JEMBER**


SKRIPSI

telah diuji dan diterima
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari: Selasa

Tanggal: 24 Oktober 2017

Tim Penguji

Ketua

Daru Anondo, SE, M.Si
NIP: 19750303 200901 1 009

Sekretaris


Retna Anggitaningsih, SE, MM
NIP: 19740420 199803 2 001

Anggota:

1. Dr. Khamdan Rifa'i, SE, M.Si
2. Moch.Chotib, S.Ag., MM

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Moch. Chotib, S.Ag., MM
NIP: 19710727 200212 1 003

ABSTRAK

Alief Nurlaeli Rohmah, Moch Chotib, S.Ag., MM, 2017: Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember.

Perkembangan perekonomian di Indonesia semakin pesat, hal ini ditandai dengan semakin banyaknya lembaga keuangan yang berbasis syariah bermunculan dalam berbagai ragam bentuk dan jenis persaingan yang ketat, tentu saja mengharapkan kinerja pelayanan (*service performance*) yang *excellent* untuk memenuhi ekspektasi mereka dalam membentuk loyalitas pada bank.

Rumusan masalah dalam skripsi ini adalah: a) Apakah *service performance*/kinerja pelayanan yang terdiri dari *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) mempunyai pengaruh secara langsung yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember? b) Seberapa besar peran interaksi *service performance*/kinerja pelayanan yang terdiri dari *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) dan kepuasan sebagai moderating variable dalam mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember?

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *field research*. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$, yaitu untuk mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Dalam analisis regresi linier berganda, ada tiga hal yang perlu diperhatikan, yaitu: Uji Koefisien Determinasi (R^2), Uji t (parsial) dan Uji F (simultan), namun sebelum melakukan analisis regresi, terlebih dahulu data harus memenuhi Uji Asumsi Klasik, yaitu: Uji Normalitas, Heteroskedastisitas, dan Multikolinieritas.

Kesimpulan dari penelitian menunjukkan bahwa: 1) hasil pengujian secara simultan (bersama-sama) antara *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) terhadap loyalitas nasabah menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan ialah lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,003, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara *service performance* terhadap loyalitas nasabah. 2) hasil pengujian secara simultan interaksi antara *service performance* dan kepuasan sebagai moderating variabel menunjukkan bahwa nilai tidak signifikan, nilai yang dihasilkan ialah lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,059, dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh interaksi antara *service performace* dengan kepuasan sebagai moderating variabel, akan tetapi dengan adanya kepuasan sebagai moderating variabel dapat memperkuat hubungan antara *service performance* terhadap loyalitas nasabah yang ditunjukkan dengan hasil kenaikan R^2 dari 0,503 atau 50,3% menjadi 0,581 atau 58,1%. Besar nilai interaksi antara *service performance* dan kepuasan sebagai moderating variable sebesar 58,1%.

ABSTRACT

Alief Nurlaeli Rohmah, Moch Chotib, S.Ag., MM, 2017: *Service Performance Impact Analysis and Satisfaction As Moderating Variable To Customer Loyalty in Bank Syariah Mandiri Area Office Jember.*

Economic development in Indonesia is increasing rapidly, it is marked by the increasing number of syariah-based financial institutions emerging in various forms and types of intense competition, of course expect excellent service performance to meet their expectations in shaping loyalty at bank.

The formulation of the problem in this thesis is: a) Whether service performance consisting of tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty a significant direct impact on the loyalty of customers of Bank Syariah Mandiri Office Area Jember? b) How big is the role of service performance interaction consisting of tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty and satisfaction as moderating variable in affecting the loyalty of customers of Bank Syariah Mandiri Area Office Jember?.

This research uses quantitative approach method with research field research type. The analysis technique used in this research is multiple linear regression with equation $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + e$, that is to know the influence of more than one independent variable to one dependent variable. In the multiple linear regression analysis, there are three things to note: Test Coefficient of Determination (R²), T test (partial) and F test (simultaneous), but before performing regression analysis, the data must first meet the Classic Assumption Test, Test of Normality, Heteroscedasticity, and Multicollinearity.

The conclusions of the research show that: 1) simultaneous test results (intercellular service) between Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty (empathy service) to loyalty customer shows that the value of significance produced is smaller than 0.05 that is equal to 0.003, it can be concluded that there is influence between service performance on customer loyalty. 2) simultaneous testing result of interaction between service performance and satisfaction as moderating variable indicate that value is not significant, the result value is bigger than 0,05 that is equal to 0,059, it can be concluded that there is no influence of interaction between service performance with satisfaction as moderating variable, but with the existence of satisfaction as moderating variable can strengthen the relation between service performance to customer loyalty indicated by result of increase of R² from 0,503 or 50,3% become 0,581 or 58,1%. The value of interaction between service performance and satisfaction as moderating variable is 58,1%.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Ruang Lingkup Penelitian	8
1. Variabel Penelitian	8
2. Indikator Penelitian	9
F. Definisi Operasional	11
G. Asumsi Penelitian	13
H. Hipotesis	14
I. Metode Penelitian	15
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	15

2. Populasi dan Sampel	16
3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	18
4. Analisis Data	21
J. Sistematika Pembahasan	27
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	29
A. Penelitian Terdahulu	29
B. Kajian Teori	33
1. Kajian teori tentang <i>Service Performance</i>	33
2. Kajian teori tentang kepuasan	36
3. Kajian teori tentang loyalitas nasabah.....	42
BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	46
A. Gambaran Obyek Penelitian	46
1. Lokasi PT.Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember	46
2. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Mandiri	46
3. Visi, Misi dan Tata Nilai Bank Syariah Mandiri	50
4. Struktur Organisasi PT Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember.....	52
5. <i>Job Description Struktur Retail Banking, Mikro, Pawning, BB</i>	52
6. <i>Job Description Struktur Operation dan Service</i>	54
7. <i>Shared Values</i>	58
8. Produk/Jasa Bank Syariah Mandiri.....	59
B. Penyajian Data	70
1. Deskriptif Variable Penelitian.....	71
a. Karakteristik Responden	72
b. Uji Validitas	76

c. Uji Reliabilitas	80
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	81
1. Uji Asumsi Klasik.....	81
a. Uji Normalitas.....	81
b. Uji Multikolinieritas.....	82
c. Uji Heteroskedastisitas.....	83
2. Uji Regresi Berganda	84
3. Analisis dan interpretasi secara parsial (uji t)	87
4. Analisis dan interpretasi secara simultan (uji F)	89
5. Analisis dan interpretasi koefisien determinasi r^2	92
D. Pembahasan.....	94
BAB IV PENUTUP	99
A. Kesimpulan	99
B. Saran-saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	102

IAIN JEMBER

DAFTAR LAMPIRAN

1. Pernyataan keaslian tulisan
2. Matrik Penelitian
3. Angket penelitian
4. Data jawaban nasabah
5. Data output *spss*
6. Tabel T dan tabel F
7. Surat fakultas
8. Surat bank
9. Jurnal kegiatan penelitian
10. Dokumentasi
11. Biodata penulis

IAIN JEMBER

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini perkembangan perbankan syariah sebagian dari aplikasi sistem ekonomi syariah di Indonesia telah memasuki babak baru. Pertumbuhan industri perbankan syariah telah bertransformasi, dari sekedar memperkenalkan suatu alternatif praktik perbankan syariah, menjadi bagaimana bank syariah menempatkan posisinya sebagai pemain utama dalam persatuan ekonomi di tanah air. Bank syariah memiliki potensi besar untuk menjadi pilihan utama dan pertama bagi nasabah dalam pilihan transaksi mereka. Hal itu menunjukkan dengan akselerasi pertumbuhan dan perkembangan perbankan syariah di Indonesia.¹ Pada intinya bank dapat didefinisikan sebagai suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.²

Deregulasi perbankan 27 oktober 1998 merupakan kebijakan penghapusan barrier to entry di industri perbankan. Dengan deregulasi tersebut, untuk pertama kalinya pemerintah memandang perlu menciptakan iklim persaingan perbankan melalui mekanisme pasar, guna mendorong pengaliran dana melalui perluasan jaringan kelembagaan.

¹Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank*, (PT Gramedia Pustaka Utama, 2013), 201

² Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Mengelola Bank Syariah*, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2014). 2

Meningkatnya persaingan dan cepatnya deregulasi perbankan telah mengarahkan bisnis jasa perbankan mencari cara yang menguntungkan untuk mendiferensiasikan diri mereka terhadap pesaing. Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan bisnis dalam sektor perbankan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan tinggi yang nampak dalam kinerja/performa dari layanan yang ada.³

Menurut hasil survey McKinsey (*Marketing Research Indonesia*) tentang *personal financial service* mengindikasikan bahwa perilaku nasabah di Indonesia makin tak mudah di tebak. Mereka sangat puas dengan layanan banknya, tapi mereka tetap mau pindah jika bank lain memberikan *service performance* sesuai harapannya terlebih lagi bila nasabah berada pada kelas ekonomi papan atas yang makin potensial menjadi nasabah kutu loncat.

Fenomena yang ada telah mampu menggeser kepuasan menjadi variabel yang biasa dalam bisnis perbankan. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Schnaars dalam Tjiptono, bahwa terdapat empat kemungkinan hubungan antara kepuasan dan loyalitas pelanggan yaitu: *failures, forced loyalty, defectors, dan successes*. Menurut Bhote Dalam prosesnya, loyalitas ditimbulkan oleh kepuasan tetapi bukan kepuasan pada tingkat “cukup puas” akan tetapi kepuasan pada tingkat tertentu “sangat puas” yang hanya dapat menciptakan loyalitas nasabah yang menunjukkan hasil penelitiannya bahwa pada saat tingkat kepuasan

³<https://www.google.co.id/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=dharmayanti+jurnal>, (08 Maret 2017)

konsumen mencapai 90%, loyal customers hanya mencapai 40% dalam situasi industri jasa perbankan.

Sebagian manajer menganggap bahwa terdapat korelasi positif antara skor kepuasan pelanggan dan perilaku pembeli pelanggan. Anggapan umumnya adalah bahwa peningkatan skor kepuasan seorang pelanggan akan diikuti oleh peningkatan pangsa pendapatan yang dibelanjakan oleh pelanggan, tingkat referensi perusahaan dari pihak lain (*rate of referral*), dan kerelaan pelanggan membayar pada harga yang lebih tinggi (*premium price*). Tetapi, sebagaimana digambarkan oleh temuan-temuan yang saya sebutkan, korelasi itu tidak dapat diandalkan. Tingkat kepuasan belum tentu menghasilkan penjualan dan laba yang lebih tinggi.⁴

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya, kepuasan pelanggan dapat menciptakan

⁴Jiil Griffin, *Customer Loyalty* (Jakarta: Erlangga, 2003), 3.

kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan.⁵

Kepuasan pelanggan tidak akan terlepas dari *service quality* (kualitas pelayanan). *Service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi (*perceived service*) para pelanggan atas layanan yang nyata-nyata mereka terima atau diperoleh dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan (*expected service*). Apabila pelayanan yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan adalah kualitas yang baik. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.⁶

Dalam penelitiannya Taylor dan Baker memperbaiki hubungan antara *service performance*, kepuasan pelanggan, dan intensi pembelian konsumen yang tercermin melalui loyalitas. Hasil penelitiannya mengajukan teori bahwa kepuasan pelanggan adalah tepat dijelaskan sebagai variabel moderator dalam hubungan ini. Sehingga dalam peta pelayanan perbankan yang baru, posisi *service performance* diyakini semakin kuat menciptakan loyalitas nasabah, sedangkan kepuasan nasabah menjadi faktor yang dapat mempengaruhi serta memperkuat pengaruh

⁵FreddyRangkuti, *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima*(Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2017), 311.

⁶Fajar laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 85.

service performance terhadap loyalitas nasabah.⁷ Melalui studi empiris yang dilakukannya untuk menginvestigasi hubungan ketiga variabel tersebut, ditegaskan bahwa kepuasan nasabah saat ini lebih tepat sebagai *moderating variable*, dimana pengaruh *service performance* pada loyalitas dapat diperkuat dengan kehadiran kepuasan nasabah sebagai *moderating variable*.

Untuk memenuhi kepuasan nasabah terhadap pelayanan jasa perbankan, BSM tidak henti-hentinya melakukan berbagai upaya meningkatkan kualitas layanan mulai dari SDM frontliner, tata ruang kantor cabang pembantu/kas, sampai penyempurnaan standar atau prosedur pelayanan kepada nasabah. Kegiatan yang dilakukan dalam rangka peningkatan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah.⁸

Dalam menjalankan aktifitas bisnisnya, BSM senantiasa mengutamakan kepuasan konsumen dengan memberikan layanan terbaik. BSM tidak hanya menjual produk perbankan yang aman dan bermanfaat bagi masyarakat namun juga memberikan perlindungan maksimal kepada konsumen (*product responsibility*). Penelitian ini memilih Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember sebagai obyek penelitian karena dianggap *representative* sebagai bank syariah yang sedang berkembang pesat baik dari segi jumlah nasabah ataupun aset. Terbukti dari saham Bank Syariah Mandiri saat ini (BSM) sebesar 99,9999%.

⁷<https://www.google.co.id/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=dharmayanti+jurnal>, 08 Maret 2017.

⁸Laporan Keberlanjutan 2015 PT. Bank Syariah Mandiri, 103.

Berdasarkan pola pikir diatas, penulis tertarik untuk meluangkan obsesi yang ada pada latar belakang diatas, dengan judul penelitian “**Analisis Dampak *Service Performance* dan Kepuasan Sebagai Moderating Variabel Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember**”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *service performance*/kinerja pelayanan yang terdiri dari *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) mempunyai pengaruh secara langsung yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember?
2. Seberapa besar peran interaksi *service performance*/ kinerja pelayanan yang terdiri dari *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) dan kepuasan sebagai moderating variable dalam mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui apakah *service performance*/kinerja pelayanan yang terdiri dari *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) mempunyai pengaruh secara langsung yang

signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember.

2. Mengetahui seberapa besar peran interaksi *service performance*/kinerja pelayanan yang terdiri dari *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) dan kepuasan sebagai moderating variable dalam menjelaskan varian loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan penelitian harus realistis.⁹ Adapun manfaat yang ingin dicapai dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih konsep pemecahan masalah sebagai model spesifik dalam hubungan ketiga konstruk: *Service Performance* / Kinerja Pelayanan, Kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.

⁹ Ibid.,38

2. Manfaat Parktis

- a. Bagi Penulis: penelitian ini digunakan untuk menambah wawasan dan bisa diterapkan dalam dunia praktis khususnya dalam dunia perbankan.
- b. Bagi Instansi Bank: sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan dalam menentukan dan perencanaan kinerja yang akan dicapai oleh manajemen selanjutnya.
- c. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember: sebagai pengembangan ilmu dan sebagai referensi kepustakaan serta perbandingan dalam penelitian selanjutnya.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁰

Adapun Variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini ada 3, yaitu:

- a. Variabel bebas atau *independent variable* adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabel independen yang disimbolkan dengan (X_1)

¹⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 60.

adalah *Reliability* (keandalan), (X2) *Assurance* (kepastian), (X3) *Tangible* (berwujud), (X4) *Empathy* (empati), (X5) *Responsiveness* (daya tanggap).

- b. Variabel moderator adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel ini disebut juga sebagai *independent variable* kedua. dalam penelitian ini variabel moderator disimbolkan dengan (Z) adalah Kepuasan Nasabah.
- c. Variabel terikat atau *dependent variable* adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen disimbolkan dengan (Y) yaitu Loyalitas Nasabah.

2. Indikator Variabel

Setelah variabel penelitian terpenuhi kemudian dilanjutkan dengan mengemukakan indikator-indikator variabel yang merupakan rujukan empiris dari variabel yang diteliti. Indikator empiris ini nantinya akan dijadikan sebagai dasar dalam membuat butir-butir atau item pertanyaan dalam angket, interview, dan observasi.¹¹

Dalam penelitian ini terdapat tujuh variabel yaitu *service performance* yang terdapat 5 variabel, kepuasan serta loyalitas nasabah.

Adapun indikator dari penelitian ini, antara lain:

- a. Indikator dari *Service Performance* (X) adalah:

¹¹STAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 38.

Indikator dari service performance (kinerja pelayanan) tersebut difokuskan menjadi 5 dimensi (ukuran) kualitas jasa/ pelayanan:¹²

1. *Reliability* (keandalan)
 2. *Assurance* (kepastian)
 3. *Tangible* (berwujud)
 4. *Empathy* (empati)
 5. *Responsiveness* (cepat tanggap)
- b. Indikator dari Kepuasan Nasabah (Z) adalah:

Dalam Vinna Sri Yuniarti dikutip dari (Wilkie) membagi kepuasan konsumen dalam lima elemen berikut:¹³

1. *Expectations*
 2. *Performance*
 3. *Comparison*
 4. *Confirmation/disconfirmation*
 5. *Discrepancy*
- c. Indikator dari Loyalitas Nasabah (Y) adalah:

Variabel ini sering disebut output, kriteria, dan konsekuen, dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹⁴

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

¹²FreddyRangkuti, *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima*, 310.

¹³Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 234.

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 39.

1. Kemauan untuk merekomendasikan.
2. Sebagai perusahaan pemilihan pertama.
3. Membeli jasa untuk masa mendatang.
4. Ajakan untuk melakukan pembelian.
5. Menginformasikan hal yang baik.

F. Definisi Operasional

1. *Service* (Pelayanan)

pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pada pemilikan sesuatu.¹⁵

2. *Performance* (Kinerja)

Dalam Srimulyo yang dijelaskan oleh Freddy mengatakan bahwa “kinerja atau prestasi kerja seorang pegawai pada dasarnya adalah hasil kerja seorang pegawai selama periode tertentu yang dibandingkan dengan kemungkinan misalnya standar, target atau kinerja yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama. Kinerja juga dapat didefinisikan sebagai hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.¹⁶

¹⁵ FreddyRangkuti, *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima*, xii

¹⁶Ibid., 107.

3. Kepuasan

Secara umum, kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.¹⁷

Sedangkan dalam referensi lain mengatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.¹⁸

4. Loyalitas

Oliver mendefinisikan loyalitas (loyalty) sebagai “komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.”¹⁹

5. Nasabah

Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa Bank Syariah dan/atau UUS.²⁰

¹⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 139

¹⁸ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 96.

¹⁹ Ibid., 138

²⁰ Undang-Undang R.I Tentang Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, 5.

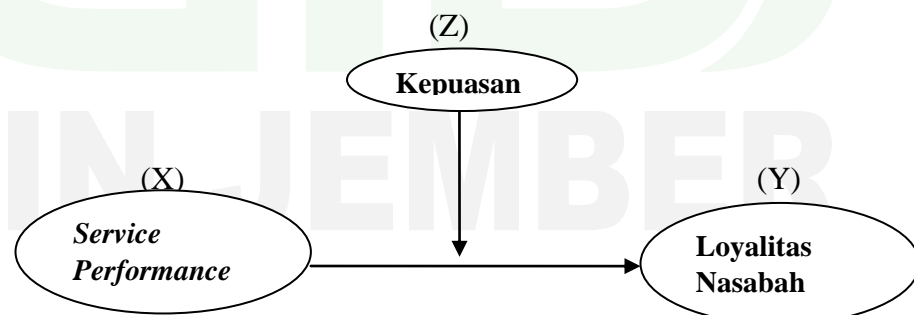
G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian biasa disebut juga sebagai anggapan dasar atau postulat, yaitu sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh peneliti.²¹ Dalam penelitian ini, peneliti mempunyai asumsi bahwa:

1. Loyalitas nasabah akan meningkat apabila pihak bank memberikan *service performance*/kinerja pelayanan yang baik pada nasabah.
2. Interaksi antara *service performance* kepuasan nasabah sebagai moderating variabel mampu mempengaruhi (memperkuat) pengaruh *service performance* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember.

Melalui asumsi diatas peneliti ingin mengetahui apakah ada hubungan yang signifikan antara *service performance* dengan loyalitas nasabah serta dapat mengetahui seberapa besar interaksi *service performance* dengan adanya kepuasan sebagai moderating variabel terhadap loyalitas nasabah.

Adapun model dari penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



²¹ IAIN JEMBER, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN JEMBER, 2015), 39.

