

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ISLAMI, *CUSTOMER*
RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS MELALUI
KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH DI INDONESIA**

TESIS



Oleh:

**ANJELISA
20191020010**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2023

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ISLAMI, *CUSTOMER*
RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS MELALUI
KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH DI INDONESIA**

***THE INFLUENCE OF ISLAMIC SERVICE QUALITY, CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT ON LOYALTY THROUGH CUSTOMER
SATISFACTION OF ISLAMIC BANKS IN INDONESIA***

TESIS

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Strata 2 Program Studi Magister Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Diajukan Oleh:

**ANJELISA
20191020010**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Anjelisa

Nomo Mahasiswa : 20191020010

Menyatakan bahwa tesis ini dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ISLAMI, *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH DI INDONESIA”** bukan merupakan hasil plagiat karya orang lain, melainkan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diterbitkan oleh pihak manapun. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ada yang mengklaim bahwa karya ini adalah milik orang lain dan dibenarkan secara hukum, maka saya bersedia dituntut berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia.

Yogyakarta, 21 Maret 2023



MOTTO

“Boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.”

(Q.S. Al-Baqarah 216)

Jika Allah membawamu ke suatu perjalanan, maka yakin-lah Allah juga akan membantu mu melewatinya.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, kesehatan, dan rahmat-Nya, sehingga penulisan tesis ini bisa terselesaikan. Penyelesaian tesis ini tidak terlepas dari doa, bimbingan dan dukungan berbagai pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung. Saya mengucapkan banyak terima kasih.

Tesis ini dipersembahkan untuk:

1. Orang tua tercinta, mama dan papa (Hetti Balamba dan Asrul Datunsolang) yang senantiasa selalu mendoakan setiap perjalanan saya. Terimakasih untuk semua kasih sayang dan kerja keras selama ini tidak akan mungkin bisa terbalaskan.
2. Nenek dan kakek (Husna Kamah dan Kisman Balamba) yang paling saya sayangi. Terimakasih untuk kasih sayang dan cinta yang saya dapatkan selama ini.
3. Saudara Kakak dan adik (Erik, Sandi, Dede dan Algifahri) yang hadir dalam proses perjalanan kehidupan saya. Terimakasih sudah berusaha menjadi keluarga yang saling melengkapi.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan kemudahan, karunia, dan rahmat kepada penulis agar penulis berhasil menyelesaikan tesis ini. Tesis dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami, *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di Indonesia” merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata 2 (S-2) di Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta bidang Magister Manajemen.

Penulis sangat menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam tesis ini, yang disebabkan oleh keterbatasan penulis. Keberhasilan penulisan karya ilmiah ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Indah Fatmawati, SE., M. Si dan Bapak Dr. Nuryakin, SE., MM selaku dosen pembimbing 1 dan 2 yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan arahan selama proses penyelesaian tesis ini.
2. Ibu Dr. Arni Suwanti, M.Si dan Ibu Retno Widowati PA., SE., M.Si., Ph.D selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
3. Teman-teman mahasiswa di MM UMY angkatan 48 yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, sukses untuk kita semua di jalan masing-masing.
4. Seluruh dosen Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Seluruh staff dan bagian administrasi Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang memberikan pelayanan dan dorongan bagi penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.

Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, terutama bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 21 Maret 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
INTISARI.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Pertanyaan Penelitian.....	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori	11
1. <i>Theory of Planned Behavior</i>	11
2. Kualitas Pelayanan Islami	12
3. <i>Customer Relationship Management</i>	18
4. Kepuasan Nasabah.....	23
5. Loyalitas Nasabah.....	26
B. Hasil Penelitian Terdahulu	30

C. Pengembangan Hipotesis	41
1. Hubungan antara Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Nasabah	41
2. Hubungan antara <i>Customer Relationship Management</i> dan Kepuasan Nasabah.....	43
3. Hubungan antara Kualitas Pelayanan Islami dan Loyalitas Nasabah	45
4. Hubungan antara <i>Customer Relationship Management</i> dan Loyalitas Nasabah.....	47
5. Hubungan antara Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah	49
6. Hubungan Kualitas Pelayanan Islami dan Loyalitas Nasabah Melalui Mediasi Kepuasan Nasabah.....	51
7. Hubungan <i>Customer Relationship Management</i> dan Loyalitas Nasabah Melalui Mediasi Kepuasan Nasabah.....	53
D. Model Penelitian.....	55
BAB III METODE PENELITIAN	57
A. Jenis Penelitian	57
B. Desain Penelitian	57
C. Objek dan Subjek Penelitian	59
D. Populasi, Jumlah Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	60
E. Jenis Data	61
F. Teknik Pengumpulan Data	61
G. Definisi Operasional Variabel Penelitian	62
H. Uji Kualitas Instrumen	68
I. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	69
J. Uji Signifikansi Parameter (Uji hipotesis)	78
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	80
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	80
B. Gambar Umum Subjek Penelitian	82
C. Deskripsi Karakteristik Responden.....	83
D. Deskripsi Variabel Penelitian	85
1. Deskripsi Data Kualitas Pelayanan Islami	86
2. Deskripsi Data <i>Customer Relationship Management</i>	91
3. Deskripsi Data Kepuasan Nasabah	93

