

PENGARUH *TRUST*, *RELIGIOUS COMMITMENT*, DAN *CUSTOMER KNOWLEDGE*: MENGLARIFIKASI *RELATIONAL COMMITMENT* DAN MENGAITKANNYA DENGAN *REPURCHASE INTENTION* PADA BANK SYARIAH INDONESIA

THE EFFECT OF TRUST, RELIGIOUS COMMITMENT, AND CUSTOMER KNOWLEDGE: CLARIFYING RELATIONAL COMMITMENTS AND LINKING THEM TO REPURCHASING INTENTIONS

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)



Disusun Oleh:

MOCHAMMAD FAZZRUL IQBAL

20180410458

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2023/2024

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Mochammad Fazzrul Iqbal

Nomor Mahasiswa : 20180410458

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “**PENGARUH *TRUST, RELIGIOUS COMMITMENT, DAN CUSTOMER KNOWLEDGE: MENGLARIFIKASI RELATIONAL COMMITMENT DAN MENGAITKANNYA DENGAN REPURCHASE INTENTION PADA BANK SYARIAH INDONESIA***” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kersarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 26 Juni 2024



Handwritten signature of Mochammad Fazzrul Iqbal in black ink.

Mochammad Fazzrul Iqbal

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT. Yang telah memberikan nikmat yang sangat luar biasa, memberi saya kekuatan, dan membekali saya dengan ilmu pengetahuan. Atas segala perjuangan saya hingga titik ini, saya persembahkan teruntuk orang-orang hebat yang selalu menjadi penyemangat, menjadi alasan saya kuat sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.

1. Teristimewa kedua Orangtua saya (Alm) Bapak Suhyar S.Pd., M.M., yang telah menjadi motivator terbaik dalam kehidupan saya sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah dan Ibu Yeti Yulyeti Wahyuni saya ucapkan terimakasih atas jasa, iringan doa dan penyemangat yang tak henti-hentinya diberikan dalam mengiringi setiap perjalanan dalam menyelesaikan pendidikan sampai jenjang ini, semoga rahmat Allah SWT selalu mengiringi kehidupan mu yang barokah dan senantiasa diberi kesehatan.
2. Dosen pembimbing seminar proposal dan skripsi yang terhormat Ibu Dr. Indah Fatmawati, SE., MSi., terimakasih atas bimbingan, kritik dan saran serta telah banyak meluangkan waktu dengan sangat sabar dan pengertian dalam membantu proses pengerjaan skripsi saya ini. Menjadi salah satu dari anak bimbingan ibu merupakan nikmat yang sampai saat ini saya syukurkan. Terimakasih banyak saya ucapkan, semoga jerih payah ibu terbayarkan dan selalu dilimpahkan kesehatan. Aamiinn.
3. Keluarga besar komunitas KKN Mandiri Dharma Cita Nusantara (DCN) 4 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah menjadi ruang bagi penulis untuk memperluas

ilmu pengetahuan serta pengalaman dalam berorganisasi maupun dalam menambah pengalaman hidup.

4. Teruntuk sahabat serta kawan-kawan yang selalu memberikan dukungan serta semangat dalam menyelesaikan sesuatu, terimakasih telah menjadi bagian dalam perjalanan hidup saya selama dalam masa-masa perkuliahan, dan teruntuk khusus bagi “Barudak Bankjiw” adalah orang-orang pilihan yang selalu berada dibalik layar, kebersamai dalam susah dan senang dan selalu mau saya reportkan. Saya ucapkan terimakasih sebesar-besarnya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT. Sehingga sampai saat ini penulis masih diberikan kesehatan dan anugerah yang sangat luar biasa. Sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Trust*, *Religious Commitment*, dan *Customer Knowledge*: Mengklarifikasi *Relational Commitment* dan Mengaitkannya dengan *Repurchase Intention* pada Bank Syariah Indonesia”. Skripsi ini adalah salah satu dari beberapa persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar sarjana pada program studi S1 Manajemen di fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

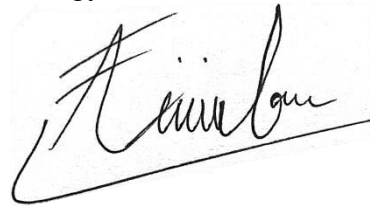
Penyusun skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak terkait. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, berkah, dan karunia-Nya serta memberikan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang diharapkan.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan syafaat dan menjadi suritauladan bagi para umatnya.
3. Bapak Prof. Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., CA., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan kepada para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

4. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberi bimbingan untuk para mahasiswa Manajemen
5. Dosen pembimbing seminar proposal dan skripsi yang terhormat Ibu Dr. Indah Fatmawati, SE., MSi., terimakasih atas bimbingan, kritik dan saran serta telah banyak meluangkan waktu dengan sangat sabar dan pengertian dalam membantu proses pengerjaan skripsi saya ini. Menjadi salah satu dari anak bimbingan ibu merupakan nikmat yang sampai saat ini saya syukurkan. Terimakasih banyak saya ucapkan, semoga jerih payah ibu terbayarkan dan selalu dilimpahkan kesehatan dan kebahagiaan. Aamiinn.
6. kedua Orangtua saya (Alm) Bapak Suhyar S.Pd., M.M., yang telah menjadi motivator terbaik dalam kehidupan saya sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah dan Ibu Yeti Yulyeti Wahyuni saya ucapkan terimakasih atas jasa, iringan doa dan penyemangat yang tak henti-hentinya diberikan dalam mengiringi setiap perjalanan dalam menyelesaikan pendidikan sampai jenjang ini, semoga rahmat Allah SWT selalu mengiringi kehidupan mu yang barokah dan senantiasa diberi kesehatan.
7. Keluarga besar komunitas KKN Mandiri Dharma Cita Nusantara (DCN) 4 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah menjadi ruang bagi penulis untuk memperluas ilmu pengetahuan serta pengalaman dalam berorganisasi maupun dalam menambah pengalaman hidup.