H. Hipotesis

Adapun hipotesis kerja (Ha) dalam penelitian ini berbunyi:

1. Hipotesis kerja (Ha)
 - a. Diduga *service performance/kinerja* pelayanan yang terdiri dari *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) memiliki pengaruh secara langsung yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.
 - b. Diduga interaksi antara *service performance/kinerja* pelayanan yang terdiri dari *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) dan kepuasan nasabah sebagai moderating variabel lebih menjelaskan varian loyalitas nasabah.

Adapun hipotesis nol (Ho) dalam penelitian ini berbunyi:

2. Hipotesis nol (Ho)
 - a. Diduga *service performance/kinerja* pelayanan yang terdiri dari *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) tidak memiliki pengaruh secara langsung yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember.

- b. Diduga tidak ada interaksi antara service performance/ kinerja pelayanan yang terdiri dari *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) dan kepuasan sebagai moderating variable dalam menjelaskan varian loyalitas nasabah.

I. Metode Penelitian

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²²

1. Pendekatan dan jenis penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian lapangan atau *field research* yaitu dengan meneliti langsung pada objek yang akan diteliti. Yang akan diteliti adalah nasabah Tabungan Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember. Penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah untuk melakukan penelitian dan pengumpulan data.

²²Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 14

2. Populasi dan sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²³ Berdasarkan pemahaman tersebut, maka penentuan populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri yang pernah merasakan pelayanan di Bank Syariah Mandiri dan telah melakukan transaksi atas nama sendiri di Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember. Berdasarkan data yang diperoleh bahwa jumlah nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember berjumlah kurang lebih 3000 nasabah.

Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.²⁴

Dalam buku lain disebutkan bahwa populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta cirri-ciri yang telah ditetapkan.²⁵ Sedangkan sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.²⁶ Survei sampel adalah suatu prosedur dimana hanya sebagian

²³Ibid.,117.

²⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 81.

²⁵Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 271

²⁶Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*(Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 109.

dari populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dihendaki dari populasi.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik non probability sampling dengan menggunakan sampling insidental. Dikatakan insidental karena penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.²⁷ Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 97 nasabah yang ditemui selama penelitian dilakukan. Untuk tingkat signifikansi dalam skripsi ini menggunakan 0,05 atau 5% karena dalam penelitian ini termasuk penelitian sosial.

Dalam penelitian ini jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

Ket:

n= Ukuran Sampel

N= Ukuran Populasi

E= Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%

²⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, 85

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{3000}{1+3000(0,01)} \\
 &= \frac{3000}{1+30} \\
 &= \frac{3000}{31} \\
 &= 96,774194 = 97 \text{ Nasabah}
 \end{aligned}$$

3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

a. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa “observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.”²⁸

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi terstruktur dari segi kerangka kerjanya. Memakai observasi

²⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, 203

terstruktur dikarenakan peneliti telah merancang apa yang akan diamati, kapan dan dimana tempatnya.

Data yang didapat melalui observasi ini adalah mengenai *service performance* (kinerja pelayanan) dan kepuasan nasabah yang mempengaruhi loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember.

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.²⁹

Namun dalam redaksi lain, kuesioner atau angket adalah instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam teknik komunikasi tak langsung, artinya responden secara tidak langsung menjawab pertanyaan tertulis yang dikirim oleh media tertentu.³⁰

Data yang diperoleh melalui angket adalah data mengenai respon nasabah mengenai *service performance* /kinerja pelayanan serta kepuasan yang mempengaruhi loyalitas nasabah itu sendiri terhadap bank sehingga bertahan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember.

²⁹Ibid.,199

³⁰ Indah Wahyuni, *Statistik Pendidikan* (Jember: STAIN Jember Press, 2013), 17

3. Dokumentasi

Dokumentasi dari asal katanya dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Didalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya.³¹

Dalam hal ini informasi yang diperoleh berkenaan dengan:

- a) Sejarah Bank Syariah Mandiri
- b) Struktur organisasi Bank Syariah Mandiri
- c) Visi-dan Misi Bank Syariah Mandiri
- d) Data-data yang dibutuhkan (foto, dll)

4. Wawancara

Wawancara adalah instrumen pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Informasi yang diperoleh dari teknik wawancara ini adalah informasi yang terkait dengan:

- a) Berapa banyak jumlah nasabah yang menyimpan uangnya di Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember
- b) Informasi yang menunjang dari beberapa data yang telah berhasil diperoleh

³¹ Arikunto, *Prosedur Penelitian*, 135.

b. Instrumen Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan instrumen angket (*kuesioner*) dengan pertanyaan dari ketiga variabel dan peneliti menggunakan skala *likert*. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.³² Kata-kata yang digunakan dalam skala likert yaitu: sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju.

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor. Pemberian skor dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 1. 1
Pemberian Data Skor (*Skala Likert*)

No	Jawaban	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

4. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain yang terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data

³²Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 134-135.

berdasarkan variabel dan jenis responden, mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.³³ Dalam penelitian ini penulis menggunakan alat bantu ekonometrika (*software*) yaitu SPSS *Statistics*.

Analisis data yang digunakan sebagai berikut:

a. Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapatkan model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data yang diantaranya adalah terhindar dari adanya multikolonieritas, autokorelasi, heteroskedastisitas, dan normalitas.

1) Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independen*), jika terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolonieritas yang harus diatasi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel tidak *orthogonal*. Variabel *orthogonal* adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi atau tidaknya multikolonieritas didalam model regresi adalah sebagai berikut:

³³Ibid., 201

- a) Nilai *tolerance* dan lawannya.
- b) *Variance inflation factor*.

Kedua ukuran di atas menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel lainnya. *Tolerance* mengukur variabel bebas yang dipilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF (karena $VIF = 1 / tolerance$) dan menunjukkan adanya kolineritas yang tinggi. Nilai *cut off* yang dipakai oleh nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF kurang dari 10, apabila terdapat variabel bebas yang dimiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui atau menguji apakah dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda ataukah tetap. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap atau sama, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi problem heteroskedastisitas adalah melalui grafik scatterplot, yaitu jika plotting titik-titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul pada suatu tempat,

maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas.

3) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, seperti diketahui bahwa uji t mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah. Salah satu cara untuk mendeteksi apakah residual data terdistribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat grafik normal *probability plot*, yaitu jika titik-titik plot berada disekitar garis diagonal dan tidak melebar dari garis diagonal, maka dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.³⁴

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Adapun teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linier berganda merupakan teknik analisis regresi yang dapat digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Persamaannya dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \dots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

³⁴ Hengky Latan, *Analisis Multivariat Teknik Dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2013), 80.

Keterangan:

Y = Variabel Dependen

α = Konstanta atau Intercept

β = Koefisien Variabel Independen

X = Variabel Independen

ε = Error³⁵

c. Uji hipotesis

1) Uji t

Uji t dalam regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji apakah parameter (koefisien regresi dan konstanta) yang diduga untuk mengestimasi persamaan/model regresi linier berganda sudah merupakan parameter yang tepat atau belum. Maksud tepat disini adalah parameter tersebut mampu menjelaskan perilaku variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikatnya. Kriteria pengujiannya ialah:

a) Nilai probabilitas (SIG) < 0,05 maka berpengaruh signifikan.

b) Nilai probabilitas (SIG) > 0,05 maka tidak berpengaruh signifikan.

2) Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas (variabel independen) secara bersama-sama berpengaruh

³⁵Ibid.,84.

terhadap variabel terikat (variabel dependen) pada tingkat signifikansi 0,05 (5%). Pengujian semua koefisien regresi secara bersama-sama dilakukan dengan uji F dengan pengujian sebagai berikut:

Bila probabilitas $\beta_i > 0,05$ —————> tidak signifikan

Bila probabilitas $\beta_i < 0,05$ —————> signifikan

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefisien determinasi (R^2) merupakan angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varian atau penyebaran dari variabel-variabel dependen atau angka yang menunjukkan seberapa besar variasi variabel dependen dipengaruhi oleh variabel-variabel independen.

Biasanya koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai 1 atau $0 \leq R^2 \leq 1$, yang berarti variasi dari variabel bebas semakin dapat menjelaskan variasi dari variabel tidak bebas bila angkanya semakin mendekati 1. Pada penelitian ini juga akan digunakan koefisien determinasi yang telah disesuaikan dengan jumlah variabel dan jumlah observasinya (*adjusted* R^2 atau dilambangkan dengan *adj* R^2), karena lebih menggambarkan kemampuan yang sebenarnya dari variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen.³⁶

³⁶Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), 181.

e. Penetapan tingkat signifikan

Penetapan hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95 karena tingkat signifikansi itu yang umum digunakan pada penelitian ilmu-ilmu sosial dan dianggap cukup tepat untuk mewakili hubungan antar variabel yang diteliti.³⁷

J. Sistematika Pembahasan

Dalam Sistematika pembahasan iniberisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup.³⁸ Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah:

BAB I Pendahuluan, meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian (yang meliputi variabel penelitian dan indikator variabel), definisi operasional, hipotesis, metode penelitian (yang mencakup pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik dan instrumen pengumpulan data, dan analisa data), serta sistematika pembahasan.

BAB II Kajian kepustakaan, menjelaskan tentang penelitian terdahulu yang membahas penelitian yang telah dilakukan oleh orang lain yang serupa dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Kemudian kajian teori yang membahas tentang teori yang dijadikan landasan dalam melakukan penelitian yang sesuai dengan fokus penelitian.

³⁷Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1999), 460.

³⁸STAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 48.

BAB III Penyajian data dan analisis, meliputi gambaran obyek penelitian, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis serta pembahasan temuan ketika melakukan penelitian.

BAB IV Penutup atau kesimpulan dan saran, dalam bab ini akan membahas tentang kesimpulan dari masalah-masalah yang telah dirumuskan dalam penelitian beserta saran-saran dari peneliti.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang *service performance* (kinerja pelayanan) dan kepuasan dengan loyalitas nasabah memang sudah ada atau sudah pernah diteliti sebelumnya, sebagai bahan perbandingan antara penelitian terdahulu dengan yang peneliti lakukan sekarang, peneliti menyajikan peneliti-peneliti terdahulu yaitu:

No	Penulis	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Hermawan Setiono	Pengaruh kualitas jasa dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen (studi kasus pada perusahaan priority cargo package di yogyakarta). ³⁹	Variabel bebas Kualitas Jasa (X1) Kepuasan Konsumen (X2) Variabel terikat Loyalitas konsumen	1. Disimpulkan bahwa variabel kualitas jasa memiliki arah pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen yang dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,842 2. Disimpulkan bahwa variabel kepuasan konsumen memiliki arah pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,650

³⁹Hermawan Setiono, Pengaruh kualitas jasa dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, (Skripsi: Yogyakarta:Universitas Sanata Dharma, 2007).

Persamaan: sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian menggunakan *field research* (penelitian lapangan), sama-sama menggunakan kepuasan sebagai variabel independen dan loyalitas sebagai variabel dependen.

Perbedaan: Peneliti pertama menggunakan teknik analisis data regresi linier sederhana sedangkan peneliti kedua menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda.

No	Penulis	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
2.	Irma Wahyuningtyas	Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank tabungan pensiunan nasional kantor cabang pembantu rogojampi banyuwangi. ⁴⁰	Variabel bebas Kualitas Pelayanan (X1) Kepercayaan (X2) Variabel terikat Loyalitas Nasabah	Secara simultan menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank tabungan pensiunan nasional KCP rogojampi banyuwangi terbukti dari hasil F Hitung $5,774 > F$ tabel $3,10$ dengan signifikansi $0,004 < 0,05$. Hal ini

⁴⁰Irma Wahyuningtyas, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Rogojampi Banyuwangi, (Skripsi: Jember: IAIN Jember, 2016).

				mengindikasikan apabila kualitas pelayanan dan kepercayaan lebih ditingkatkan lagi maka loyalitas nasabah di Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Rogojampi Banyuwangi akan lebih meningkat lagi.
--	--	--	--	--

Persamaan: Sama-sama menggunakan tiga variable, sama-sama menggunakan loyalitas sebagai variabel dependen dan sama-sama menggunakan teknik analisis data regresi berganda, sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif.

Perbedaan: Peneliti pertama menggunakan variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan sebagai variabel independen sedangkan peneliti kedua memakai *service performance* (kinerja pelayanan) dan Kepuasan sebagai moderating variabel sebagai variabel independen.

NO	Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
3.	Risma Eka Noventi	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di Bank Mega Syariah kantor cabang	Variabel bebas Kualitas Pelayanan Variabel	Secara simultan (bersama-sama), variabel kualitas pelayanan yaitu Tangibility (X1), Reliability (X2),

		pembantu ambulu. ⁴¹	terikat Loyalitas Nasabah	Responsiveness (X3), Assurance (X4) dan Empathy (X5) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Mega Syariah KCP Ambulu. Hal ini terlihat dari hasil perhitungan uji ANOVA atau Uji-F diperoleh F hitung sebesar 8,340 yaitu lebih besar dari F-tabel sebesar 2,49 dengan tingkat signifikan 0.000 lebih kecil dari probabilitas 0.05 ($\alpha = 5\%$). Sehingga dari hasil diatas dapat diambil kesimpulan bahwa secara bersama-sama variabel X1, X2, X3, X4 dan X5 berpengaruh nyata terhadap Loyalitas Nasabah (Y)
--	--	--------------------------------	-------------------------------------	---

Persamaan: sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan juga memunggunakan teknik analisis data regresi linier berganda, sama-sama menggunakan loyalitas nasabah sebagai variabel dependen.

Perbedaan:peneliti pertama hanya menggunakan satu variabel independen sedangkan peneliti kedua menggunakan dua variabel independen.

⁴¹ Risma Eka Noventi. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Mega Syariah KCP.Ambulu.(Skripsi: Jember: STAIN Jember, 2012).

B. Kajian Teori

1. *Service Performance*

Service performance menurut Cronin dan Taylor yang dikutip dari (Dharmayanti) adalah kinerja dari pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar mereka rasakan.⁴²

Konsep *PRIME service* dalam melayani pelanggan sangat penting dilakukan oleh setiap instansi. Diharapkan dengan menerapkan konsep *PRIME service* ini, kinerja pelayanan menjadi lebih baik sehingga dapat memuaskan pelanggan. *PRIME service* merupakan singkatan dari proaktif, ramah, ikhlas, mudah, dan empati, yaitu sebagai berikut:⁴³

- a. Proaktif: inisiatif dalam mengambil tindakan yang tepat untuk memenuhi ekspektasi masyarakat selaku konsumen, baik terhadap konsumen internal maupun eksternal dengan tujuan utama bergerak maju dan berorientasi masa depan.
- b. Ramah: mengedepankan senyum, salam, dan sapa dengan tutur kata bahasa serta sikap santun.
- c. Ikhlas: bentuk usaha terarah dalam mendapatkan sebuah hasil dengan menggunakan kesucian hati sebagai manifestasi kemuliaan diri. Seseorang yang bekerja dengan ikhlas tidak akan pernah

⁴²<https://www.google.co.id/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=dharmayanti+jurnal>, 08 Maret 2017.

⁴³FreddyRangkuti, *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima*, 326.

membatasi kuantitas pekerjaannya hanya sebatas nilai gaji yang diterima. Seseorang yang bekerja ikhlas seringkali bekerja lebih lama, lebih serius, dan lebih banyak dari karyawan lain, karena dia ingin memberikan yang terbaik untuk perusahaan, tanpa mengharapkan imbalan tambahan. Mereka bahkan akan memberikan lebih dari yang diharapkan oleh perusahaan dan tidak pernah bertransaksi dalam membantu rekan kerja.

- d. Mudah: senantiasa mengutamakan aksi korporasi dalam proses bisnis dengan mengurangi segala hambatan dan yang tidak bermanfaat disetiap proses (birokrasi), dengan kata lain proses bisnis yang mudah tidak perlu dipersulit.
- e. Empati: kemampuan untuk memahami perasaan atau pikiran orang lain dan memproyeksikannya melalui kata-kata dan bahasa tubuh yang sesuai tanpa larut dalam perasaan atau pikiran itu sendiri.

Unsur-unsur dari pelayanan prima tentunya menumbuhkan standarisasi, antara lain dalam bersikap, berpakaian beserta kelengkapan aksesorisnya, etika dalam bertelepon, dan unsur lainnya mulai dari level pimpinan sampai dengan tingkat staf termasuk satpam, *cleaning service*, baik sebagai pegawai organik perusahaan maupun pelayanan yang melibatkan pegawai dengan sistem kontrak bekerja sama dengan perusahaan lain.

a) Indikator dari service performance (kinerja pelayanan) tersebut difokuskan menjadi 5 dimensi (ukuran) kualitas jasa/pelayanan:⁴⁴

- 1) *Reliability* (keandalan): yakni kemampuan untuk melaksanakan jasa yang telah dijanjikan secara konsisten dan dapat diandalkan (akurat).
- 2) *Assurance* (kepastian): mencakup pengetahuan dan keramah tamahan para karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan.
- 3) *Tangible* (berwujud): meliputi penampilan fisik dari fasilitas, peralatan, karyawan, dan alat-alat komunikasi.
- 4) *Empathy* (empati): meliputi pemahaman pemberian perhatian secara individual kepada pelanggan, kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan pelanggan.
- 5) *Responsiveness* (cepat tanggap): yaitu kemauan untuk membantu pelanggan (konsumen) dan menyediakan jasa/pelayanan yang cepat dan tepat.

⁴⁴Ibid., 310.

b) Strategi untuk meningkatkan kinerja

Dengan menciptakan nilai menuju loyalitas pelanggan, kinerja dapat ditingkatkan. Tahapannya sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan pemahaman mengenai *customer insight*
- 2) Meningkatkan indeks kepuasan *customer service*
- 3) Meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan
- 4) Meningkatkan *Word of Mouth* (WOM)

2. Kepuasan

Konsep kepuasan pelanggan adalah titik pertemuan antara “tujuan organisasi” (pemberi layanan) dengan “kebutuhan dan keinginan pelanggan” (penerima layanan). Tujuan organisasi menghasilkan produk sesuai dengan nilai produk bagi pelanggan, sedangkan kebutuhan dan keinginan pelanggan adalah harapan pelanggan terhadap produk.⁴⁵

a. Komponen kepuasan konsumen

Dalam buku yang dikutip dari Giese dan Cote mengatakan bahwa “sekalipun banyak definisi kepuasan konsumen, secara umum definisi tersebut tetap mengarah pada tiga komponen utama, yaitu sebagai berikut.”⁴⁶

- 1) *Respons tipe* dan intensitas, yaitu kepuasan konsumen merupakan respons emosional dan kognitif. Intensitas responnya

⁴⁵ Surjadi, Pengembangan Kinerja Pelayanan Publik, (Bandung: PT.Refika Aditama, 2009), 49.

⁴⁶ Vinna Sri Yuniarti. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, 237

mulai dari sangat puas dan menyukai produk sampai sikap yang apatis terhadap produk tertentu.

- 2) Fokus, yaitu performasi objek disesuaikan pada beberapa standar. Nilai standar ini secara langsung berkaitan dengan produk, konsumsi, keputusan dan berbelanja, penjual, dan toko.
 - 3) Waktu respons, terjadi pada waktu tertentu, antara lain setelah penggunaan pemilihan produk atau jasa dan berdasarkan pengalaman akumulatif. Durasi kepuasan mengarah pada berapa lama respon kepuasan berakhir.
- b. Ciri-ciri konsumen yang puas

Kotler menyatakan bahwa “ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut:

- 1) Loyal terhadap produk, yaitu membeli ulang dari produsen yang sama.
- 2) Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan produk yang dikonsumsi.
- 3) Perusahaan menjadi pertimbangan utama, yaitu ketika membeli merek lain, perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan pertama.

c. Elemen kepuasan konsumen

Dalam Vinna Sri Yuniarti dikutip dari (Wilkie) membagi kepuasan konsumen dalam lima elemen berikut:⁴⁷

1) *Expectations*

Pemahaman mengenai kepuasan konsumen dibangun selama fase pra-pembelian melalui proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen. Sebelum melakukan pembelian, konsumen mengembangkan pengharapan atau keyakinan mengenai hal-hal yang mereka harapkan dari suatu produk ketika mereka menggunakan produk tersebut. Pengharapan ini akan dilanjutkan pada fase pasca-pembelian ketika mereka secara aktif mengonsumsi kembali produk tersebut.

2) *Performance*

Selama mengonsumsi suatu produk, konsumen menyadari kegunaan produk actual dan menerima kinerja produk tersebut sebagai dimensi yang paling penting bagi konsumen.