4. Deskripsi Data Loyalitas Nasabah.....	95
E. Proses dan Hasil Analisis Data.....	97
1. Proses Analisis Data	97
2. Analisis Data Struktural Equation Modeling (SEM)	98
3. Analisis Model Struktural	106
4. Evaluasi Asumsi SEM	106
5. Evaluasi Secara Keseluruhan Setelah Seleksi Data	114
6. Analisis Jalur (Path Analysis).....	114
F. Uji Hipotesis dan Pembahasan	120
1. Hasil Estimasi Model	120
2. Hasil Uji Hipotesis.....	122
3. Pembahasan.....	126
4. Implikasi.....	133
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	135
A. Simpulan Penelitian	135
B. Saran	135
C. Keterbatasan Penelitian.....	136
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN	146

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 2. 2 Hubungan antara Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Nasabah .	42
Tabel 2. 3 Hubungan antara <i>Customer Relationship Management</i> dan Kepuasan Nasabah.....	44
Tabel 2. 4 Hubungan antara Kualitas Pelayanan Islami dan Loyalitas Nasabah ..	46
Tabel 2. 5 Hubungan antara <i>Customer Relationship Management</i> dan Loyalitas Nasabah.....	48
Tabel 2. 6 Hubungan antara Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah	50
Tabel 2. 7 Hubungan antara Kualitas Pelayanan Islami dan Loyalitas Nasabah Melalui Mediasi Kepuasan Nasabah.....	52
Tabel 2. 8 Hubungan <i>Customer Relationship Management</i> dan Loyalitas Nasabah Melalui Mediasi Kepuasan Nasabah.....	54
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Kualitas Pelayanan Islami.....	64
Tabel 3. 2 Definisi Operasional <i>Customer Relationship Management</i>	66
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Kepuasan Nasabah.....	67
Tabel 3. 4 Definisi Operasional Loyalitas Nasabah	67
Tabel 3. 5 <i>Goodness Fit Index</i>	78
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	84
Tabel 4. 2 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan Islami	87
Tabel 4. 3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Relationship Management</i>	92
Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Nasabah	94
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Nasabah	96
Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Validitas Konstruk Eksogen Model Dasar	99
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Validitas Konstruk Eksogen dengan Menghilangkan Indikator yang Tidak Valid	101
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Validitas Konstruk Endogen Model Dasar.....	102
Tabel 4. 9 Rangkuman Hasil Pengujian Reliabilitas	104
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian <i>Outliers Multivariate</i>	108

Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Normalitas	109
Tabel 4. 12 <i>Notes for Model, Notes for Model (Default Model), Computation Of Degrees Of Freedom (Default Model)</i>	110
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	111
Tabel 4. 14 Hasil Uji Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)	116
Tabel 4. 15 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>)	117
Tabel 4. 16 Hasil Uji Pengaruh Total (<i>Total Effect</i>)	118
Tabel 4. 17 Hasil Uji <i>Squared Multiple Correlation</i>	119
Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis	121
Tabel 4. 19 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Islamic Finance Development Indicator</i> (IFDI).....	1
Gambar 1. 2 Pertumbuhan ASET, PYD dan DPK	2
Gambar 1. 3 <i>Market Share</i> Perbankan Syariah	3
Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	55
Gambar 3. 1 Desain dan <i>Flowchart</i> Penelitian.....	59
Gambar 4. 1 Analisis Full Model Setelah Uji Validitas	106
Gambar 4. 2 Nilai Batas <i>Mahalonobis Distance</i>	107
Gambar 4. 3 Analisis Jalur Model Penelitian.....	115

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	147
Lampiran 2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	156
Lampiran 3 UJI CFA	158
Lampiran 4 UJI CR & AVE (Reliabilitas)	162
Lampiran 5 Uji Asumsi SEM (Outliers, normalitas, <i>multikolinieritas</i> dan <i>Goodness of Fit</i>) 252 responden.....	164
Lampiran 6 Pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, pengaruh total dan SMC	169
Lampiran 7 Uji Hipotesis	174
Lampiran 8 Gambar AMOS	176
Lampiran 9 Rekap Data Mentah Kuesioner	178