8. Teruntuk sahabat serta kawan-kawan yang selalu memberikan dukungan serta semangat dalam menyelesaikan sesuatu, terimakasih telah menjadi bagian dalam perjalanan hidup saya selama dalam masa-masa perkuliahan, dan teruntuk khusus bagi “Barudak Bankjiw” adalah orang-orang pilihan yang selalu berada dibalik layar, kebersamai dalam susah dan senang dan selalu mau saya repotkan. Saya ucapkan terimakasih sebesar-besarnya.

Yogyakarta, 26 Juni 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Mochammad Fazzrul Iqbal', written over a faint, light-colored background that resembles a map of Indonesia.

Mochammad Fazzrul Iqbal

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	1
LEMBAR PENGESAHAN	2
PERNYATAAN	3
MOTTO	4
LEMBAR PERSEMBAHAN	5
INTISARI	7
ABSTRACT	8
KATA PENGANTAR	9
DAFTAR ISI	12
DAFTAR TABEL	15
DAFTAR GAMBAR	16
BAB I	17
PENDAHULUAN	17
A. Latar Belakang penelitian	17
B. Pertanyaan Penelitian	24
C. Tujuan Penelitian	25
D. Manfaat Penelitian	26
BAB II	27
TINJAUAN PUSTAKA	27
A. Landasan Teori	27
B. Definisi Konseptual	29
<i>1. Trust</i>	29
<i>2. Religious Commitment</i>	30
<i>3. Customer Knowledge</i>	31
<i>4. Customer intimacy</i>	32
<i>5. Relational Commitment</i>	33
<i>6. Repurchase Intention</i>	34

C. Ringkasan Penelitian Terdahulu	36
D. Perumusan Hipotesis	41
1. Hubungan antara <i>Trust</i> dan <i>Customer Intimacy</i>	41
2. Hubungan antara <i>Religious Commitment</i> dan <i>Customer Intimacy</i>	46
3. Hubungan antara <i>Customer Intimacy</i> dan <i>Commitment Relational</i>	49
4. Hubungan antara <i>Customer knowledge</i> dan <i>Customer intimacy</i>	51
5. Hubungan antara <i>Customer knowledge</i> dan <i>Repurchase intention</i>	53
6. Hubungan antara <i>Customer intimacy</i> dan <i>Repurchase intention</i>	55
7. Hubungan antara <i>Customer knowledge</i> terhadap <i>Repurchase intention</i> melalui <i>Customer intimacy</i>	59
E. Model Penelitian	61
BAB III	62
METODE PENELITIAN	62
A. Pendekatan Penelitian	62
B. Responden/Subjek/informan Penelitian	62
C. Setting Penelitian	63
D. Metode Penyampelan dan Sampel Penelitian	63
E. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	64
F. Identifikasi Variabel	65
1. Variabel Eksogen	65
2. Variabel Endogen	65
G. Definisi operasional	66
1. <i>Trust</i>	66
2. <i>Religious commitment</i>	66
3. <i>Customer knowledge</i>	67
4. <i>Customer intimacy</i>	68
5. <i>Relational commitment</i>	69
6. <i>Repurchase Intention</i>	69
H. Pengujian Kualitas Instrumen	72

1. Uji validitas.....	73
2. Uji Reliabilitas.....	73
3. Uji Normalitas	74
I. Metode Analisis Data.....	74
BAB IV.....	82
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	82
A. Gambaran Umum dan Objek atau Subjek Penelitian	82
B. Deskripsi Demografis Responden.....	83
C. Analisis Deskriptif.....	85
D. Pengujian Kualitas Instrumen.....	87
E. Metode Analisis Data.....	92
F. Pengujian Hipotesis	102
G. Pembahasan.....	107
BAB V	115
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN	115
A. Simpulan	115
B. Keterbatasan penelitian	116
C. Saran	117
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN	125

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	36
Tabel 2. 2	43
Tabel 2. 3	47
Tabel 2. 4	49
Tabel 2. 5	51
Tabel 2. 6	54
Tabel 2. 7	56
Tabel 2. 8	59
Tabel 3. 1	70
Tabel 3. 2	72
Tabel 3. 3	81
Tabel 4. 1	84
Tabel 4. 2	86
Tabel 4. 3	88
Tabel 4. 4	92
Tabel 4. 5	97
Tabel 4. 6	100
Tabel 4. 7	101
Tabel 4. 8	102
Tabel 4. 9	103
Tabel 4. 10	105
Tabel 4. 11	106
Tabel 4. 12	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Populasi Muslim Dunia	18
Gambar 2. 1 Teori Perilaku Terencana.....	28
Gambar 2. 2 Model Penelitian.....	61
Gambar 4. 1 Diagram Alur	94
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	95
Gambar 4. 3 Nilai Batas Mahalanobis Distance.....	99