3) *Comparison*

Setelah mengonsumsi, terdapat adanya harapan pra-pembelian dan persepsi kinerja actual, yang mendorong konsumen untuk membandingkan keduanya.

⁴⁷Ibid., 234.

4) *Confirmation/disconfirmation*

Hasil perbandingan tersebut akan menghasilkan *confirmation of expectation*, yaitu ketika harapan dan kinerja berada pada level yang sama atau akan menghasilkan *disconfirmation of expectation*, yaitu jika kinerja aktual lebih baik atau kurang dari level yang diharapkan.

5) *Discrepancy*

Jika level kinerja tidak sama, *discrepancy* mengindikasikan perbedaan antara level kinerja dengan harapan. Untuk *negative disconfirmations*, yaitu ketika kinerja aktual berada dibawah level harapan, kesenjangan yang lebih luas lagi akan mengakibatkan tingginya level ketidakpuasan.

d. Tipe-tipe kepuasan dan ketidakpuasan konsumen

Dalam buku yang dikutip dari Sumarwan menjelaskan bahwa teori kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terbentuk dari model diskonfirmasi ekspektasi, yaitu menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dan kenyataan yang diperoleh pelanggan dari produk atau jasa tersebut.⁴⁸

Harapan pelanggan saat membeli sebenarnya mempertimbangkan fungsi produk tersebut (*product performance*).

Fungsi produk, antara lain:

⁴⁸ Ibid., 238

- 1) Produk dapat berfungsi lebih baik daripada yang diharapkan disebut diskonfirmasi positif (*positive disconfirmation*). Apabila hal ini terjadi, pelanggan akan merasa puas.
- 2) Produk dapat berfungsi seperti yang diharapkan disebut konfirmasi sederhana (*simple confirmation*). Produk tersebut tidak memberikan rasa puas dan produk tersebut tidak mengecewakan sehingga pelanggan akan memiliki perasaan netral;
- 3) Produk dapat berfungsi lebih buruk dari yang diharapkan disebut diskonfirmasi negatif (*negative disconfirmation*). Apabila hal ini terjadi, akan menyebabkan kekecewaan sehingga pelanggan merasa tidak puas.

e. Sebab-sebab timbulnya ketidakpuasan

Tentu banyak sebab-sebab munculnya rasa tidak puas terhadap sesuatu antara lain:⁴⁹

- 1) Tidak sesuai harapan dengan kenyataan
- 2) Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan
- 3) Perilaku personil kurang memuaskan
- 4) Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang
- 5) Cost terlalu tinggi, Karena jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai

⁴⁹Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2013), 286.

f. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Lupiyoadi menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain sebagai berikut:⁵⁰

- a. Kualitas produk, yaitu konsumen akan puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Montgomery menyatakan bahwa produk dikatakan berkualitas bagi seseorang jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk ada dua, yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari faktor eksternal adalah citra merek.
- b. Kualitas pelayanan, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
- c. Emosional, yaitu konsumen merasa puas ketika orang memujinya karena menggunakan merek yang mahal.
- d. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama, tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
- e. Biaya, yaitu konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk

⁵⁰Vinna Sri Yuniarti. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, 239.

mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

3. Loyalitas Nasabah

Loyalitas merupakan istilah kuno yang secara tradisional telah digunakan untuk melukiskan kesetiaan dan pengabdian antusias kepada Negara, cita-cita, atau individu. Dalam konteks bisnis belakangan ini, istilah loyalitas telah digunakan untuk melukiskan kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang serta jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan sukarela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada teman-teman dan rekan-rekannya.⁵¹

a. Indikator pengukuran loyalitas konsumen

Dalam Tjiptono dikutip dalam bukunya Vinna Sri Yuniarti mengemukakan bahwa “ada enam indikator yang dapat digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen, yaitu sebagai berikut:⁵²

- 1) Pembelian ulang
- 2) Kebiasaan mengonsumsi merek tersebut
- 3) Selalu menyukai merek tersebut
- 4) Tetap memilih merek tersebut
- 5) Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik
- 6) Merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain

⁵¹ Lovelock dan Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: indeks 2007), 133.

⁵² Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, 242

b. Tingkat loyalitas konsumen

Oliver mendefinisikan bahwa loyalitas konsumen dengan suatu keadaan yang menunjukkan adanya komitmen yang kuat dalam pembelian ulang dan penggunaan kembali barang dan jasa perusahaan. Tingkat loyalitas konsumen terdiri atas empat tahap berikut.⁵³

- 1) Loyalitas kognitif, yaitu tahap pengetahuan langsung ataupun tidak langsung konsumen terhadap merek, manfaat, dan dilanjutkan ke pembelian berdasarkan keyakinan akan superioritas yang ditawarkan. Dasar kesetiaan adalah informasi tentang produk atau jasa yang tersedia bagi konsumen.
- 2) Loyalitas afektif, yaitu sikap *favorable* konsumen terhadap merek merupakan hasil dari konfirmasi yang berulang dari harapannya selama tahap *cognitively loyalty* berlangsung. Dasar kesetiaan konsumen adalah sikap dan komitmen terhadap produk dan jasa sehingga telah terbentuk suatu hubungan yang lebih mendalam antara konsumen dengan penyedia produk atau jasa dibandingkan pada tahap sebelumnya.
- 3) Loyalitas konatif, yaitu intensitas membeli ulang sangat kuat dan memiliki keterlibatan tinggi yang merupakan dorongan motivasi.

⁵³Ibid.,241-242.

- 4) Loyalitas tindakan, yaitu menghubungkan penambahan yang baik untuk tindakan serta keinginan untuk mengatasi kesulitan, seperti pada tindakan kesetiaan.

c. Hukum loyalitas

Hukum loyalitas terdiri dari:

- 1) Bangun loyalitas staf, konsumen akan sangat senang dengan staf yang dekat dengannya, yang penuh perhatian. Oleh sebab itu, layani dahulu pegawai anda sehingga, pada gilirannya, bisa melayani pelanggan
- 2) Kenali tingkat loyalitas, pastikan pelanggan anda melalui pelanggan harus selalu memperbaiki tingkat loyalitasnya sehingga konsumen dapat dibentuk menjadi semakin loyal dari awal sampai akhir, setahap demi setahap
- 3) Utamakan pelayanan, nomor dua penjualan. Penjualan merupakan hasil dari pelayanan yang terbaik.
- 4) Cari complain konsumen dengan agresif. Cari dan teliti secara aktif apa yang sebenarnya dikeluhkan oleh pelanggan atau nasabah.
- 5) Lebih responsive dan pertahankan sikap
- 6) Menangkan kembali pelanggan yang berpindah
- 7) Layani pelanggan yang sama dengan baik, konsumen biasanya memperoleh layanan-layanan dari berbagai personel.

Konsumen harus mendapatkan layanan yang sama, artinya tidak ada layanan yang berbeda secara mencolok.

- 8) Berkolaborasi dengan mitra saluran anda, gunakan saluran yang bisa dimanfaatkan oleh lembaga, terutama oleh lembaga pemerintah atau non pemerintah yang berhubungan dengan lembaga. Saluran tersebut bisa dimanfaatkan agar masyarakat lebih tertarik dan loyal terhadap lembaga.
- 9) Simpanan data anda dalam satu basis data terpusat. Cara ini perlu dilakukan untuk mempermudah akses informasi, mengetahui apa yang dikehendaki, serta menganalisis apa yang hendak dilakukan oleh manajemen.⁵⁴



⁵⁴ Ibid., 239

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Lokasi PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember

Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember beralamat di JL PB. Sudirman NO. 41-43, Jemberlor, Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68118 Letaknya yang strategis dekat dengan RS.DKT Jember merupakan salah satu faktor pendukung masyarakat Jember lebih mudah menemukan Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember.

2. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Mandiri

PT Bank Syariah Mandiri (BSM) didirikan pertama kali dengan nama PT Bank Industri Nasional disingkat PT BINA atau disebut juga PT National Industrial Banking Corporation Ltd., berkantor pusat di Jakarta, berdasarkan Akta No. 115 tanggal 15 Juni 1955 dibuat di hadapan Meester Raden Soedja, S.H., Notaris di Jakarta. Akta tersebut telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia (dahulu Menteri Kehakiman Republik Indonesia) berdasarkan Surat Keputusan No.J.A.5/69/23 tanggal 16 Juli 1955. Akta tersebut telah didaftarkan pada buku register di Kantor Pengadilan Negeri Jakarta Selatan No. 1810 tanggal 6 Oktober 1955 dan telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 37 tanggal 8 Mei 1956, Tambahan No. 390.

Sesuai dengan Akta Perubahan Anggaran Dasar No. 12 tanggal 6 April 1967 yang diubah dengan Akta Perubahan Anggaran Dasar No. 37 tanggal 4 Oktober 1967, keduanya dibuat di hadapan Adlan Yulizar, S.H., Notaris di Jakarta. Perubahan tersebut telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 34 tanggal 29 April 1969, Tambahan No. 55, nama Bank diubah dari PT Bank Industri Nasional disingkat PT BINA atau disebut juga PT National Industrial Banking Corporation Ltd. menjadi PT Bank Maritim Indonesia.

Sesuai dengan Akta Berita Acara Rapat No. 146 tanggal 10 Agustus 1973 dibuat di hadapan Raden Soeratman, S.H., Notaris di Jakarta, yang telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 79 tanggal 1 Oktober 1974, Tambahan No. 554, nama Bank diubah dari PT Bank Maritim Indonesia menjadi PT Bank Susila Bakti.

Sesuai dengan Akta Pernyataan Keputusan Rapat No. 29 tanggal 19 Mei 1999 dibuat dihadapan Machrani Moertolo Soenarto, S.H., Notaris di Jakarta yang telah mendapat persetujuan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. C2-1210.HT.01.04.TH 99 tanggal 1 Juli 1999. Persetujuan tersebut diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 87 tanggal 31 Oktober 2000, Tambahan No. 6587, nama Bank diubah dari PT Bank Susila Bakti menjadi PT Bank Syariah Sakinah Mandiri.

Sesuai dengan Akta Pernyataan Keputusan Rapat No. 7 tanggal 7 Juli 1999 dibuat di hadapan Machrani Moertolo Soenarto, S.H., Notaris di

Jakarta, yang diubah berturut-turut dengan Akta Berita Acara Rapat No. 6 tanggal 22 Juli 1999 dan Akta Berita Acara No. 9 tanggal 23 Juli 1999, keduanya dibuat di hadapan Hasanal Yani Ali Amin, S.H., Notaris di Jakarta. Selain itu, Akta Pernyataan Keputusan Rapat Perubahan Anggaran Dasar No. 23 tanggal 8 September 1999 dibuat di hadapan Sutjipto, S.H., Notaris di Jakarta. Akta-akta tersebut telah mendapat persetujuan Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. 16495.HT.01.04.TH.99 tanggal 16 September 1999. Persetujuan itu diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 87 tanggal 31 Oktober 2000, Tambahan No. 6588, nama Bank diubah dari PT Bank Syariah Sakinah Mandiri menjadi PT Bank Syariah Mandiri.

Selanjutnya Bank mendapatkan izin usaha dari Bank Indonesia berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 1/24/KEP.GBI/1999 tanggal 25 Oktober 1999 sebagai bank umum berdasarkan prinsip syariah dan mulai beroperasi sejak tanggal 1 November 1999. Sesuai dengan Akta Pernyataan Keputusan Rapat Perubahan Anggaran Dasar No. 38 tanggal 10 Maret 2000 dibuat di hadapan Lia Muliani, S.H., pengganti dari Sutjipto, S.H., Notaris di Jakarta, Bank melakukan perubahan jumlah modal saham yang telah mendapat persetujuan dari Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia berdasarkan Surat Keputusan No. C-11545.HT.01.04.TH.2000 tanggal 6 Juni 2000. Persetujuan itu telah

diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 87 tanggal 31 Oktober 2000, Tambahan No. 6589.

Pada tahun 2006 terdapat perubahan terhadap anggaran dasar sebagaimana dimuat dalam Akta Pernyataan Keputusan Rapat PT Bank Syariah Mandiri No. 59 tanggal 17 Mei 2006, dibuat di hadapan Imas Fatimah, S.H., Notaris di Jakarta, serta telah diumumkan dalam Berita Negara Bank telah mengubah dan menyesuaikan anggaran dasarnya dengan Undang-Undang RI No. 40 Republik Indonesia No. 74 tanggal 15 September 2006, Tambahan No. 960.

Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas sebagaimana dimuat dalam Akta No. 10 tertanggal 19 Juni tahun 2008, yang dibuat di hadapan Badarusyamsi, S.H., Notaris di Jakarta. Anggaran dasar ini telah mendapatkan persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Azasi Manusia Republik Indonesia melalui Surat Keputusan No.AHU-729922.01.02 tahun 2008 tertanggal 13 Oktober 2008.

PT Bank Syariah Mandiri berlokasi dengan alamat kantor pusat di Jalan M.H. Thamrin No. 5 Jakarta 10340. Per tanggal 31 Desember 2014, BSM memiliki pangsa pasar dan kantor operasional yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia dengan rincian, yakni 136 kantor cabang, 469 kantor cabang pembantu, 65 kantor kas, 145 payment point dan, 50 outlet kantor layanan gadai.

PT Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember didirikan pada tanggal 23 Desember 2003 dan diresmikan pada tahun 2004 dengan

jumlah karyawan sebanyak 20 orang. Adapun kantor cabang yang berada dibawah koordinasi kantor area jember yaitu terletak di Situbondo, Bondowoso, Balung dan Lumajang. Sedangkan kantor kas jember tersebar di daerah kawasan jember yaitu di daerah Pasar Tanjung Jember, di daerah jalan Karimata Jember, dan Kalisat Jember.

BSM sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan hadir dan tampil dengan harmonisasi idealisme usaha dengan nilai-nilai spiritual yang menjadi landasan kegiatan operasionalnya. Harmonisasi idealisme usaha dan nilai-nilai spiritual inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia.

3. Visi, Misi dan Tata Nilai Bank Syariah Mandiri

a. Visi Bank Syariah Mandiri

Bank Syariah terdepan dan Modern (*The Leading and Modern Sharia Bank*). Adapun makna dari visi tersebut adalah sebagai berikut:

1) Untuk nasabah

BSM merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menentramkan dan memakmurkan. Sehingga BSM akan berupaya menjadi bank terpercaya serta memberikan produk dan layanan terbaik berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.

2) Untuk pegawai

BSM merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir profesional.

3) Untuk investor

BSM merupakan institusi keuangan syariah Indonesia terpercaya yang terus memberikan *value* berkesinambungan.

b. Misi Bank Syariah Mandiri

Sejalan dengan Visi BSM yang baru, maka BSM juga menyempurnakan misi BSM sebelumnya. Misi BSM yang baru adalah sebagai berikut:

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 3) Mengutamakan penghimpunan danamurah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

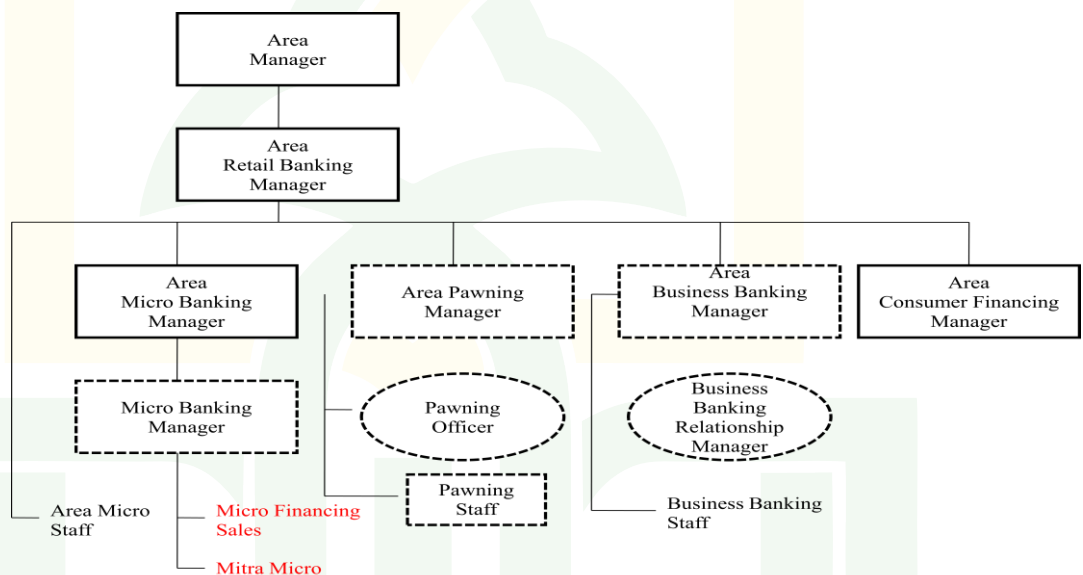
c. Tata nilai

Dalam rangka mewujudkan Visi dan Misi tersebut, insan-insan BSM perlu menyumbangkan (*share*) untuk BSM dengan nilai-nilai yang relatif seragam. Insan-insan BSM telah menggali dan menyepakati nilai-nilai dimaksud, yang kemudian disebut BSM

Shared Values. BSM *Shared Values* tersebut adalah ETHIC (*Excellence, Teamwork, Humanity, Integrity, dan Customer Focus*).

4. Struktur Organisasi PT Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember

Bagan 4.1
Struktur Organisasi
PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember
(Retail Banking, Mikro, Pawning, BB)



(Sumber: Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember)

5. Job Description Struktur Retail Banking, Mikro, Pawning, BB

a. *Area Retail Banking Manager*

Mengkordinir, mengelola, dan memastikan penyaluran dana berjalan dengan maksimal dan mencapai target yang telah ditentukan di segmen pembiayaan.

b. *Area Pawning Manager*

Mengelola, mengawasi atau mengendalikan kegiatan dan mendayagunakan sarana organisasi *outlate* gadai emas BSM untuk mencapai tingkat serta volume aktifitas pemasaran, operasional dan layanan gadai dan cicil emas yang efektif dan efisien sesuai dengan target yang telah ditetapkan *prudent*.

c. *Mikro Banking Manager*

- 1) Melakukan penilaian agunan
- 2) Membuat nota analisa pembiayaan mikro

d. *Pawning Officer*

- 1) Mengetahui detail dan jenis bidang usaha calon debitur
- 2) Karakter calon debitur
- 3) Mengetahui tentang histori usaha debitur
- 4) Mengetahui tujuan permohonan kredit
- 5) Mengetahui data-data keuangan debitur

e. *Micro Financing Sales*

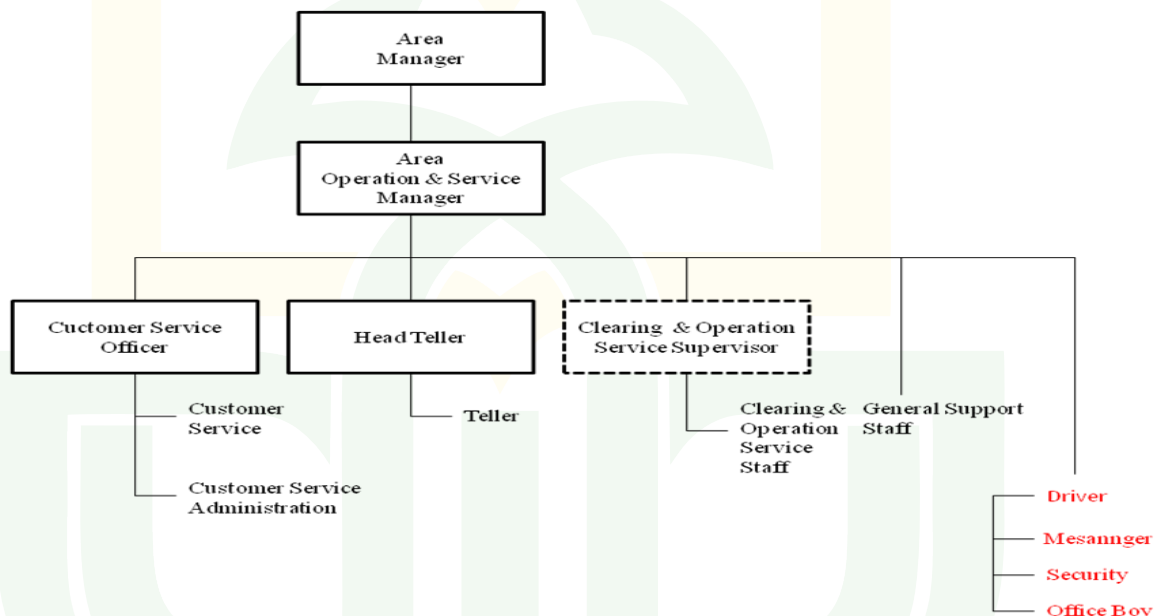
- 1) Memasarkan produk
- 2) Pemberkasan/kelengkapan data yang diminta dan penilaian kelayakan
- 3) Melakukan akad pembiayaan
- 4) Monitoring nasabah

f. *Mitra Micro*

- 1) Melakukan penagihan ke lokasi mikro

- 2) Menjalani hubungan baik antara bank dengan para sahabat mikro
- 3) Mampu bekerja dalam tekanan
- 4) Mampu bekerja dengan target

Bagan 4.2
Struktur Organisasi
PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember
(Operation & Service)



(Sumber: Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember)

6. Job Description Struktur Operation dan Service

a. Area mananger

- 1) Memastikan tercapainya target bisnis Area yang telah ditetapkan berikut unit kerja dibawah kordinasinya meliputi pendanaan, pembiayaan, *fee based*, dan laba bersih secara kualitatif maupun kuantitatif.

- 2) Memastikan kepatuhan tingkat kesehatan dan prudentialitas seluruh aktifitas Area.
- 3) Mengarahkan, mengendalikan dan mengawasi secara langsung unit-unit kerja menurut tugasnya pelayanan nasabah, pengembangan dan pengendalian usaha serta pengelolaan administrasi di lingkungan tempat kerja

b. *Area operation & service manager*

- 1) Memastikan terkendalinya biaya operasional Area dengan efisien dan efektif
- 2) Memastikan transaksi harian operasional telah sesuai dengan ketentuan SOP (*Standart Operasional Procedur*)
- 3) Memastikan terlaksananya standar layanan nasabah yang optimal di kantor area.

c. *Customer Service*

- 1) Memberikan penjelasan ke nasabah tentang produk, syarat dan tatacaranya. Melayani pembukaan rekening tabungan, giro dan deposito.
- 2) Melayani permintaan nasabah untuk melakukan pemblokiran.
- 3) Melayani permintaan buku cek/bilyet giro.

d. *Clearing & Operation Staff*

- 1) Mengurus kepegawaian dan pemeliharaan kantor
- 2) Rekrutmen karyawan
- 3) Membuat laporan bulanan

e. *Teller*

- 1) Menerima setoran tunai dan non tunai.
- 2) Melakukan pembayaran.
- 3) Mengambil/menyetorkan uang dari Bank Indonesia, kantor pusat, cabang lain sesuai penugasan layanan dari nasabah.
- 4) Mengamankan dan menyimpan uang tunai, surat berharga dan membuat laporan sesuai dengan bidangnya.

f. *General Support Staff*

- 1) Mengurus kepegawaian dan pemeliharaan kantor
- 2) Rekrutmen karyawan
- 3) Membuat laporan bulanan

g. *Driver*

- 1) Menjaga dan memastikan kendaraan dinas dalam kondisi yang terawat dengan baik, aman, dan layak jalan.
- 2) Mengoperasikan kendaraan dengan baik dan benar.
- 3) Memastikan ketersediaan BBM dalam kondisi yang stabil.
- 4) Memastikan pegawai yang menggunakan kendaraan sampai tujuan dengan selamat dan tepat waktu.
- 5) Memastikan setiap karyawan yang menggunakan kendaraan dinas sudah mendapatkan izin dari pejabat yang berwenang.

h. *Security*

Menciptakan kondisi yang aman dan nyaman pada lingkungan kantor, baik selama jam operasional maupun diluar jam operasional. Adapun tugas dan tanggung jawab security:

- 1) Menjaga dan memastikan lingkungan kantor agar selalu dalam kondisi aman dan terkendali.
- 2) Memastikan inventaris kantor terjaga dengan baik, dan seluruh ruangan kerja dalam kondisi aman.
- 3) Membantu pelayanan kepada nasabah pada saat jam oprasional.
- 4) Memastikan pertukaran shift jaga berjalan dengan lancar.
- 5) Mengadministrasikan seluruh mutasi kegiatan selama penjagaan.
- 6) Memastikan kondisi kendaraan nasabah dalam keadaan aman, dan diparkir dengan tertib.

i. *Office Boy*

Adapun tugas utama *Office Boy*:

- 1) Menjaga kebersihan dan perawatan gedung beserta fasilitas dan inventaris kantor.
- 2) Mengatur dan menjaga stok kebutuhan logistik kantor.
- 3) Mengatur pengiriman surat atau barang, mencatat surat-surat masuk, serta mendistribusikan dan mengarsipnya dengan baik.
- 4) Menjawab telfon masuk pada meja operator dengan benar.

5) Mengoprasikan mesin fotocopy dan membantu mendokumentasikan file pembiayaan dengan baik.

6) Memastikan sarana dan prasarana kantor dapat berfungsi dengan baik.

7) Menjaga dan memelihara sepeda motor kantor, ketersediaan BBM, termasuk pembiayaan pajak, serta pengurusan surat-surat kendaraan.

Memastikan ketersediaan konsumsi bagi karyawan yang bekerja lembur

7. *Shared Values*

a. *Excellence*

Mencapai hasil yang mendekati sempurna (*Perfect result-oriented*).

b. *Teamwork*

Mengembangkan lingkungan kerja yang saling bersinergi.

c. *Humanity*

Mengembangkan kepedulian terhadap kemanusiaan dan lingkungan.

d. *Integrity*

Berperilaku terpuji, bermartabat, dan menjaga etika profesi.

e. *Customer Focus*

Mengembangkan kesadaran tentang pentingnya nasabah dan berupaya melampaui harapan nasabah (internal dan eksternal).

8. Produk/Jasa Bank Syariah Mandiri

a. Produk yang diterapkan di Bank Syariah Mandiri

1) Produk pendanaan

a) Tabungan BSM

Produk tabungan ini merupakan produk tabungan dengan menggunakan mata uang rupiah dengan system akad *mudharabah muthlaqoh* yang diperuntukkan bagi perseorangan maupun non perorangan. Dalam hal ini nasabah dapat memilih tabungan yang disertai dengan fitur ATM ataupun tanpa ATM.

b) Tabungan Simpatik

Pada produk tabungan ini memang sedikit berbeda dengan Tabungan BSM yaitu terletak pada system akad yang digunakan. Pada produk tabungan ini menggunakan system akad *wadi'ah* dan segmentasinya adalah untuk kalangan dengan penghasilan yang belum kuat, seperti halnya siswa-siswi sekolah, ataupun mahasiswa yang kebutuhannya masih dipenuhi oleh orang tuanya.

c) TabunganKU

Produk tabunganKu merupakan produk tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia khususnya Bank Syariah Mandiri (BSM) dengan

menggunakan system akad wadi'ah. Produk tabungan ini diterbitkan dengan tujuan untuk menumbuhkan budaya menabung masyarakat dan meningkatkan gemar menabung pada masyarakat.

d) Tabungan Investa Cindekia

Produk ini merupakan jenis produk tabungan berjangka untuk keperluan pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi. Dengan menggunakan system akad *mudharabah muthlaqoh*.

e) Tabungan Haji

a. Tabungan Maburr

Produk tabungan Maburr merupakan produk tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah. Dengan menggunakan system akad *mudharabah muthlaqoh*.

1) Manfaat dan syarat

- a) Aman dan terjamin.
- b) Online dengan Siskohat Departemen Agama untuk kemudahan pendaftaran haji.
- c) Kartu identitas (KTP/SIM/Paspor) nasabah.

f) Tabungan Mabrur Junior

Pada produk tabungan Mabrur Junior ini pada dasarnya sama dengan tabungan Mabrur diatas, akan tetapi yang membedakannya adalah pada nasabah yang akan mendaftar.

Yaitu pada produk tabungan Mabrur Junior ini adalah untuk nasabah yang masih belum memiliki KTP/SIM atau bisa dikatakan dengan usia dibawah 17 tahun. Sehingga dalam hal ini untuk persyaratan kartu identitas menggunakan milik orang tua dari nasabah yang bersangkutan.

Produk ini diterbitkan adalah untuk memudahkan para orang tua apabila hendak mengajak putra/putrinya untuk melaksanakan ibadah haji/umroh ke tanah suci, agar bisa direncanakan sejak dini.

g) Tabungan Pensiunan

Produk tabungan pensiunan BSM adalah simpanan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqoh*, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat dan ketentuan yang disepakati.

Produk ini merupakan hasil kerjasama BSM dengan PT. Taspen yang diperuntukkan bagi pensiunan pegawai negeri Indonesia.

a. Fitur

- 1) Dikelola dengan prinsip *mudharabah muthlaqoh*.

b. Manfaat

- 1) Membantu pengelolaan keuangan nasabah.
- 2) Biaya administrasi ringan.
- 3) Pembukaan rekening dapat dilakukan di seluruh jaringan BSM.

h) Tabungan Berencana

Produk tabungan ini merupakan produk tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan. Dengan menggunakan system akad *mudharabah muthlaqoh*.

Saldo tabungan tidak bisa ditarik. Apabila ditutup sebelum jatuh tempo (akhir masa kontrak) akan dikenakan biaya administrasi.

i) BSM Simpanan Pelajar iB

Merupakan tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

j) BSM Deposito

Merupakan produk investasi berjangka yang penarikannya hanya dapat dilakukan setelah jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan.

k) BSM Deposito Valas

Merupakan produk investasi berjangka yang penarikannya hanya dapat dilakukan setelah jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan dalam bentuk valuta asing.

l) BSM Giro

Merupakan simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, atau alat perintah bayar lainnya dengan prinsip wadiah yad dhamanah.

m) BSM Giro Valas

Merupakan simpanan dalam mata uang dollar Amerika yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan prinsip wadiah yad dhamanah.

2) Produk Pembiayaan

a) BSM Pembiayaan Implan

Merupakan pembiayaan konsumen dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap Perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara massal (kelompok).

BSM Implan dapat mengakomodir kebutuhan pembiayaan bagi para karyawan perusahaan, misalnya dalam hal perusahaan tersebut tidak memiliki koperasi karyawan, koperasi karyawan belum berpengalaman dalam kegiatan simpan pinjam, atau perusahaan dengan jumlah karyawan terbatas.

b) BSM Pembiayaan Griya

Merupakan pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (konsumer), baik baru maupun bekas, di lingkungan *developer* dengan sistem *murabahah*

c) BSM Pembiayaan Warung Mikro

Merupakan pembiayaan jangka pendek yang digunakan untuk memfasilitasi kebutuhan usaha dan multiguna dengan maksimal pembiayaan sampai dengan Rp100 juta dengan akad Murabahah dan Ijarah.

d) BSM Pembiayaan pensiun

Merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumer (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan). Akad yang digunakan adalah akad murabahah atau ijarah.

e) BSM Pembiayaan Eduka

Merupakan pembiayaan jangka pendek dan menengah yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan uang masuk sekolah/ perguruan tinggi/ lembaga pendidikan lainnya atau uang pendidikan pada saat pendaftaran tahun ajaran/ semester baru berikutnya dengan akad ijarah.

f) BSM Pembiayaan oto

Merupakan pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor berupa mobil baru atau bekas berdasarkan prinsip syariah.

g) BSM Pembiayaan Alat Kedokteran

Merupakan pemberian fasilitas pembiayaan kepada para profesional di bidang kedokteran/kesehatan untuk pembelian peralatan kedokteran. Akad yang digunakan adalah akad *murabahah*. Akad *murabahah* adalah akad jual beli antara bank dan nasabah, dimana bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati.

h) BSM Pembiayaan Umroh

Merupakan pembiayaan jangka pendek yang digunakan untuk memfasilitasi kebutuhan biaya perjalanan umroh,

seperti untuk tiket, akomodasi, dan persiapan biaya umroh lainnya dengan akad ijarah.

i) **BSM Pembiayaan Pemilikan Rumah Sejahtera Syariah Tapak**

Merupakan Pembiayaan berdasarkan prinsip dengan dukungan FLPP (Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan yang pengelolaannya dilaksanakan oleh Kementerian Perumahan Rakyat) yang diterbitkan oleh Bank pelaksana yang beroperasi secara syariah kepada masyarakat berpenghasilan rendah dalam rangka pemilikan Rumah Sejahtera Syariah Tapak yang dibeli dari orang perseorangan dan/atau badan hukum.

j) **BSM Pembiayaan Dana Berputar**

Merupakan Fasilitas pembiayaan modal kerja dengan prinsip musyarakah yang penarikan dananya dapat dilakukan sewaktu-waktu berdasarkan kebutuhan riil nasabah.

k) **BSM Gadai Emas**

Merupakan Pembiayaan yang menggunakan akad qardh dengan jaminan berupa emas yang diikat dengan akad rahn, dimana emas yang digunakan disimpan dan dipelihara oleh Bank selama jangka waktu tertentu dengan membayar biaya

pemeliharaan atas emas sebagai objek rahn yang diikat dengan akad ijarah.

l) BSM Cicil Emas

Merupakan pembiayaan kepemilikan emas dengan menggunakan akad Murabahah, yang bertujuan untuk membiayai pembelian/kepemilikan emas berupa lantakan (batangan) dengan Cara Mudah Punya Emas dan Menguntungkan.

m) BSM Pembiayaan PKPK

Merupakan Pembiayaan kepada Koperasi Karyawan untuk Para Anggota (PKPA) adalah penyaluran pembiayaan kepada koperasi karyawan untuk pemenuhan kebutuhan consumerpara anggotanya (kolektif) yang mengajukan pembiayaan kepada koperasi karyawan.

3) Layanan Jasa yang diterapkan di Bank Syariah Mandiri

a) BSM Card

Merupakan kartu yang diterbitkan oleh Bank Syariah Mandiri dan memiliki fungsi utama yaitu sebagai kartu ATM dan kartu Debit. Disamping itu dengan menggunakan BSM Card, nasabah bisa mendapatkan discount diratusan merchant yang telah bekerja sama dengan BSM.

b) BSM ATM

Mesin Anjungan Tunai Mandiri yang dimiliki oleh BSM. BSM ATM dapat digunakan oleh nasabah BSM, nasabah bank anggota Prima, nasabah bank anggota ATM Bersama dan nasabah anggota Bankcard (Malaysia).

c) BSM SMS Banking

Merupakan produk layanan perbankan yang berbasis teknologi SMS telepon selular (ponsel) yang memberikan kemudahan untuk melakukan berbagai transaksi perbankan di mana saja, kapan saja.

d) BSM CALL 14040

Layanan perbankan melalui telepon dengan nomor akses 14040 atau 021 2953 4040, yang dapat digunakan oleh nasabah untuk mendapatkan informasi terkait layanan perbankan.

e) BSM Mobile Banking

Merupakan saluran distribusi yang dimiliki oleh BSM untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui smartphone dengan teknologi GPRS/EDGE/3G/BIS dan WIFI. Platform smartphoneyang dapat digunakan yaitu BB, Android, iOS dan Symbian.

f) BSM Net Banking

Merupakan fasilitas layanan bank yang dapat digunakannasabah untuk melakukan transaksi perbankan (ditentukan bank) melalui jaringan internet menggunakan komputer/smart phone.

g) BSM Notifikasi

Layanan untuk memberikan informasi segera dari setiap mutasi transaksi nasabah sesuai dengan jenis transaksi yang didaftarkan oleh nasabah yang dikirimkan melalui media SMS atau email.

h) MBP (Multi Bank Payment)

Merupakan layanan untuk mempermudah pembayaran kepada institusi (lembaga pendidikan, asuransi, lembaga khusus, lembaga keuangan non bank) melalui menu pemindah bukuan di ATM bank manapun.

i) BSM E-Money

Merupakan kartu prabayar berbasis smart card yang diterbitkan oleh Bank Mandiri bekerjasama dengan BSM.

j) Transfer Valas

Layanan transfer valuta asing (valas) antar rekening bank di Indonesia atau luar negeri dalam 130 mata uang.

k) Western Union

Jasa pengiriman uang domestik atau antar-negara dengan jaringan outlet yang luas dan tersebar di seluruh dunia.

l) BPR Host to Host

Merupakan bentuk kerjasama BSM dengan BPR/BPRS yang memungkinkan nasabah BPR/BPRS untuk mempunyai kartu ATM yang dapat digunakan di ATM BSM, ATM BM, ATM Bersama dan ATM Prima.

m) Transfer Nusantara

Jasa pengiriman uang antar-daerah di dalam negeri (domestik) ke Seluruh Pelosok Nusantara secara cepat dan mudah.

n) Transfer D.U.I.T (Domestik dan Internasional)

Jasa pengiriman uang dari luar negeri ke semua bank dan kantor Pos di Indonesia secara cepat dan mudah.

B. Penyajian Data

Penyajian data merupakan bagian yang mengungkapkan data yang dihasilkan dalam penelitian yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan analisis data yang relevan. Sebagaimana telah dijelaskan bahwa dalam penelitian ini teknik pengumpulan data melalui observasi, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Secara berurutan akan disajikan data-data hasil penelitian yang mengacu pada rumusan masalah.

1. Deskriptif Variable Penelitian

Metode analisis deskriptif merupakan cara menafsirkan data yang ada sehingga gambaran yang jelas mengenai dampak *service performance* dan kepuasan sebagai moderating variable terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk kuesioner atau angket, jumlah item pernyataan yang dibuat berupa 16 butir pernyataan untuk X₁ layanan bukti fisik (*Tangible*), X₂ layanan kehandalan (*reliability*), X₃ layanan daya tanggap (*responsiveness*), X₄ layanan jaminan (*assurance*), X₅ layanan empati (*Emphaty*), 5 butir pernyataan untuk variabel Z Kepuasan Nasabah, dan 5 butir pernyataan untuk variabel Y Loyalitas Nasabah. Jadi jumlah keseluruhan dari pernyataan didalam angket adalah 26 pernyataan. Kuesioner (angket) yang dibagikan kepada responden (nasabah) berisikan tentang pernyataan-pernyataan mengenai *Service Performance* (kinerja pelayanan), Kepuasan nasabah, dan Loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember.

Dalam memberi nilai untuk jawaban yang telah diisi oleh nasabah, maka peneliti memberikan 5 alternatif jawaban kepada responden (nasabah), oleh karena itu skala yang digunakan adalah skala likert 1-5, bobot jawabannya adalah sebagai berikut:

STS	(Sangat Tidak Setuju)	dengan skor 1
TS	(Tidak Setuju)	dengan skor 2

KS	(Kurang Setuju)	dengan skor 3
S	(Setuju)	dengan skor 4
SS	(Sangat Setuju)	dengan skor 5

a. Karakteristik Responden

1) Responden Menurut Jenis Kelamin

Responden yang diambil dalam penelitian ini sebagaimana telah diuraikan adalah sebanyak 97 orang. Uraian dari deskripsi karakteristik responden diuraikan pada berikut ini :

Tabel 1.1
Jenis Kelamin Responden

		Jenis kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pria	37	38.1	38.1	38.1
	wanita	60	61.9	61.9	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Dari data tabel frekuensi diatas menunjukkan bahwa jumlah responden pria sebanyak 37 orang, sedangkan responden wanita sebanyak 60 orang. Maka dapat disimpulkan bahwasanya gender nasabah BSM lebih banyak wanita daripada pria.

2) Responden Menurut Usia

Tabel 1.2
Umur Responden

		umur responden			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<25 tahun	46	47.4	47.4	47.4
	25- 35 tahun	12	12.4	12.4	59.8
	35- 50 tahun	27	27.8	27.8	87.6
	>50 tahun	12	12.4	12.4	100.0
Total		97	100.0	100.0	

Dari tabel frekuensi untuk umur responden tersebut, dapat disimpulkan bahwasanya terdapat 46 responden yang berumur kurang dari 25 tahun atau 47,4% dari jumlah responden, 12 responden yang berumur antara 25 sampai 35 tahun atau 12,4% dari jumlah responden, 27 responden yang berumur antara 35 sampai 50 tahun atau 27,8% dari jumlah responden, kemudian terdapat 12 responden yang berumur lebih dari 50 tahun atau 12,4% dari jumlah responden. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwasanya nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember yang memiliki umur kurang dari 25 tahun adalah yang paling terbanyak.

3) Responden Menurut Jenjang Pendidikan

Tabel 1.3
Pendidikan Responden

pendidikan terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SLTP	4	4.1	4.1	4.1
	SLTA	68	70.1	70.1	74.2
	Diploma Sarjana	23	23.7	23.7	97.9
	lain-lain	2	2.1	2.1	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Dari tabel frekuensi diatas dapat dilihat bahwa terdapat 4 orang lulusan SLTP atau 4% dari jumlah responden. 68 orang lulusan SLTA atau 70% dari jumlah responden, 23 orang lulusan Diploma Sarjana atau 23,7% dari jumlah responden, dll terdapat 2 orang atau 2% dari jumlah responden. Dari data berikut dapat diketahui bahwa lulusan terbanyak adalah lulusan dari SLTA atau tingkat SMA yang berjumlah 68 nasabah.

4) Responden Menurut Pekerjaan

Tabel 1.4
Pekerjaan Responden

pekerjaan nasabah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	6	6.2	6.2	6.2
	karyawan swasta	13	13.4	13.4	19.6
	Guru	11	11.3	11.3	30.9
	mahasiswa	46	47.4	47.4	78.4
	pelajar	3	3.1	3.1	81.4
	petani	3	3.1	3.1	84.5
	dll.	15	15.5	15.5	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Dari tabel frekuensi diatas terdapat 6 orang yang bekerja sebagai PNS, 13 orang bekerja sebagai karyawan swasta, 11 orang bekerja sebagai guru, 46 orang sebagai mahasiswa, 3 orang sebagai pelajar, 3 orang petani, dll sebanyak 15 orang. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa mahasiswa adalah yang paling banyak menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember.

5) Karakteristik Responden Menurut Status

Tabel 1.5
Status Responden

		status nasabah			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	menikah	43	44.3	44.3	44.3
	belum menikah	54	55.7	55.7	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Dari tabel frekuensi diatas dapat diketahui bahwa terdapat 43 orang yang sudah menikah dan 54 orang yang belum menikah. Dari data tersebut disimpulkan bahwasanya lebih banyak nasabah yang belum menikah.

IAIN JEMBER

6) Karakteristik Responden Menurut Lama Menjadi Nasabah

Tabel 1.6
Lama Menjadi Nasabah

		lama menjadi nasabah			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	antara 1 bulan- 1 tahun	23	23.7	23.7	23.7
	antara 1 tahun- 2 tahun	27	27.8	27.8	51.5
	lebih dari 2 tahun	47	48.5	48.5	100.0
Total		97	100.0	100.0	

Dari tabel frekuensi diatas dapat diketahui bahwa yang menjadi nasabah antara 1 bulan- 1 tahun adalah sebanyak 23 orang, yang telah menjadi nasabah antara 1 tahun- 2 tahun adalah sebanyak 27 orang, kemudian yang telah menjadi nasabah selama lebih dari 2 tahun adalah sebanyak 47 orang. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwasanya nasabah yang lebih dari 2 tahun menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember adalah yang terbanyak.

b. Uji Validitas

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Tangible (Layanan Bukti Fisik)

Variabel	item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Tangible (layanan Bukti Fisik)	Item 1	0,630	0,363	Valid
	Item 2	0,709	0,363	Valid
	Item 3	0,603	0,363	Valid

Sumber: Data primer diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.7 diatas berikut menunjukkan bahwa nilai r-hitung untuk masing-masing pertanyaan lebih besar daripada r-tabel sebesar 0,363 (taraf signifikansi 5%, dan n=30), sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item dari pernyataan tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Reliability (Layanan Keandalan)

Variabel	Item	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Keterangan
Reliability (Layanan Keandalan)	Item 1	0,556	0,363	Valid
	Item 2	0,863	0,363	Valid
	Item 3	0,527	0,363	Valid

Sumber: Data primer diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.8 diatas berikut menunjukkan bahwa nilai r-hitung untuk masing-masing pertanyaan lebih besar daripada r-tabel sebesar 0,363 (taraf signifikan 5%, dan n=30), sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item dari pernyataan tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Responsiveness (Layanan Daya Tanggap)

Variabel	Item	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Keterangan
Responsiveness (Layanan Daya Tanggap)	Item 1	0,747	0,363	Valid
	Item 2	0,816	0,363	Valid
	Item 3	0,847	0,363	Valid

Sumber: Data primer diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.9 diatas berikut menunjukkan bahwa nilai r-hitung untuk masing-masing pertanyaan lebih besar daripada r-tabel sebesar 0,363 (taraf signifikan 5%, dan n=30), sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item dari pernyataan tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Assurance (Layanan Jaminan)

Variabel	Item	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Keterangan
Assurance (Layanan Daya Tanggap)	Item 1	0,683	0,363	Valid
	Item 2	0,906	0,363	Valid
	Item 3	0,911	0,363	Valid

Sumber: Data primer diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.10 diatas berikut menunjukkan bahwa nilai r-hitung untuk masing-masing pertanyaan lebih besar daripada r-tabel sebesar 0,363 (taraf signifikan 5%, dan n=30), sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item dari pernyataan tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Emphaty (Layanan Empati)

Variabel	Item	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Keterangan
Emphaty (Layanan Empati)	Item 1	0,826	0,363	Valid
	Item 2	0,722	0,363	Valid
	Item 3	0,778	0,363	Valid
	Item 4	0,811	0,363	Valid

Sumber: Data primer diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.11 diatas berikut menunjukkan bahwa nilai r-hitung untuk masing-masing pertanyaan lebih besar daripada r-tabel sebesar 0,363 (taraf signifikan 5%, dan n=30), sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item dari pernyataan tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Kepuasan

Variabel	Item	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	keterangan
Kepuasan Nasabah	Item 1	0,894	0,363	Valid
	Item 2	0,733	0,363	Valid
	Item 3	0,831	0,363	Valid
	Item 4	0,864	0,363	Valid
	Item 5	0,574	0,363	Valid

Sumber: Data primer diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.12 diatas berikut menunjukkan bahwa nilai r-hitung untuk masing-masing pertanyaan lebih besar daripada r-tabel sebesar 0,363 (taraf signifikan 5%, dan n=30), sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item dari pernyataan tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah

Variabel	Item	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Keterangan
Loyalitas Nasabah	Item 1	0,597	0,363	Valid
	Item 2	0,662	0,363	Valid
	Item 3	0,879	0,363	Valid
	Item 4	0,754	0,363	Valid
	Item 5	0,797	0,363	Valid

Sumber: Data primer dioalah 2017

Berdasarkan tabel 4.13 diatas berikut menunjukkan bahwa nilai r-hitung untuk masing-masing pertanyaan lebih besar daripada r-tabel sebesar 0,363 (taraf signifikan 5%, dan n=30), sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item dari pernyataan tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

c. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan postiviskal (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu yang berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Dalam penelitian kuantitatif untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel, dilakukan pada sampel yang mendekati jumlah populasi dan pengumpulan serta analisis data dilakukan dengan cara yang benar. Dalam penelitian ini kuantitatif, untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel yang diuji validitas dan reliabilitasnya adalah instrument penelitiannya.

Uji reliabilitas dapat diuji dengan bantuan SPSS *for windows*, yang memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic *cronbach alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60.

Tabel 4.14
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha	Keterangan
Tangible (Layanan Bukti Fisik)	0,310	Tidak Reliabel
Reliability (Kehandalan)	0,545	Tidak Reliabel
Responsiveness (Daya Tanggap)	0,714	Reliabel
Assurance (Jaminan)	0,728	Reliabel
Emphaty (Empati)	0,783	Reliabel
Kepuasan	0,841	Reliabel
Loyalitas Nasabah	0,792	Reliabel

Sumber: Data primer diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.14 diatas dapat diketahui bahwa layanan *tangible* (bukti fisik) dan *reliability* dikatakan tidak reliabel karena *cronbach's* alpha lebih kecil dari 0,60. Pada variabel *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, kepuasan, dan loyalitas nasabah dikatakan reliable karena *cronbach's* alpha lebih besar daripada 0,60.

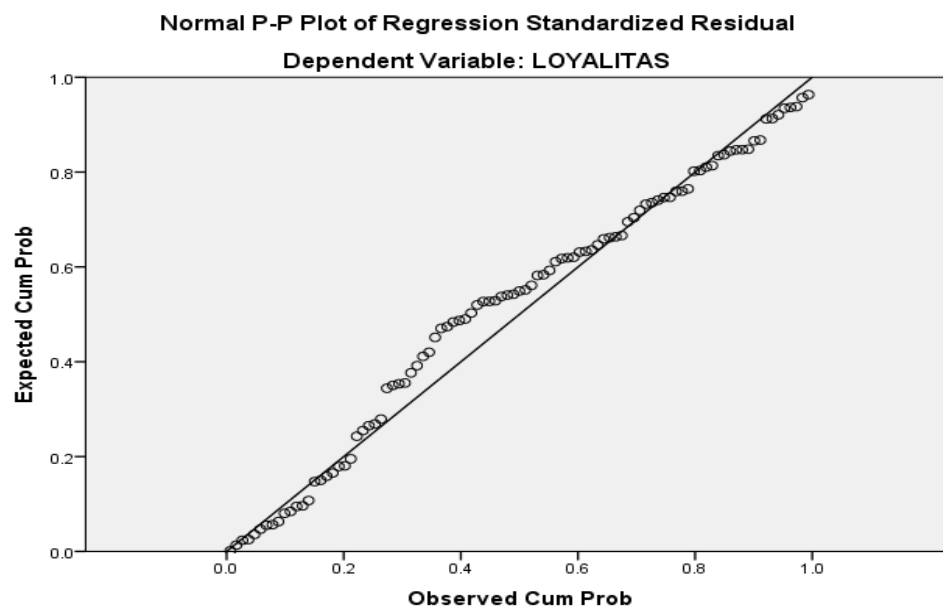
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi linier memiliki distribusi normal ataukah tidak. Jika residual data tidak terdistribusi normal maka dapat disimpulkan statistik tidak valid. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak condong kekiri atau kekanan. Salah satu cara untuk mendeteksi apakah residual data berdistribusi normal ataukah tidak yakni dengan melihat grafik normal *probability plot*.

Gambar 1.2
Hasil Uji Normalitas Data



Sumber: Data primer dioalah 2017

Hasil kurva normal probability plot diatas menunjukkan bahwa titik-titik pada grafik berhimpit dan mengikuti garis diagonalnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal dan layak digunakan untuk memprediksi *service performance* serta kepuasan sebagai moderating variabel terhadap loyalitas nasabah.

b. Uji multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan melihat *Variance Inflation Factor* dan *tolerance*. Adapun hasil pengujiannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinieritas

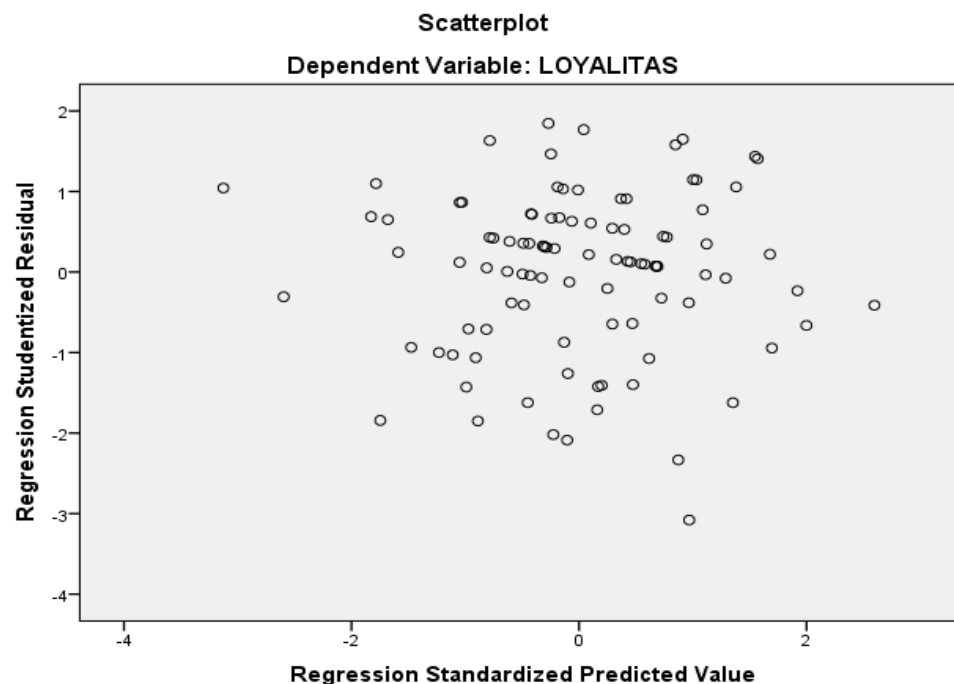
Variabel	<i>Tolerance</i>	<i>Variance Inflation Factor(VIF)</i>
Tangible	0,924	1.083
Reliability	0,962	1.040
Responsiveness	0,871	1.148
Assurance	0,916	1.092
Emphaty	0,979	1.021
Kepuasan	0,915	1.093

Sumber: Data primer diolah 2017

Berdasarkan tabel diatas, dilihat bahwa *nilai tolerance* lebih besar dari 0,10. Sementara itu, nilai VIF variabel *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty*, dan Kepuasan lebih kecil dari 10,00. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan kepada pengamatan lain. Salah satu cara untuk mendeteksi problem heteroskedastisitas adalah melalui graik *scatterplot*, yaitu jika titik-titik menyebar secara acak dan tidak terkumpul dalam suatu tempat, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil dari uji heteroskedastisitas dengan menggunakan bantuan *SPSS Versi 19*:



Sumber: Data primer diolah 2017

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar diatas menunjukkan bahwa titik-titik yang ditimbulkan terbentuk secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu serta arah penyebarannya berada diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada regresi ini, sehingga model regresi yang dilakukan layak dipakai.

2. Uji Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan Untuk mengetahui pengaruh dari *tangible* (layanan bukti fisik) (X_1), *Reliability* (layanan keandalan) (X_2), *Responsiveness* (layanan daya tanggap) (X_3), *Assurance* (layanan jaminan) (X_4), *Emphaty* (empati)

(X₅) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Hasil dari perhitungan regresi linier berganda dengan bantuan *SPSS Version 19* adalah sebagai berikut:

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.347	8.377		.280	.782
	TANGIBLE	-.328	.368	-.135	-.890	.382
	RELIABILITY	.883	.305	.435	2.894	.008
	RESPONSIVENESS	.565	.272	.336	2.078	.049
	ASSURANCE	-.227	.258	-.134	-.881	.387
	EMPHATY	.309	.240	.204	1.287	.210
Adjusted R Square = .399						
F hitung = 4,853						
Sig F = 0,003						

Dari hasil pengujian diatas dapat dilihat bahwa persamaan model regresi linier berganda adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

$$Y = 2.347 - 0,328X_1 + 0,883X_2 + 0,565X_3 - 0,227X_4 + 0,309X_5 + e$$

Hasil dari persamaan regresi berganda diatas dapat memberikan pengertian bahwa:

- a. Nilai konstanta sebesar 2.347 memberikan arti bahwa jika variabel layanan bukti fisik, layanan keandalan, layanan daya tanggap, layanan jaminan, dan layanan empati konstan atau

sama dengan (0), maka nilai variabel loyalitas nasabah adalah sebesar 2.347.

- b. Nilai β_1 koefisien variabel layanan bukti fisik sebesar -0,328 menyatakan bahwa jika kinerja layanan bukti fisik naik satu satuan, maka loyalitas nasabah akan mengalami penurunan sebesar -0,328, loyalitas mengalami penurunan dikarenakan bukti fisik yang tertera dalam angket yakni fisik berupa tempat parkir dan gudang yang besar sebagian memiliki skor yang rendah, sehingga nilai menjadi negatif.
- c. Nilai β_2 koefisien variabel layanan keandalan sebesar 0,883 menyatakan bahwa jika kinerja layanan keandalan naik satu satuan, maka akan mengakibatkan kenaikan pada kinerja keandalan sebesar 0,883 dengan asumsi nilai variabel lain tetap.
- d. Nilai β_3 koefisien variabel layanan daya tanggap sebesar 0,565 menyatakan bahwa jika kinerja layanan daya tanggap naik satu satuan, maka akan mengakibatkan kenaikan pada layanan daya tanggap sebesar 0,565 dengan asumsi nilai variabel lain tetap.
- e. Nilai β_4 koefisien variabel layanan jaminan sebesar -0,227 menyatakan bahwa jika kinerja layanan jaminan naik satu satuan, maka loyalitas nasabah akan mengalami penurunan sebesar -0,227. Loyalitas mengalami penurunan dikarenakan jaminan yang tertera dalam angket yakni jaminan yang berupa jasa yang dipesan tepat sesuai dengan yang diinginkan nasabah

sebagian memiliki skor yang rendah, sehingga nilai menjadi negatif.

- f. Nilai β_5 koefisien variabel empati sebesar 0,309 menyatakan bahwa jika kinerja layanan empati naik satu satuan, maka akan mengakibatkan kenaikan pada kinerja keandalan sebesar 0,309 dengan asumsi nilai variabel lain tetap.

3. Analisis dan Interpretasi Secara Parsial (Uji t)

Hasil Analisa Pengaruh *Service Performance* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember Secara Parsial

Uji t digunakan untuk mengetahui secara individual pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil penelitian yang dilakukan di Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember.

Diketahui T_{tabel} dalam penelitian ini dengan signifikansi 0,05 adalah 1,71714 diketahui bahwa T_{hitung} -0,890 sedangkan nilai T_{tabel} sebesar 1,71714 yang lebih besar dari T_{hitung} . Sedangkan signifikansi sebesar $0,382 > 0,05$ berarti dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel layanan bukti fisik (*tangible*) (X_1) terhadap loyalitas nasabah. H_a ditolak dan H_o diterima.

Variabel *reliability* (layanan keandalan) (X_2) mempunyai T_{hitung} 2,894 $> T_{tabel}$ 1,71714 dengan signifikansi $0,008 < 0,05$. Hal ini dapat

disimpulkan bahwa ada pengaruh secara signifikan antara variabel layanan keandalan terhadap loyalitas nasabah. H_a diterima dan H_o ditolak.

Variabel *responsiveness* (layanan daya tanggap) (X_3) mempunyai $T_{hitung} 2,078 > T_{tabel} 1,71714$ dengan signifikan $0,049 < 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara signifikan antara variabel layanan daya tanggap terhadap loyalitas nasabah. H_a diterima dan H_o ditolak.

Variabel *assurance* (layanan jaminan) (X_4) mempunyai $T_{hitung} 1,881 < T_{tabel} 1,71714$ dengan signifikan $0,387 > 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel layanan jaminan terhadap loyalitas nasabah. H_a ditolak dan H_o diterima.

Variabel *emphaty* (layanan empati) (X_5) mempunyai $T_{hitung} 1,287 < T_{tabel} 1,71714$ dengan signifikan $0,210 > 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel layanan empati terhadap loyalitas nasabah. H_a ditolak dan H_o diterima.

4. Analisis dan Interpretasi Secara Simultan (Uji F)

- a. Analisa pengaruh *service performance* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri (BSM) secara simultan.

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	91.233	5	18.247	4.853	.003 ^a
	Residual	90.233	24	3.760		
	Total	181.467	29			

a. Predictors: (Constant), EMPHATY, ASSURANCE, TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS

b. Dependent Variable: LOYALITAS

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh keterangan bahwa secara simultan variabel *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) mempunyai pengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember.

Berdasarkan perhitungan uji F dapat dilihat bahwa faktor *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) mempunyai pengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember. Hal tersebut terbukti dari hasil perhitungan dengan bantuan SPSS Versi 19 bahwa F_{hitung} sebesar 4,853 dibandingkan dengan F_{tabel} sebesar $4,28 < 4,853$ dengan signifikansi $0,003 < 0,05$, artinya H_a diterima dan H_o ditolak. Penjelasan dari uraian tersebut

dinyatakan bahwa secara bersama-sama variabel *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember.

b. Hasil Analisa Regresi Interaksi Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah Secara Simultan

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	105.417	11	9.583	2.268	.059 ^a
Residual	76.050	18	4.225		
Total	181.467	29			

Berdasarkan tabel diatas diperoleh analisa uji interaksi antara variabel *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) dengan kepuasan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember, maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta X_1 X_2 + \dots + e$$

Berdasarkan hasil koefisien regresi dari interaksi antara variabel independen dengan variabel moderat menunjukkan hasil bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara kelima variabel

tersebut, dapat dibuktikan bahwasanya nilai $F_{hitung} 2,268 < F_{tabel} 4,28$ dengan signifikansi $0,059 > 0,05$. Disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_o diterima. Dalam hal ini interaksi *service performance* dan kepuasan sebagai moderat variabel terhadap loyalitas nasabah tidak terdapat hubungan, artinya apabila *service performance* meningkat tidak menuntut kepuasan juga akan meningkat.

Untuk mengetahui kepuasan nasabah sebagai moderat variabel, apakah termasuk *pure moderat*, *quasi moderat*, *Predictor Moderasi Variabel*, *Homologiser Moderator*. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4.16 berikut:

Tabel 4.16
Klarifikasi Variabel Moderat

No	Hasil Uji	Jenis Moderasi
1.	b_2 non significant b_3 significant	Moderasi Murni (<i>Pure Moderator</i>)
2	b_2 significant b_3 significant	Moderasi Semu (<i>Quasi Moderator</i>). Quasi moderasi merupakan variabel yang memoderasi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen yang sekaligus menjadi variabel independen.
3.	b_2 significant b_3 non significant	Prediktor Moderasi (<i>Predictor Moderasi Variabel</i>). Artinya variabel moderasi ini hanya berperan sebagai variabel prediktor (independen) dalam model hubungan yang dibentuk
4.	b_2 non significant b_3 non significant	Moderasi Potensial (<i>Homologiser Moderator</i>). Artinya variabel tersebut potensial menjadi variabel moderasi.

Maka dari tabel diatas dapat diketahui bahwa kepuasan sebagai moderating variabel adalah Prediktor Moderasi (*Predictor Moderasi Variabel*). Artinya variabel moderasi ini hanya berperan sebagai variabel prediktor (independen) dalam model hubungan yang dibentuk.

5. Analisis dan Interpretasi Koefisien Determinasi r^2

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai prosentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi yang besar menunjukkan bahwa regresi tersebut mampu dijelaskan prosentase pengaruhnya secara besar pula. Dari hasil perhitungan *SPSS* didapat nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

a. Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) pertama

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.709 ^a	.503	.399	1.939

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,399 atau 39,9%, artinya variabel loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh kelima variabel *service performance* yang terdiri dari *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) karena prosentase r^2

(*R square*) bernilai sebesar 39,9% maka prosentase pengaruh *service performance* dalam mempengaruhi loyalitas nasabah adalah sebesar 39,9%.

b. Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) kedua

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 ^a	.581	.325	2.055

Tabel diatas adalah hasil dari uji moderat variabel kepuasan yang menunjukkan nilai r^2 (*Adjusted R square*) sebesar 0, 325 atau 32,5%. Artinya prosentase interaksi *service performance* dengan kepuasan sebagai moderating variabel dalam mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember adalah sebesar 32,5%.

Akan tetapi r^2 pada regresi pertama sebesar 0, 503 atau 50,3%. sedangkan setelah ada persamaan regresi kedua nilai r^2 naik menjadi 0,581 atau 58,1%. Dengan melihat kenaikan hasil r^2 tersebut maka dengan adanya kepuasan (variabel moderating) akan dapat membuktikan bahwa viable kepuasan sebagai variabel moderat dapat memperkuat hubungan antara variabel *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember.

D. Pembahasan

1) Adakah pengaruh service performance terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Area Jember

Dari analisis dan interpretasi secara parsial dihasilkan bahwa *service performance* yaitu *variable tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember. Dihasilkan dari kelima variabel tersebut hanya variabel keandalan (*reliability*) dan *responsiveness* (daya tanggap) yang mempunyai pengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan nilai T_{hitung} pada variabel layanan bukti fisik (X_1) adalah $-0,890$ dan T_{tabel} sebesar $1,71714$, yang artinya $T_{tabel} 1,71714 > T_{hitung} -0,890$, variabel layanan keandalan (X_2) mempunyai $T_{hitung} 2,894 > T_{tabel} 1,71714$, variabel daya tanggap (X_3) mempunyai $T_{hitung} 2,078 > T_{tabel} 1,71714$. Variabel *assurance* (layanan jaminan) (X_4) mempunyai $T_{hitung} -0,881 < T_{tabel} 1,71714$. Dan variabel *emphaty* (layanan empati) (X_5) mempunyai $T_{hitung} 1,287 < T_{tabel} 1,71714$.

Service performance yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember. Akan tetapi meskipun kinerja pelayanan seperti keramahan, kesopanan,

kerapian dan lain sebagainya yang menyangkut tentang pelayanan merupakan faktor utama untuk membuat nasabah menjadi loyal, namun pada kenyataannya loyalitas nasabah tidak didasarkan pada faktor kinerja pelayanan (*service performance*) sepenuhnya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa ada variabel lain yang mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember.

2) Analisis dan Interpretasi Secara Simultan

a. Pengaruh *service performance* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Area Jember secara simultan

Secara simultan (Uji F) dapat dilihat bahwa variabel *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal tersebut terbukti dengan hasil perhitungan dengan SPSS, dimana nilai signifikansi menunjukkan 0,003. Karena nilai signifikan lebih kecil daripada 0,05 maka H_0 yang berbunyi *service performance*/kinerja pelayanan memiliki pengaruh secara langsung yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember diterima.

Berdasarkan analisis dan interpretasi diatas maka dikatakan bahwa *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance*

(layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember.

b. Seberapa besar peran interaksi *service performance/ kinerja pelayanan dan kepuasan* sebagai moderating variable dalam mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember

Berdasarkan Uji F (Simultan) diperoleh hasil bahwa interaksi antara variabel *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati), maka dikatakan bahwa tidakada hubungan yang signifikan, dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,059 > 0,05$. Maka H_0 yang berbunyi Diduga tidak ada interaksi antara *service performance/kinerja pelayanan dan kepuasan nasabah* sebagai moderating variabel dalam menjelaskan varian loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember diterima.

Berdasarkan analisis dan interpretasi diatas maka dikatakan bahwa *service performance* yang terdiri dari *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) dan kepuasan sebagai moderating variabel secara

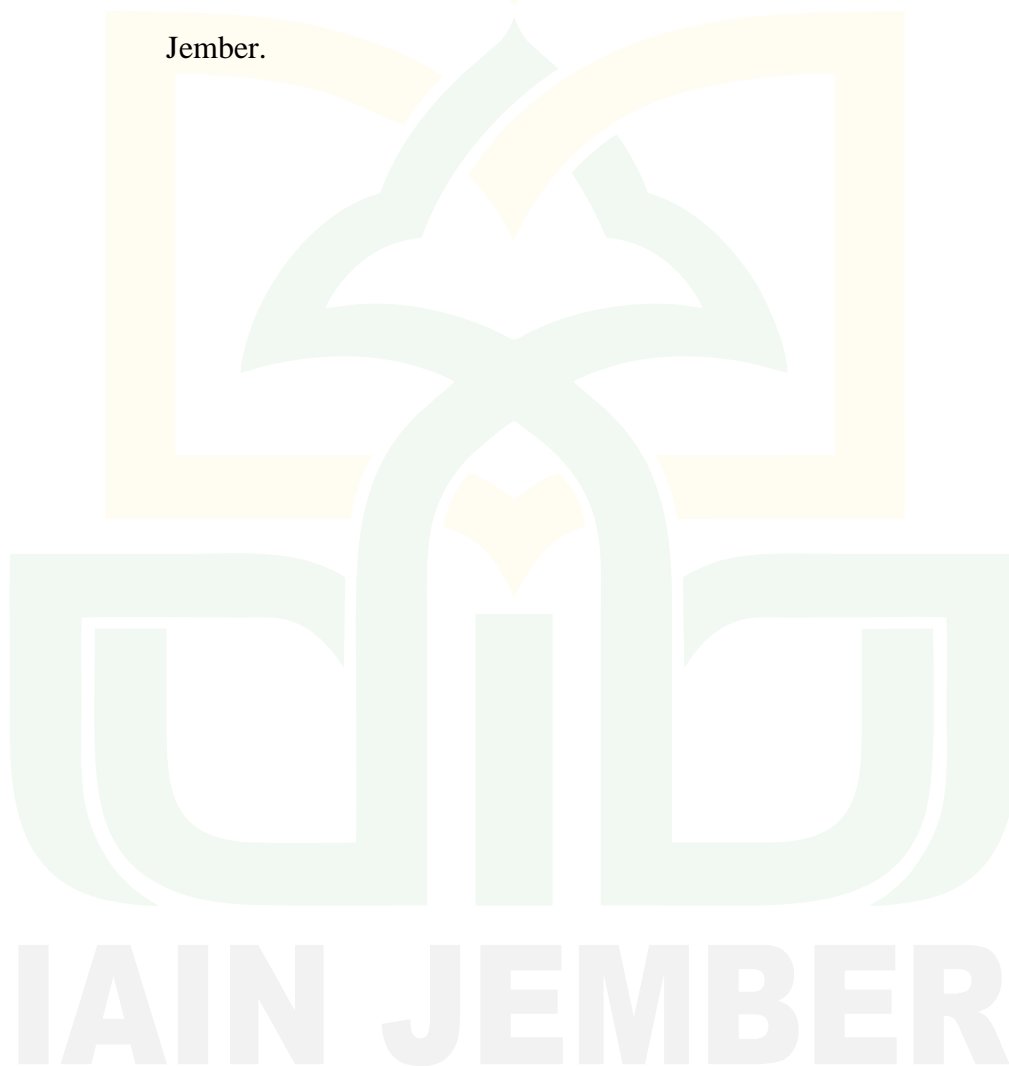
simultan (bersama-sama) tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember.

3) Koefisien Determinas (*R Square*)

Berdasarkan hasil dari *R Square* dapat dilihat bahwa besarnya pengaruh *Service Performance* dan kepuasan sebagai moderating variabel terhadap loyalitas nasabah ini dapat dilihat jika dibandingkan antara variabel X dengan variabel Y dengan perolehan hasil *R square* pertama sebesar 0,503 atau 50,3%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel (X1) *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan) (X2), *Responsiveness* (layanan daya tanggap) (X3), *Assurance* (layanan jaminan) (X4), *Emphaty* (layanan empati) (X5) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap (Y) loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember. Dan dari hal tersebut dikatakan bahwa ada variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember karena besar pengaruh *service performance* dalam mempengaruhi loyalitas nasabah hanya 50,3% yang selebihnya dijelaskan oleh variabel lain.

Sedangkan hasil dari *R square* yang kedua, setelah di uji moderat mempunyai nilai r^2 sebesar 0,581 atau sebesar 58,1%. Dari hal tersebut dilihat bahwa terjadi kenaikan dari 0,503 menjadi 0,581, dapat disimpulkan bahwa hadirnya kepuasan sebagai moderat variabel dapat memperkuat hubungan antara *service performance* terhadap loyalitas

nasabah. Hasil penelitian memberikan dukungan terhadap penelitian yang dilakukan Taylor dan Baker bahwa kepuasan nasabah merupakan variabel moderator antara *service performance* dengan loyalitas nasabah, yang mampu memoderate pengaruh antara *service performance* dan loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada bab sebelumnya yang telah mengulas tentang *service performance* dan kepuasan sebagai moderat variable terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember, maka hasil peneitian yang diperoleh dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara simultan menunjukkan bahwa *service performance* yang terdiri dari variable *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember terbukti dari hasil F_{table} sebesar $4,28 < F_{hitung}$ $4,853$ dengan signifikansi $0,003 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini dapat dikatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *service performance* terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyebutkan bahwa variable *service performance* yang terdiri dari variable *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanan daya tanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember.

2. Besarnya nilai R square pertama adalah sebesar 0,503. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah (Y) dipengaruhi sebesar $0,503 \times 100\% = 50,3\%$ oleh *service performance* yang dipengaruhi oleh variable *reliability* (keandalan) dengan variable *responsiveness* (daya tanggap), sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa besarnya pengaruh *service performance* terhadap loyalitas nasabah sebesar 50,3%.

Setelah di moderisasi maka terjadi kenaikan pada nilai R square yaitu sebesar 0,503 atau 50,3% naik menjadi 0,581 atau 58,1%. Artinya dengan hadirnya kepuasan sebagai moderating variable dapat memperkuat hubungan antara *service performance* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember. Besar peran interaksi *service performance/* kinerja pelayanan yang terdiri dari *tangible* (layanan bukti fisik), *Reliability* (layanan keandalan), *Responsiveness* (layanandayatanggap), *Assurance* (layanan jaminan), *Emphaty* (layanan empati) dan kepuasan sebagai moderating variable adalah sebesar 58,1% dalam menjelaskan varian loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember.

B. Saran-saran

Adapun saran-saran dari penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember

Diharapkan untuk *service performance*/ kinerja pelayanan *tangible* (layanan bukti fisik), *reliability* (layanan kehandalan), *responsiveness* (layanan tanggapan), *assurance* (layanan jaminan), dan *emphaty* (layanan empati) harus lebih dioptimalkan lagi karena jika pihak bank memberikan kinerja pelayanan (*Service Performance*) yang baik maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah yang nantinya akan berdampak pada loyalitas dari pihak nasabah itu sendiri sehingga para nasabah dapat bertahan dan setia menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penulis menyadari dari penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna, karena sejatinya manusia adalah tempat salah dan lupa. Oleh karena itu diharapkan untuk meneliti terlebih dahulu isi yang tersaji didalam skripsi ini. Dan perlunya penelitian yang lebih banyak lagi dalam hal pelayanan tidak hanya berpaku pada satu atau dua fokus penelitian saja agar lebih mengetahui secara luas tentang apa saja yang menjadi pembentukan loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember dan dimohon untuk peneliti selanjutnya agar menambah varabel dalam penelitian ini misalnya variable kepercayaan, emosional, kualitas produk dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga
- Hidayatullah, Baitul Mall. 2012. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Surabaya: Lentera Optima Pustaka
- Ikatan Bankir Indonesia (IBI). 2014. *Mengelola Bank Syariah*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Ikatan Bankir Indonesia. 2013. *Memahami Bisnis Bank*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran* .Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Jakarta: Erlangga.
- Latan, Hengky. 2013. *Analisis Multivariet Teknik Dan Aplikasi*. Bandung: Alvabeta.
- Laporan Keberlanjutan 2015 PT.Bank Syariah Mandiri*
- Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nazir, Moh. 2009. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Noventi, Risma Eka. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Mega Syariah KCP. Ambulu*. Skripsi:Jember: STAIN Jember.
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, 2011, *Metode Penelitan Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- STAIN JEMBER. 2013. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: STAIN JEMBER
- Surjadi. 2009. *Pengembangan Kinerja Pelayanan Publik*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Setiono, Hermawan. 2007. *Pengaruh kualitas jasa dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen*. Skripsi: Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Undang-Undang R.I Tentang Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah*. Yogyakarta: PUSTAKA MAHARDIKA
- Wahyuni, Indah. 2013. *Statistik Pendidikan*. Jember: STAIN Jember Press.
- Wahyuningtyas. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Rogojampi Banyuwangi*. Skripsi: Jember: IAIN Jember.
- Wright dan Lovelock. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.
- Yuniarti, Sri Vinna. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.

<https://www.google.co.id/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=dharmayanti+jurnal>

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alief Nurlaeli Rohmah
NIM : 083 133 161
Prodi/ Fakultas : Perbankan Syari'ah/ Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : IAIN Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini yang berjudul: "**ANALISIS DAMPAK *SERVICE PERFORMANCE* DAN KEPUASAN SEBAGAI *MODERATING VARIABLE* TERHADAP *LOYALITAS NASABAH***" adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumber-sumbernya.

Jember, 17 Agustus 2017
Saya yang menyatakan



Alief Nurlaeli Rohmah
NIM. 083 133 161

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	RUMUSAN MASALAH
ANALISIS DAMPAK SERVICE PERFORMANCE DAN KEPUASAN SEBAGAI MODERATING VARIABEL TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR AREA JEMBER	<ol style="list-style-type: none"> 1. Independen (Terikat) <i>(Service Performance)</i> 2. Moderator (Kepuasan) 3. Dependen (Loyalitas Nasabah) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Reliability</i> (keandalan) 2. <i>Assurance</i> (kepastian) 3. <i>Tangible</i> (berwujud) 4. <i>Empathy</i> (empati) 5. <i>Responsiveness</i> (cepattanggap) <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Expectations</i> 2. <i>Performance</i> 3. <i>Comparison</i> 4. <i>Confirmation/disconfirmation</i> 5. <i>Discrepancy</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemauan untuk merekomendasikan. 2. Sebagai perusahaan pemilihan pertama. 3. Membeli jasa untuk masa mendatang. 4. Ajakan untuk melakukan pembelian. 5. Menginformasikan hal yang baik. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Responden: Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember 2. Informan <ol style="list-style-type: none"> a. Manajer Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember b. Karyawan Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember 3. Dokumentasi 4. Kepustakaan 5. Angket/Kuesioner 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendekatan dan jenis penelitian yaitu kuantitatif dengan menggunakan <i>field research</i> 2. Metode pengumpulan data yaitu: <ul style="list-style-type: none"> • Angket • Observasi • Interview • Dokumentasi 3. Penentuan populasi dan sampel: Menggunakan teknik non probability Sampling yaitu <i>sampling incidental</i>. 4. Metode analisis data <ul style="list-style-type: none"> - Uji asumsi klasik - Uji validitas dan Reliabilitas - Analisis regresi linier berganda 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah <i>service performance/</i> kinerja pelayanan yang terdiri dari <i>tangible</i> (layanan bukti fisik), <i>Reliability</i> (layanan keandalan), <i>Responsiveness</i> (layanan daya tanggap), <i>Assurance</i> (layanan jaminan), <i>Emphaty</i> (layanan empati) mempunyai pengaruh secara langsung yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember? 2. Seberapa besar peran interaksi <i>service performance/</i> kinerja pelayanan yang terdiri dari <i>tangible</i> (layanan bukti fisik), <i>Reliability</i> (layanan keandalan), <i>Responsiveness</i> (layanan daya tanggap), <i>Assurance</i> (layanan jaminan), <i>Emphaty</i> (layanan empati) dan kepuasan sebagai moderating variable dalam mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember?



LAMPIRAN

IAIN JEMBER

Lampiran 1

KUESIONER MENGENAI DATA PRIBADI

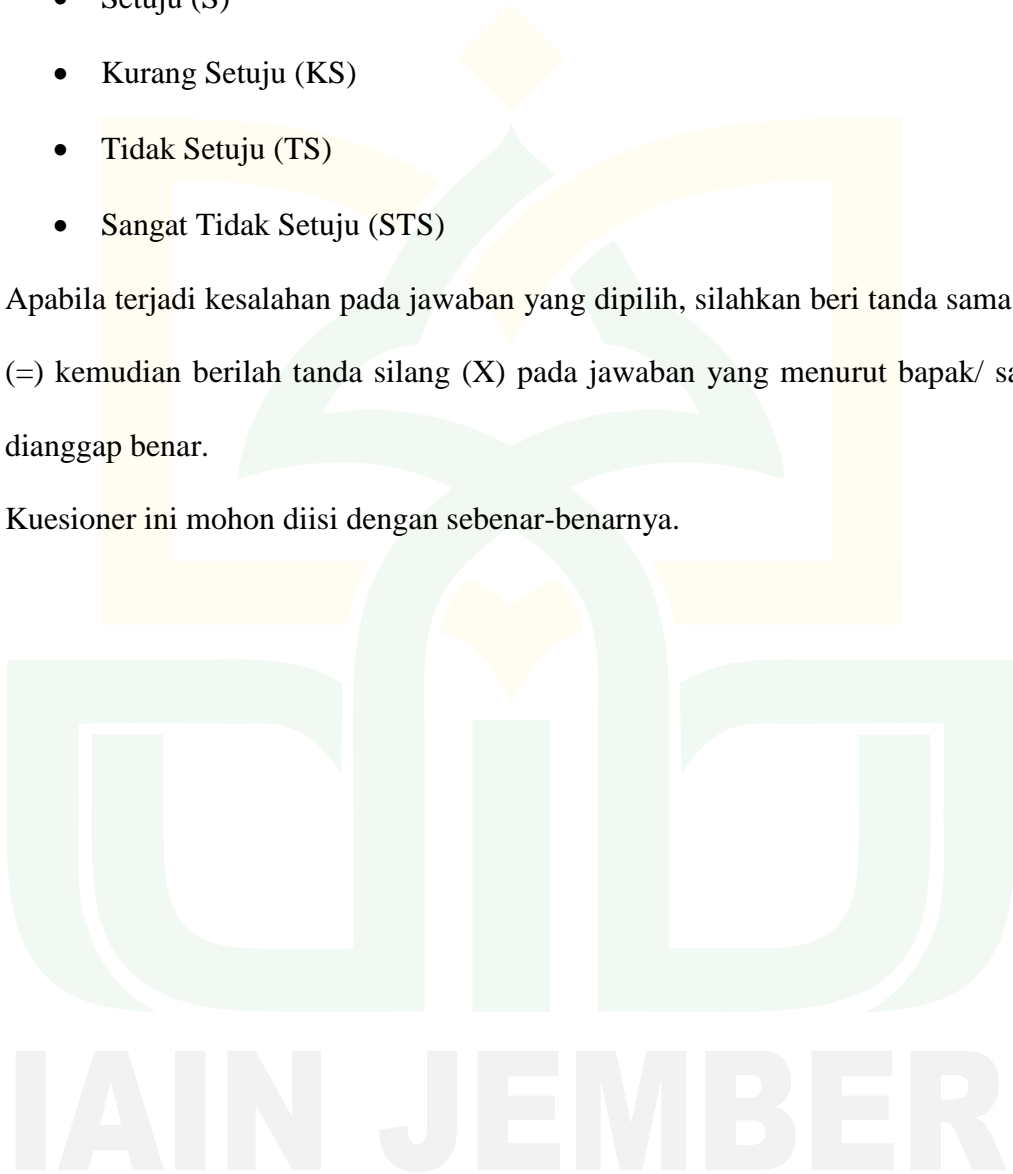
No Responden:

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : 1. Pria 2. Wanita
3. Umur : 1. <25 tahun
2. 25-35 tahun
3. 35-50 tahun
4. >50 tahun
4. Pendidikan Terakhir : 1. SLTP 3. Diploma Sarjana
2. SLTA 4. Lain-lain
5. Pekerjaan : 1. PNS 2. Karyawan Swasta 3. Guru
4. Mahasiswa 5. Pelajar 6. Petani
7. dll.
6. Status Perkawinan : Menikah Belum Menikah Duda/ janda
7. Lama menjadi nasabah BSM : Antara satu bulan sampai 1 tahun
 Antara satu tahun sampai 2 tahun
 Lebih dari 2 tahun

NB:* Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai dengan Bapak/ Ibu/ Saudara/i

PETUNJUK PENGISIAN

1. Kuesioner ini terdiri dari pertanyaan dengan 5 alternatif jawaban.
2. Cara mengisi jawaban dengan cara memberi tanda silang (X) pada kolom.
 - Sangat Setuju (SS)
 - Setuju (S)
 - Kurang Setuju (KS)
 - Tidak Setuju (TS)
 - Sangat Tidak Setuju (STS)
3. Apabila terjadi kesalahan pada jawaban yang dipilih, silahkan beri tanda sama dengan (=) kemudian berilah tanda silang (X) pada jawaban yang menurut bapak/ saudara/I dianggap benar.
4. Kuesioner ini mohon diisi dengan sebenar-benarnya.



VARIABLE KINERJA PELAYANAN

No.	KINERJA PELAYANAN	SS	S	KS	TS	STS
Bukti Fisik						
1	Letak BSM mudah dicari					
2	Fasilitas fisik yang baik seperti tersedianya lahan parkir yang luas dan gudang yang besar					
3	Kebersihan dan kerapian dalam penataan ruang tunggu					
Keandalan						
1	Jasa yang dipesan tepat sesuai dengan waktu yang dijanjikan					
2	Transaksi sangat mudah (bisa dilakukan dengan ATM) tanpa harus datang ke kantor pelayanan					
3	Karyawan memiliki kemampuan yang memadai dalam menjawab pertanyaan konsumen					
Daya Tanggap						
1	Ketika nasabah datang langsung disambut dan dilayani oleh karyawan					
2	Karyawan memberikan informasi yang jelas mengenai produk BSM					
3	Karyawan merespon keluhan nasabah dengan cepat dan tepat					
Jaminan						
1	Karyawan dapat memberikan rasa aman dalam melakukan transaksi					
2	Jasa yang dipesan tepat sesuai dengan yang diinginkan nasabah					
3	Adanya tanggung jawab apabila terjadi kesalahan					
Empati						
1	Karyawan melayani nasabah dengan sabar dan penuh perhatian					
2	Karyawan bisa memahami kebutuhan nasabah dengan cepat dari apa yang dibicarakan nasabah					
3	Karyawan membantu nasabah yang kebingungan dalam menentukan pilihan produk dengan memberikan saran dan info produk					
4	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani konsumen					

VARIABLE KEPUASAN NASABAH

No.	Kepuasan Nasabah	SS	S	KS	TS	STS
1	Anda puas telah mendapatkan keramahan para karyawan Bank Syariah Mandiri (BSM) dalam melayani sesuai dengan harapan anda					
2	Anda puas telah mendapatkan kecepatan para karyawan Bank Syariah Mandiri (BSM) dalam melayani sesuai dengan harapan anda					
3	Anda puas dan nyaman dengan kebersihan di Bank Syariah Mandiri (BSM)					
4	Anda puas telah mendapatkan keamanan dalam menabung di Bank Syariah Mandiri (BSM)					
5	Anda puas telah mendapatkan teknologi pendukung untuk mempermudah transaksi di Bank Syariah Mandiri (BSM)					

VARIABLE LOYALITAS NASABAH

Loyalitas Nasabah		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya akan membicarakan hal-hal positif mengenai Bank Syariah Mandiri kepada orang lain					
2	Saya akan merekomendasikan atau menyarankan produk Bank Syariah Mandiri (BSM) kepada orang lain					
3	Saya akan mendorong teman atau relasi bisnis untuk berbisnis dengan Bank Syariah Mandiri (BSM)					
4	Saya akan mempertimbangkan Bank Syariah Mandiri (BSM) sebagai pilihan pertama dalam menggunakan produk/ jasa sejenis					
5	Saya akan melakukan bisnis lebih banyak di waktu yang akan datang dengan Bank Syariah Mandiri (BSM)					

**DATA RESPONDEN MENGENAI KEPUASAN NASABAH DAN
LOYALITAS NASABAH**

Tabel 1.2

N0	KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	Z	LN1	LN2	LN3	LN4	LN5	Y
1	5	5	4	5	4	23	4	4	4	4	4	20
2	5	4	5	5	4	23	5	5	4	3	4	21
3	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	3	16
4	5	4	5	5	4	23	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	4	16
6	5	5	5	5	4	24	5	4	4	5	5	23
7	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
8	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	2	16
10	5	4	4	5	5	23	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	4	24	4	4	3	4	3	18
12	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
13	5	4	4	4	4	21	5	5	5	4	5	24
14	4	4	4	4	4	20	4	5	2	3	1	15
15	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
16	4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	3	19
17	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
18	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20
19	5	5	5	5	4	24	3	3	3	3	3	15
20	5	5	5	5	5	25	4	4	4	3	4	19
21	5	4	5	5	4	23	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	3	16
23	4	3	4	4	4	19	5	5	4	5	4	23
24	4	4	4	4	3	19	4	4	3	3	3	17
25	5	5	5	5	4	24	5	5	4	4	3	21
26	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	5	24
27	5	5	5	4	3	22	5	4	4	4	4	21
28	4	4	4	4	4	20	5	4	3	3	3	18
29	5	4	5	5	4	23	4	4	4	4	4	20
30	5	5	5	4	4	23	5	4	4	3	3	19
31	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
32	5	4	4	4	4	21	4	4	3	3	3	17
33	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22
34	4	4	4	5	4	21	4	4	4	3	3	18
35	5	4	5	5	5	24	4	3	3	3	3	16
36	4	4	4	4	4	20	5	4	4	3	3	19
37	4	5	4	4	5	22	4	4	4	4	4	20
38	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	4	24
39	4	5	5	5	5	24	5	5	4	2	3	19
40	4	4	5	4	3	20	4	3	3	4	2	16
41	5	2	3	4	5	19	5	4	4	4	4	21
42	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22
43	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20

44	4	4	3	2	3	16	4	5	5	5	4	23
45	4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	3	17
46	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
47	5	4	4	5	4	22	5	5	4	4	4	22
48	5	4	4	5	5	23	4	4	4	4	3	19
49	5	5	4	5	4	23	4	4	4	4	4	20
50	5	4	5	5	4	23	5	4	5	5	4	23
51	4	4	3	3	2	16	4	4	3	4	3	18
52	4	4	4	4	4	20	5	5	4	3	4	21
53	3	3	4	4	3	17	4	3	3	3	3	16
54	5	5	5	4	4	23	5	4	4	5	4	22
55	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	4	2	18	5	4	4	3	3	19
57	3	4	4	4	3	18	5	4	4	4	4	21
58	5	4	4	4	4	21	4	3	3	4	3	17
59	5	5	5	5	4	24	5	4	4	4	4	21
60	4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	4	4	20	4	3	2	3	3	15
62	5	4	4	5	5	23	4	4	4	4	4	20
63	4	3	4	4	3	18	5	4	4	3	3	19
64	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22
65	4	4	4	4	4	20	3	3	2	3	3	14
66	4	4	5	3	3	19	4	5	4	5	3	21
67	5	4	5	4	4	22	4	4	4	4	4	20
68	4	4	4	4	4	20	2	3	3	2	2	12
69	5	4	5	5	4	23	4	4	4	4	4	20
70	5	4	5	4	4	22	5	4	3	4	3	19
71	4	4	5	4	3	20	4	4	3	2	1	14
72	4	2	4	3	4	17	3	3	3	3	2	14
73	4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	4	20
74	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21
75	5	4	4	5	5	23	3	2	2	3	4	14
76	5	5	5	5	4	24	5	4	4	5	4	22
77	3	3	4	3	3	16	4	5	4	3	4	20
78	4	4	4	4	4	20	3	3	2	3	3	14
79	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	5	24
80	4	4	5	5	3	21	5	5	4	2	3	19
81	3	3	3	3	3	15	4	2	3	4	4	17
82	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
83	5	4	4	4	4	21	5	5	4	3	4	21
84	4	4	5	4	4	21	4	3	3	3	3	16
85	5	4	5	3	4	21	5	4	4	3	3	19
86	4	3	5	4	4	20	5	5	5	4	5	24
87	4	3	5	5	4	21	4	4	3	4	3	18
88	5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	4	20
89	3	4	4	2	2	15	4	4	4	3	4	19
90	5	5	5	5	5	25	3	3	3	4	3	16
91	5	4	3	4	5	21	5	4	4	4	4	21

92	4	4	5	5	5	23	4	4	4	4	4	20
93	4	5	4	4	3	20	5	5	5	4	5	24
94	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	3	21
95	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
96	3	3	4	3	3	16	4	4	4	4	4	20
97	5	5	5	5	4	24	5	4	4	5	5	23



DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN

Tabel 1.3

No	gender	umur	pndidikn	pekerjaan	status	LMN
1	1	3	3	1	1	3
2	2	1	2	4	2	3
3	1	3	3	7	1	3
4	1	1	2	4	2	1
5	2	1	1	5	2	3
6	1	1	2	4	2	2
7	2	3	2	3	2	2
8	2	2	3	2	1	3
9	2	4	2	6	1	3
10	1	1	1	5	2	1
11	2	3	2	7	1	1
12	2	2	2	7	1	2
13	1	3	2	3	2	1
14	2	2	3	1	1	1
15	2	1	2	4	2	3
16	2	4	3	2	1	1
17	1	3	3	3	1	2
18	2	4	2	7	1	3
19	2	1	2	4	2	2
20	2	2	2	4	2	1
21	2	1	2	4	2	3
22	1	3	3	7	1	1
23	2	1	2	4	2	1
24	2	1	2	4	2	3
25	2	1	2	4	2	3
26	1	1	2	4	2	3
27	2	1	2	4	2	1
28	1	1	2	4	2	3
29	2	3	3	3	1	2
30	1	4	3	7	1	3
31	2	4	3	7	1	1
32	2	1	2	4	1	3
33	2	1	2	4	2	3
34	2	1	2	4	2	3
35	1	2	2	4	2	3
36	1	1	2	4	2	3
37	2	4	3	7	1	2
38	1	4	2	1	1	2
39	1	1	2	4	2	3
40	2	3	3	2	1	1
41	2	1	2	4	2	1
42	1	4	2	3	1	3
43	1	1	2	4	2	3
44	2	2	2	4	2	2
45	2	1	2	4	2	3
46	2	3	2	3	2	3
47	1	1	2	4	2	2
48	2	3	2	1	1	2
49	1	1	2	4	2	3
50	1	3	3	7	1	1

51	2	3	3	1	1	1
52	2	1	1	6	1	3
53	2	1	2	4	2	3
54	2	1	2	4	2	2
55	2	1	2	4	2	1
56	2	3	3	7	1	2
57	1	2	3	1	1	3
58	1	3	2	2	1	2
59	1	1	2	4	2	2
60	2	1	2	4	2	3
61	2	3	2	3	1	3
62	1	3	2	2	1	3
63	2	4	2	7	1	3
64	2	1	2	4	2	1
65	2	1	1	5	2	1
66	2	1	2	4	2	2
67	2	1	2	4	2	3
68	2	3	3	3	1	2
69	1	3	3	2	1	2
70	2	2	2	2	1	2
71	1	1	2	4	2	2
72	1	3	2	3	1	1
73	2	1	2	4	2	3
74	1	4	4	7	1	2
75	2	3	3	3	2	3
76	2	1	2	4	2	3
77	2	1	2	4	2	3
78	2	4	2	6	1	3
79	1	3	2	2	1	2
80	1	1	2	4	2	1
81	1	2	3	7	1	2
82	2	3	2	2	2	2
83	2	3	3	3	1	3
84	2	2	2	2	1	3
85	2	3	2	2	1	3
86	2	1	2	4	2	3
87	2	1	2	4	2	3
88	2	4	4	7	2	1
89	2	1	2	4	2	2
90	1	3	3	2	1	1
91	1	1	2	4	2	1
92	2	2	2	4	2	3
93	1	1	2	4	2	3
94	2	1	2	4	2	3
95	1	3	3	7	1	3
96	1	1	2	4	2	2
97	1	2	2	2	1	2

Lampiran 3

ANALISIS PRESENTASE (DATA SPSS)

KARAKTERISTIK RESPONDEN

A. Jenis Kelamin Responden

jenis kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid pria	37	38.1	38.1	38.1
wanita	60	61.9	61.9	100.0
Total	97	100.0	100.0	

B. Usia Responden

usia nasabah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <25 tahun	50	51.5	51.5	51.5
35-50 tahun	33	34.0	34.0	85.6
>50 tahun	14	14.4	14.4	100.0
Total	97	100.0	100.0	

C. Pendidikan Responden

pendidikan nasabah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SLTP	4	4.1	4.1	4.1
SLTA	68	70.1	70.1	74.2
Diploma Sarjana	23	23.7	23.7	97.9
lain-lain	2	2.1	2.1	100.0
Total	97	100.0	100.0	

D. Pekerjaan Responden

pekerjaan nasabah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PNS	6	6.2	6.2	6.2
karyawan swasta	13	13.4	13.4	19.6
guru	11	11.3	11.3	30.9
mahasiswa	46	47.4	47.4	78.4
pelajar	3	3.1	3.1	81.4
petani	3	3.1	3.1	84.5
dll.	15	15.5	15.5	100.0
Total	97	100.0	100.0	

E. Status Responden

status nasabah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid menikah	43	44.3	44.3	44.3
belum menikah	54	55.7	55.7	100.0
Total	97	100.0	100.0	

F. Lama Menjadi Nasabah

lama menjadi nasabah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid antara 1 bulan- 1 tahun	23	23.7	23.7	23.7
antara 1 tahu- 2 tahun	27	27.8	27.8	51.5
lebih dari 2 tahun	47	48.5	48.5	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Lampiran 4

Uji Validitas dan Reliabilitas

A. Uji Validitas dan Reliabilitas Tangible (Layanan Bukti Fisik)

		Q1	Q2	Q3	pelayanan
Q1	Pearson Correlation	1	.137	.144	.630**
	Sig. (2-tailed)		.471	.447	.000
	N	30	30	30	30
Q2	Pearson Correlation	.137	1	.118	.709**
	Sig. (2-tailed)	.471		.533	.000
	N	30	30	30	30
Q3	Pearson Correlation	.144	.118	1	.603**
	Sig. (2-tailed)	.447	.533		.000
	N	30	30	30	30
pelayanan	Pearson Correlation	.630**	.709**	.603**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

Case Processing Summary

	N	%	
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.310	3

B. Uji Validitas dan Reliabilitas Reliability (Layanan Keandalan)

Correlations

		Q1	Q2	Q3	KP2
Q1	Pearson Correlation	1	.335	-.027	.556**
	Sig. (2-tailed)		.070	.886	.001
	N	30	30	30	30
Q2	Pearson Correlation	.335	1	.163	.863**
	Sig. (2-tailed)	.070		.388	.000
	N	30	30	30	30
Q3	Pearson Correlation	-.027	.163	1	.527**
	Sig. (2-tailed)	.886	.388		.003
	N	30	30	30	30
KP2	Pearson Correlation	.556**	.863**	.527**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.003	
	N	30	30	30	30

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.545	3

C. Uji Validitas Responsiveness (Layanan Daya Tanggap)

		Q1	Q2	Q3	KP3
Q1	Pearson Correlation	1	.485**	.460*	.747**
	Sig. (2-tailed)		.007	.011	.000
	N	30	30	30	30
Q2	Pearson Correlation	.485**	1	.486**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.007		.006	.000
	N	30	30	30	30
Q3	Pearson Correlation	.460*	.486**	1	.847**
	Sig. (2-tailed)	.011	.006		.000
	N	30	30	30	30
KP3	Pearson Correlation	.747**	.816**	.847**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.714	3

D. Uji Validitas dan Reliabilitas Assurance (Layanan Jaminan)

Correlations

		Q1	Q2	Q3	KP4
Q1	Pearson Correlation	1	.498**	.264	.683**
	Sig. (2-tailed)		.005	.158	.000
	N	30	30	30	30
Q2	Pearson Correlation	.498**	1	.631**	.906**
	Sig. (2-tailed)	.005		.000	.000
	N	30	30	30	30
Q3	Pearson Correlation	.264	.631**	1	.811**
	Sig. (2-tailed)	.158	.000		.000
	N	30	30	30	30
KP4	Pearson Correlation	.683**	.906**	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.728	3

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Emphaty (Layanan Empati)

Correlations

		Q1	Q2	Q3	Q4	KP5
Q1	Pearson Correlation	1	.486**	.534**	.600**	.826**
	Sig. (2-tailed)		.006	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Q2	Pearson Correlation	.486**	1	.330	.533**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.006		.075	.002	.000
	N	30	30	30	30	30
Q3	Pearson Correlation	.534**	.330	1	.455*	.778**
	Sig. (2-tailed)	.002	.075		.012	.000
	N	30	30	30	30	30
Q4	Pearson Correlation	.600**	.533**	.455*	1	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.012		.000
	N	30	30	30	30	30
KP5	Pearson Correlation	.826**	.722**	.778**	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.783	4

F. Uji Validitas Kepuasan

Correlations

		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KEPUASAN
KP1	Pearson Correlation	1	.610**	.711**	.711**	.427*	.894**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.019	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KP2	Pearson Correlation	.610**	1	.596**	.464**	.171	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.010	.366	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KP3	Pearson Correlation	.711**	.596**	1	.729**	.200	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.289	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KP4	Pearson Correlation	.711**	.464**	.729**	1	.479**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.000		.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KP5	Pearson Correlation	.427*	.171	.200	.479**	1	.574**
	Sig. (2-tailed)	.019	.366	.289	.007		.001
	N	30	30	30	30	30	30
KEPUASAN	Pearson Correlation	.894**	.733**	.831**	.864**	.574**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	5

G. Uji Validitas Loyalitas Nasabah

Correlations

		LN1	LN2	LN3	LN4	LN5	LOYALITAS
LN1	Pearson Correlation	1	.551**	.337	.271	.204	.597**
	Sig. (2-tailed)		.002	.069	.148	.280	.000
	N	30	30	30	30	30	30
LN2	Pearson Correlation	.551**	1	.432*	.379*	.222	.662**
	Sig. (2-tailed)	.002		.017	.039	.238	.000
	N	30	30	30	30	30	30
LN3	Pearson Correlation	.337	.432*	1	.598**	.802**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.069	.017		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
LN4	Pearson Correlation	.271	.379*	.598**	1	.546**	.754**
	Sig. (2-tailed)	.148	.039	.000		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
LN5	Pearson Correlation	.204	.222	.802**	.546**	1	.797**
	Sig. (2-tailed)	.280	.238	.000	.002		.000
	N	30	30	30	30	30	30
LOYALITAS	Pearson Correlation	.597**	.662**	.879**	.754**	.797**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

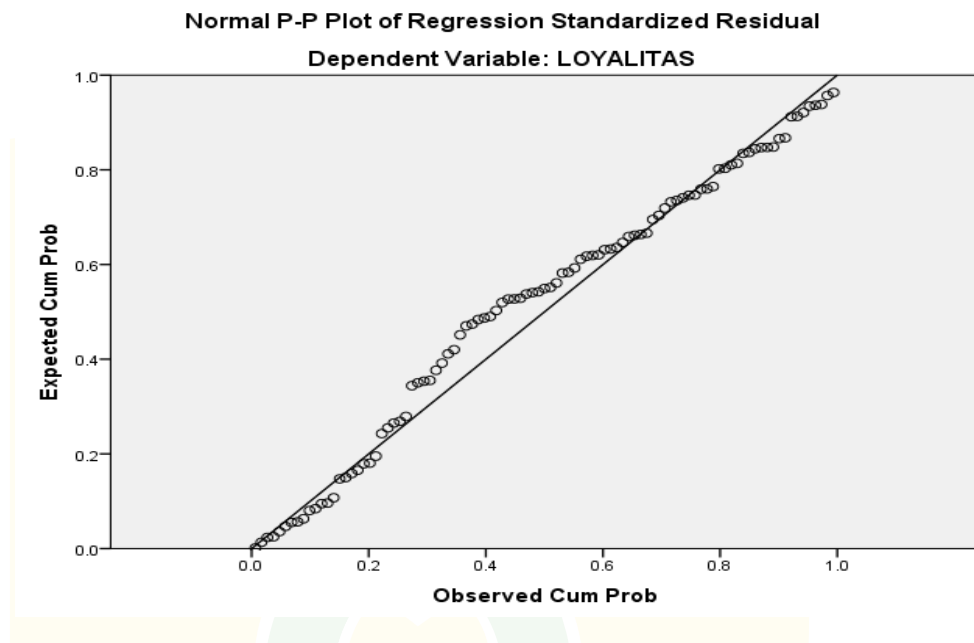
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.792	5

Lampiran 5

Uji Asumsi Klasik, Regresi Berganda

A. Uji Normalitas Data



B. Uji Multikolinieritas

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KEPUASAN, EMPATI, JAMINAN, KEANDALAN, BUKTI_FISIK, DAYA_TANGG AP		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: LOYALITAS

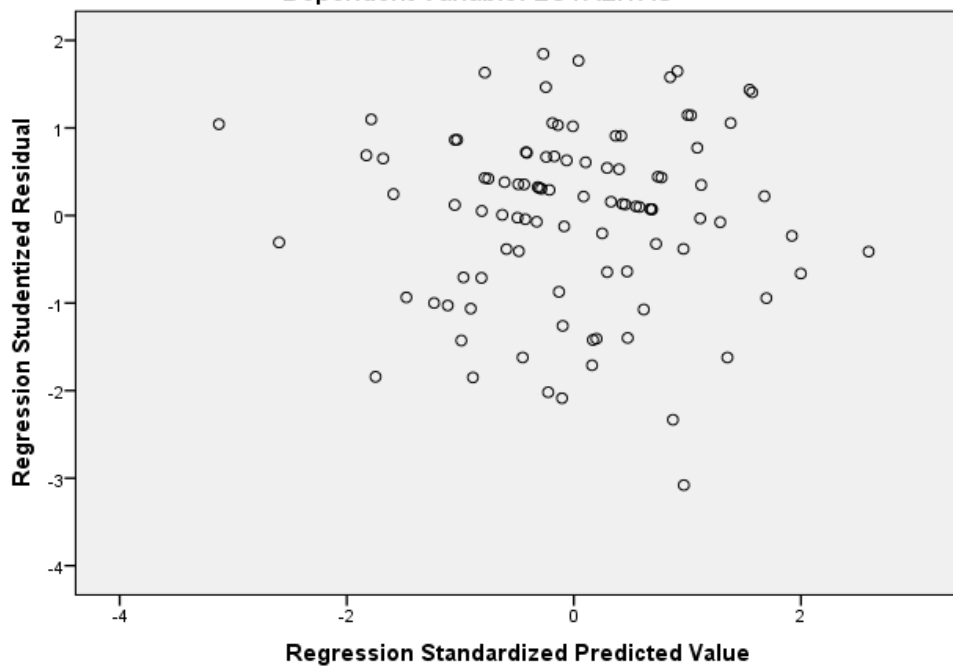
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
BUKTI_FISIK	.924	1.083
KEANDALAN	.962	1.040
DAYA_TANGGAP	.871	1.148
JAMINAN	.916	1.092
EMPATI	.979	1.021
KEPUASAN	.915	1.093

a. Dependent Variable: LOYALITAS

C. Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: LOYALITAS



D. Analisis Regresi Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.709 ^a	.503	.399	1.939

a. Predictors: (Constant), EMPHATY, ASSURANCE, TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS

b. Dependent Variable: LOYALITAS

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	91.233	5	18.247	4.853	.003 ^a
	Residual	90.233	24	3.760		
	Total	181.467	29			

a. Predictors: (Constant), EMPHATY, ASSURANCE, TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS

b. Dependent Variable: LOYALITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.347	8.377		.280	.782
	TANGIBLE	-.328	.368	-.135	-.890	.382
	RELIABILITY	.883	.305	.435	2.894	.008
	RESPONSIVENESS	.565	.272	.336	2.078	.049
	ASSURANCE	-.227	.258	-.134	-.881	.387
	EMPHATY	.309	.240	.204	1.287	.210

a. Dependent Variable: LOYALITAS

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	105.417	11	9.583	2.268	.059 ^a
	Residual	76.050	18	4.225		
	Total	181.467	29			

a. Predictors: (Constant), INERAKSI EMPHATY*KEPUASAN, TANGIBLE, RELIABILITY, ASSURANCE, RESPONSIVENESS, EMPHATY, INTERAKSI TANGIBLE*KEPUASAN, INTERAKSI RELIABILITY*KEPUASAN, INTERAKSI ASSURANCE*KEPUASAN, INTERAKSI RESPONSIVENESS*KEPUASAN, KEPUASAN

b. Dependent Variable: LOYALITAS

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 ^a	.581	.325	2.055

IAIN JEMBER

Lampiran 2

JAWABAN RESPONDEN MENGENAI SERVICE PERFORMANCE

Tabel 1.1

NO	Q1	Q2	Q3	X1	Q1	Q2	Q3	X2	Q1	Q2	Q3	X3	Q1	Q2	Q3	X4	Q1	Q2	Q3	Q4	X5
1	5	3	5	13	4	4	5	13	5	4	4	13	5	5	5	15	4	4	4	4	16
2	4	5	5	14	4	4	5	13	5	5	4	14	5	4	4	13	5	5	4	5	19
3	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	5	4	4	4	17
4	4	3	4	11	4	4	5	13	5	4	4	13	5	5	5	15	4	4	4	4	16
5	4	4	4	12	4	2	5	11	5	4	5	14	4	3	4	11	4	3	4	4	15
6	4	4	4	12	4	5	5	14	5	4	4	13	5	5	4	14	5	4	5	5	19
7	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	5	17
8	4	4	4	12	4	5	5	14	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	5	20
9	4	4	5	13	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
10	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	4	16
11	5	4	4	13	5	5	4	14	5	4	5	14	4	3	4	11	5	4	4	5	18
12	4	4	4	12	5	4	5	14	5	4	4	13	4	4	4	12	5	4	4	4	17
13	4	4	4	12	4	5	4	13	5	5	4	14	4	2	2	8	5	4	4	5	18
14	4	4	5	13	4	1	4	9	4	4	3	11	4	4	5	13	5	5	5	5	20
15	4	4	4	12	5	4	4	13	5	4	4	13	5	4	4	13	5	5	5	5	20
16	4	4	4	12	5	5	4	14	5	5	3	13	4	4	5	13	4	4	3	4	15
17	5	4	5	14	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	12	5	4	5	5	19
18	5	4	5	14	4	4	4	12	5	4	4	13	4	3	4	11	5	4	4	4	17
19	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	4	16
20	4	2	4	10	4	5	5	14	5	4	5	14	5	4	5	14	5	5	5	5	20
21	5	4	5	14	5	5	5	15	5	4	5	14	4	5	5	14	5	4	5	5	19
22	4	5	5	14	5	5	4	14	4	2	2	8	4	4	4	12	4	4	3	4	15
23	4	3	5	12	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	12	5	4	5	5	19
24	5	4	5	14	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	4	16
25	5	4	4	13	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	3	5	18
26	5	4	4	13	5	5	5	15	5	4	3	12	4	4	4	12	5	5	5	5	20
27	5	4	4	13	4	4	4	12	5	5	4	14	4	3	4	11	4	4	3	5	16
28	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12	5	4	4	13	5	4	4	5	18
29	4	4	4	12	5	4	4	13	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	4	16
30	5	4	4	13	4	4	5	13	5	5	4	14	5	4	4	13	5	4	4	4	17
31	5	3	4	12	5	4	5	14	4	3	4	11	4	4	5	13	5	4	4	5	18

32	4	4	5	13	5	5	4	14	5	4	4	13	5	4	4	13	4	4	4	4	16
33	5	4	5	14	4	4	4	12	4	4	3	11	4	3	5	12	5	5	4	5	19
34	4	3	4	11	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	3	4	15
35	4	4	4	12	4	5	4	13	5	4	4	13	5	4	4	13	5	4	5	5	19
36	5	5	5	15	3	4	4	11	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	4	16
37	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	5	5	5	5	20
38	4	3	4	11	4	3	4	11	4	5	4	13	5	4	4	13	5	5	4	5	19
39	4	4	4	12	4	4	5	13	5	3	3	11	4	5	5	14	5	4	4	4	17
40	5	4	4	13	4	3	4	11	4	4	4	12	5	4	5	14	4	4	4	4	16
41	4	3	5	12	4	4	5	13	5	4	5	14	4	4	4	12	5	4	4	4	17
42	4	4	5	13	4	4	4	12	5	4	4	13	4	2	3	9	4	4	3	4	15
43	5	4	5	14	5	4	4	13	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	5	17
44	5	4	4	13	4	3	3	10	4	3	3	10	4	3	4	11	5	4	5	5	19
45	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	3	11	5	5	4	14	5	4	4	5	18
46	5	4	5	14	4	4	3	11	5	4	4	13	4	4	5	13	4	4	4	4	16
47	4	5	5	14	5	4	4	13	4	4	4	12	5	4	4	13	5	4	3	4	16
48	4	5	5	14	4	4	4	12	5	4	3	12	4	3	3	10	4	5	4	4	17
49	4	3	4	11	5	4	4	13	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	4	16
50	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	3	4	11	5	4	4	4	17
51	4	3	4	11	4	3	4	11	4	4	4	12	4	2	2	8	5	5	4	5	19
52	4	4	5	13	4	4	4	12	4	3	4	11	5	5	4	14	4	4	4	4	16
53	4	4	4	12	4	5	4	13	5	4	3	12	5	4	5	14	4	4	5	4	17
54	5	3	5	13	2	4	4	10	5	4	4	13	3	4	3	10	4	3	4	5	16
55	4	4	5	13	4	5	4	13	4	2	4	10	5	4	4	13	5	4	4	5	18
56	3	2	3	8	5	4	5	14	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	3	3	14
57	4	4	4	12	4	3	3	10	3	3	3	9	5	5	5	15	5	4	4	4	17
58	4	4	5	13	5	4	4	13	5	5	3	13	5	3	5	13	3	2	2	2	9
59	4	4	5	13	4	4	4	12	5	4	5	14	3	3	4	10	4	4	4	4	16
60	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	12	5	4	5	14	5	5	4	4	18
61	5	3	5	13	4	4	4	12	5	4	4	13	5	4	5	14	5	4	4	4	17
62	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	4	13	4	2	4	10	5	5	5	5	20
63	4	5	4	13	4	4	5	13	5	4	3	12	5	4	3	12	4	4	4	5	17
64	5	5	4	14	4	4	5	13	3	3	2	8	4	4	4	12	5	4	5	5	19
65	4	4	4	12	5	5	4	14	5	5	5	15	3	3	3	9	4	5	4	4	17

66	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	4	16
67	5	4	5	14	2	4	3	9	5	4	4	13	4	4	4	12	5	5	4	5	19
68	5	5	4	14	5	4	5	14	5	3	3	11	4	4	3	11	5	4	4	5	18
69	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12	5	5	4	14	4	3	4	4	15
70	4	2	4	10	5	4	4	13	5	5	4	14	4	5	5	14	5	3	3	4	15
71	2	4	2	8	3	2	4	9	5	4	4	13	5	5	5	15	3	4	5	5	17
72	4	4	5	13	4	5	4	13	5	4	5	14	4	5	3	12	5	5	5	5	20
73	4	5	5	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	5	12	3	2	4	5	14
74	4	3	4	11	5	4	5	14	4	4	4	12	1	5	3	9	4	5	4	5	18
75	5	4	4	13	5	5	4	14	5	4	4	13	4	4	5	13	4	4	3	3	14
76	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	3	11	5	4	5	14	4	4	4	4	16
77	5	4	4	13	4	5	3	12	5	4	3	12	5	4	5	14	5	3	1	4	13
78	4	4	5	13	3	4	3	10	4	4	4	12	5	4	4	13	5	4	4	5	18
79	4	5	5	14	4	4	5	13	5	5	5	15	5	3	3	11	5	4	4	4	17
80	3	4	5	12	4	3	5	12	5	4	5	14	2	2	3	7	4	2	2	4	12
81	4	4	4	12	5	4	5	14	4	4	3	11	5	5	5	15	5	4	5	5	19
82	4	4	4	12	5	4	4	13	5	4	4	13	5	4	4	13	4	4	4	4	16
83	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
84	4	5	5	14	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	3	11	5	4	4	4	17
85	4	4	5	13	2	5	4	11	5	4	4	13	5	5	4	14	5	5	5	4	19
86	5	3	4	12	4	4	4	12	4	2	2	8	4	3	3	10	5	4	4	4	17
87	4	4	3	11	5	4	4	13	4	4	4	12	5	3	4	12	4	4	5	4	17
88	4	5	4	13	4	5	3	12	5	4	4	13	5	4	4	13	5	5	4	5	19
89	3	5	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	5	5	4	17
90	4	4	5	13	1	4	4	9	5	4	4	13	5	1	4	10	5	2	4	5	16
91	4	3	5	12	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12	5	5	5	5	20
92	5	4	4	13	5	5	3	13	5	4	5	14	4	3	3	10	4	2	3	3	12
93	5	2	5	12	5	5	5	15	5	3	5	13	5	5	4	14	4	4	4	4	16
94	5	4	4	13	3	3	4	10	4	4	4	12	4	5	4	13	5	4	4	4	17
95	5	4	4	13	5	5	5	15	5	4	3	12	5	4	4	13	5	4	4	5	18
96	4	3	5	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	4	4	16
97	5	4	5	14	5	4	4	13	5	4	5	14	5	4	4	13	5	4	5	5	19



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.nid – e-mail : info@iain-jember.ac.id
J E M B E R

Nomor : B_200/In.20/7.a/PP.00.9/ 4 /2017
Lampiran : -
Perihal : **Izin Penelitian Skripsi**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr : PIMPINAN BANK SYARIAH MANDIRI KC JEMBER

Di

TEMPAT

Assalamu'alaikumWr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa untuk penyelesaian Program Sarjana S-1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian kepada mahasiswa dengan identitas sebagai berikut:

Nama : ALIEF NURLAELI ROHMAH
NIM : 083 133 161
Semester : VIII (Delapan)
Prodi : PERBANKAN SYARIAH
Jurusan : EKONOMI ISLAM
Alamat : JL. KAPTEN PIERE TENDEAN NO.140 JEMBER
KARANGREJO-SUMBERSARI-JEMBER
No TLP : 085941152455
Judul Skripsi : ANALISIS DAMPAK SERVICE PERFORMANCE DAN KEPUASAN SEBAGAI MODERATING VARIABEL TERHADAP LOYALITAS NASABAH (Studi Nasabah Bank Syariah Mandiri KC Jember)

Demikian surat izin ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr.Wb.

Jember, 05 April 2017

Dekan,
Dekan Bidang Akademik Dan
Pengembangan Lembaga


Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I
NIP. 19730830 199903 1 002

SURAT KETERANGAN

No. 19/1042-3/081

PT BANK SYARIAH MANDIRI yang berkedudukan di Jalan PB. Sudirman No 41-43 Kelurahan Jember Lor Kecamatan Patrang dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Alief Nurlaeli Rohmah
NIM : 083 133 161
Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas : IAIN Jember

Telah melaksanakan penelitian/riset di PT Bank Syariah Mandiri – Kantor Area Jember pada tanggal 01 Agustus 2017 – 30 Agustus 2017

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 29 September 2017
PT BANK SYARIAH MANDIRI
KANTOR AREA JEMBER











Jumartono
Area Operation And Service Manager



Hendry Sonny Aprianto
Clearing Operatrion & Service Supervisor

*) TTD 2 Pejabat Struktural

**JURNAL KEGIATAN PENELITIAN
DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR AREA JEMBER**

Hari/ Tanggal	KETERANGAN	PARAF
Senin, 03 April 2017	Observasi tempat penelitian	
Rabu, 05 April 2017	Menyerahkan proposal penelitian, CV dan surat ijin penelitian di kantor Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember	
Selasa, 01 Agustus 2017	Konfirmasi kepastian bisa melakukan penelitian sekaligus wawancara	
Kamis, 03 Agustus 2017	Penyebaran Angket Kepada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember	
Kamis, 10 Agustus 2017	Penyebaran Angket Kepada Nasabah Bank Syariah Mandiri + Dokumentasi	
Jumat, 11 Agustus 2017	Penyebaran Angket Kepada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember	
Senin, 21 Agustus 2017	Penyebaran Angket Kepada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember	
Jumat, 08 September 2017	Meminta surat ket.selesai penelitian di Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember	
Selasa, 19 September 2017	Pengambilan surat ket.selesai penelitian sekaligus dokumentasi dan paraf jurnal kegiatan penelitian	

Jember, 15 Agustus 2017

Mengetahui,



 KANTOR BSM-Kantor Area Jember

DOKUMENTASI



DOK. Penyebaran angket kepada nasabah Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Area Jember.



Dok. Saat penyebaran angket kepada nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember

BIODATA PENULIS



Nama : Alief Nurlaeli Rohmah

Nim : 083 133 161

Email : Alifnurlailirohmah48@gmail.com

No Hp : 085941152455

Tmpat/Tanggal lahir : Bobonaro/ 08 Januari 1995

Alamat : JL. Kapten Piere Tendean NO. 140

Kel. Karangrejo- Kec. Sumbersari- Kab. Jember

Motto : **KHOIRUNNAS ANFAUHUM LINNAS** (Sebaik-baik manusia adalah mereka yang bermanfaat bagi orang lain)

Riwayat Pendidikan : Agustus 2013 - 2017

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember

Tahun 2010 - 2013

MA Zainul Hasan 01 Genggong Probolinggo

Tahun 2010 - 2007

MTs Zainul Hasan 01 Genggong Probolinggo

Tahun 2001 – 2007

MI Miftahul Ulum Jember

Tahun 2000 – 2001

TK AL-HUJJAH Jember

Titik Persentase Distribusi F

Probabilita = 0.05

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>



Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
181	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
182	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
183	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
184	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
185	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
186	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
187	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
188	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
189	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
190	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
191	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
192	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
193	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
194	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
195	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
196	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
197	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
198	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
199	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
200	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
201	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
202	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
203	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
204	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
205	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
206	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
207	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.71
208	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
209	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
210	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
211	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
212	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
213	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
214	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
215	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
216	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
217	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
218	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
219	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
220	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
221	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
222	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
223	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
224	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
225	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71

Titik Persentase Distribusi t

d.f. = 1 - 200

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>



Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

df	Pr 0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung