PROPOSAL SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

(Studi Pada PT. Bank Syariah Indoneia, Tbk KCP Pandaan Pasuruan)

Oleh

MUHAMMAD QORI' QUDRATULLAH
NIM : 200503110011

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2024

PROPOSAL SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

(Studi Pada PT. Bank Syariah Indoneia, Tbk KCP Pandaan Pasuruan)

Oleh

MUHAMMAD QORI' QUDRATULLAH
NIM : 200503110011

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2024

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi Pada PT. Bank Syariah Indoneia, Tbk KCP PandaanPasuruan)

SKRIPSI

Oleh

MUHAMMAD QORI QUDRATULLAH

NIM : 200503110011

Telah Disetujui Pada Tanggal 9 Juni 2024

Dosen Pembimbing,

Dr. Fani Firmansyah, SE., MM

NIP. 197701232009121001

LEMBAR PENGESAHAN

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AT BANK SYARIAH INDONESIA KCP PANDAAN PASURUAN

SKRIPSI

Oleh
MUHAMMAD QORI QUDRATULLAH

NIM : 200503110011

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E.)Pada 20 Juni 2024

Susunan Dewan Penguji: TandaTangan

1 Ketua Penguji
Prof. Dr. Siswanto, M.Si
NIP. 197509062006041001

2 Anggota Penguji
Eka Wahyu Hestya Budianto, Lc., M.Si
NIP. 198908082020121002

3 Sekretaris Penguji
Dr. Fani Firmansyah, SE., MM
NIP. 197701232009121001

Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,

Dr. Yayuk Sri Rahayu, MM

NIP. 197708262008012011

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Qori Qudratullah

NIM : 200503110011

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (STUDI PT.BANK SYARIAH INDONESIA KCP PANDAAN PASURUAN)

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan "Duplikasi" dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada "klaim" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 10 Juni 2024

Hormat Saya,

METERAI TEMPEL

Muhammad Qori Qudratullah

NIM : 200503110011

LEMBAR PERSEMBAHAN

Bismillahirrahamanirrahim….

Alhamdulillah, puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan nikmat dan rahmat-Nya yang senantiasa memberikan kekuatan, kesehatan, kesabaran dan ilmu serta syafa'at rasul-Nya. Alhamdulillah atas izin Allah SWT saya telah menyelesaikan karya skripsi ini.

Untuk kedua orang tua tersayang. Bapak Muchid dan Ibu Uswatun Chasanah yang selalu memberikan semangat, dukugan dan doa yang selalu dipanjatkan dari pagi hingga malam hari. Banting tulang demi melihat anaknya dalam meraih gelar S.E. sehingga banyak sekali pengorbanan yang dilakukan untuk masa depan anaknya supaya banyak membantu orang lain.

Kedua kakak saya M. Zainul Mustofa dan Imamatud Diana yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Dosen pembimbing saya Bapak Dr. Fani Firmansyah, SE., MM yang selalu memberikan bantuan, dukungan dan mengarahkan saya sampai skripsi ini selesai dengan baik.

MOTTO

Jika kamu berbuat baik kepada orang lain (berarti) kamu berbuat baik pada dirimu sendiri.

(QS. Al-Isra’:7)

Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)

(QS. Al-Insyirah:6-7)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah -Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai variabel *intervening* (Studi kasus pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Padaan Pasuruan)."

Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita kepada baginda Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Addinul Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan memberikan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan bahwa terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr . H. M.Zainuddin sekalu Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbakhul Munir, L., M.Ei sekalu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Ibu Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M., selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah.
4. Bapak Dr. Fani Firmansyah, SE., MM sebagai Dosen Pembimbing yang telah mendampingi dan memberikan arahan serta bimbingan selama penyusunan skripsi.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
6. Kedua orang tua penulis. Bapak Muchid dan Ibu Uswatun Chasanah yang senantiasa memberikan doa serta dukungan, memberikan kasih sayang , serta atas kesabarannya dalam setiap langka penulis.
7. Kepada kedua kakak saya, M.Zainul Mustofa dan Imamatud Diana yang selalu memberikan semangat kepada adiknya ini dalam menyusun skripsi.
8. Teman -teman seperjuangan saya, Faiz, Dimaski,Yogi, Rama, Nuzul, Guntur yang banyak membantu dan mendukung proses penulisan skripsi ini.

9. Kepada teman jurusan Perbankan angkatan 2020 yang telah memberikan dukungan dan supprot selama penyusunan skripsi ini
10. Dan yang terakhir, saya ucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang belum tercantum dalam halaman ini yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung

Dengan selaga kerendahan hati, penulis menyadari banyak kekurangan dalam penulisan ini dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penelitian mengharapkan kritrik dan saran demi membangun dan melengkapi kekurangan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi peneliti-peneliti selanjutnya sehingga dapat berkontribusi dalam terciptanya karya ilmiah khususnya dalam bidang Ekonomi di Indonesia

Malang,10 Juni 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN ..... **iii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iv**
SURAT PERNYATAAN ..... **v**
LEMBAR PERSEMBAHAN ..... **vi**
MOTTO ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **viii**
DAFTAR TABEL ..... **xv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**
Abstrak ..... **xvii**
Abstrak ..... **xviii**
الملخص ..... **xix**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 8
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian 8
1.4 Manfaat Penelitian 9
BAB II KAJIAN TEORITIS **11**
2.1 Penelitian Terdahulu 11
2.2 Kajian Teoritis 18
2.2.1 Kualitas Produk **19**
2.2.2 Kualitas Pelayanan **24**
2.2.3 Loyalitas Nasabah **28**
2.2.4 Kepuasan Nasabah **29**
2.3 Hubungan Antar Variabel 32
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah **32**
2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah **33**
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah **33**
2.3.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah **34**
2.3.5 Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah **35**

2.3.6 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening* **35**
2.3.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening* **36**
2.4. Kerangka Konseptual 37
2.5 Hipotesis 37
BAB III METODE PENELITIAN 39
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian 39
3.2 Lokasi Penelitian 39
3.3 Populasi dan Sampel 39
3.4 Teknik Pengambilan Sampel 41
3.5 Data dan Sumber Data 41
3.5.1 Data Primer **41**
3.5.2 Data Sekunder **42**
3.6 Teknik Pengumpulan Data 42
3.7 Definisi Operasional Variabel 43
3.7.2 Variabel Independen (X) **43**
3.7.1 Variabel Dependen (Y) **43**
3.7.3 Variabel Intervening (Z) **43**
3.8 Analisis Data 47
3.8.1Analisis Structural Equation Modeling – Partial Least Square (SEM PLS) **48**
3.8.2 Evaluasi pada SEM-PLS **48**
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 52
4.1 Hasil Penelitian 52
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian **52**
4.1.2 Sejarah Bank Syariah Indonesia (BSI) **52**
4.1.3Visi Misi Bank Syariah Indonesia (BSI) **52**
4.1.4 Deskripsi Data Responden **53**
4.1.5 Deskripsi Variabel Penelitian **56**
4.1.6 Hasil Analisis Data dengan Structural Equation Modeling – Partial Least Square (SEM PLS) **68**
4.1.7 Hasil Uji Hipotesi **74**

4.1.8Pemabahasan Hasil Penelitian **78**
BAB V PENUTUP..... 86
5.1 Kesimpulan..... 86
DAFTAR PUSTAKA..... 88
LAMPIRAN-LAMPIRAN 92

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Penelitian terdahulu..... 15
Tabel 3 1 Skala Liket 43
Tabel 3 2 Operasional Variabel..... 44
Table 4 1 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk 57
Table 4 2 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan 60
Table 4 3 Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Nasabah..... 63
Table 4 4 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Nasabah..... 65
Table 4 5 Loading Factor..... 68
Table 4 6 Nilai Average Extracted (AVE)..... 70
Table 4 7 Cross Loading..... 71
Table 4 8 Uji Reabilitas 72
Table 4 9 R-Square 73
Table 4 10 Q-Square 74
Table 4 11 Uji Parsial 75
Table 4 12 Uji Mediasi 77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Kontor & Karyawan pada tahun 2021-2022 1
Gambar 1. 2 Aset Bank 4
Gambar 4 1 Jenis Kelamin 53
Gambar 4 2 Usia 54
Gambar 4 3 Pendidikan 54
Gambar 4 4 Jenis Pekerjaan 55
Gambar 4 5 Rentang Waktu Menjadi Nasabah BSI 56

Abstrak

Qudratullah, Qori, Muhammad. 2024. Skripsi. Judul: " Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai variabel intervening (Studi PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan Pasuruan)."

Dosen Pembimbing. Dr. Fani Firmansyah, SE., MM

Kata Kunci: Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan; Loyalitas Nasabah; Kepuasan Nasabah

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan mempertimbangkan peran kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Pandaan Pasuruan. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan analisis statistik deskriptif dengan populasi nasabah dari Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan Pasuruan. Sampel pada penelitian ini berjumlah 145 responden dengan menggunakan metode statistik. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik penyebaran kuesioner, penelitian ini menyebarkan pertanyaan-pertanyaan kepada nasabah yang menggunakan produk di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Pandaan Pasuruan. Metode analisis data dengan menggunakan *Structural Equation Modeling -Partial Least Square* (SEM PLS) dengan alat bantu Software SmartPLS versi 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah namun kualitas pelayanan tidak berpengarsuh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada bank syariah indonesia di KCP Pandaan. Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah namun kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah indonesia di KCP Pandaan. Kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada bank syariah indonesia di KCP Pandaan. Kepuasan nasabah tidak mampu memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah pada bank syariah indonesia di KCP Pandaan namun kepuasan nasabah mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada bank syariah indonesia di KCP Pandaan. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan agar nasabah merasakan kepuasan dan menciptakan rasa loyalitas nasabah kepada Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan Pasuruan.

Abstrak

Qudratullah, Qori, Muhammad. 2024. Thesis. Title: "The Effect of Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an intervening variable (Study of PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan Pasuruan)."

Supervisor. Dr. Fani Firmansyah, SE, MM

Keywords: Product Quality; Service Quality; Customer Loyalty; Customer Satisfaction

---

This study aims to analyze and explain the effect of product quality and service quality on customer loyalty by considering the role of customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia Pandaan Pasuruan Sub-Branch Office. In this study using quantitative methods and descriptive statistical analysis with a population of customers from Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan Pasuruan. The sample in this study amounted to 145 respondents using statistical methods. Data collection in this study was carried out using questionnaire distribution techniques, this study distributes questions to customers who use products at Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan Pasuruan. Data analysis method using Structural Equation Modeling -Partial Least Square (SEM PLS) with SmartPLS software version 4.0.

The results showed that product quality has a significant effect on customer loyalty but service quality has no significant effect on customer loyalty at Indonesian Islamic banks in KCP Pandaan. Product quality has no significant effect on customer satisfaction but service quality has a significant effect on customer satisfaction at Indonesian Islamic banks in KCP Pandaan. Customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty at Indonesian Islamic banks in KCP Pandaan. Customer satisfaction is not able to mediate the effect of product quality on customer loyalty at Indonesian Islamic banks in KCP Pandaan but customer satisfaction is able to mediate the effect of service quality on customer loyalty at Indonesian Islamic banks in KCP Pandaan. This shows that it is important to improve product quality and service quality so that customers feel satisfaction and create a sense of customer loyalty to Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan Pasuruan.

الملخص

قدرت الله، قوري، محمد .2024 .الأطروحة .العنوان" :تأثير جودة المنتج وجودة الخدمة على ولاء العملاء مع رضا العملاء كمتغير متدخل (دراسة عن PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan Pasuruan)."

المشرف .د .فاني فيرمانسياه الماجيستر

الكلمات المفتاحية جودة المنتج: جودة الخدمة؛ جودة الخدمة؛ ولاء العملاء؛ رضا العملاء.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل وشرح تأثير جودة المنتج وجودة الخدمة على ولاء العملاء من خلال النظر في دور رضا العملاء في مكتب فرع بنك الشريعة الإسلامية الإندونيسي بانداان باسوروان الفرعي .في هذه الدراسة باستخدام الأساليب الكمية والتحليل بانداان باسوروان .بلغت العينة في هذه الدراسة KCP 145 الإحصائي الوصفي مع مجموعة من عملاء بنك سياريا إندونيسيا مبحوثًا باستخدام الأساليب الإحصائية .وقد تم جمع البيانات في هذه الدراسة باستخدام تقنيات توزيع الاستبيان، حيث وزعت هذه الدراسة الأسئلة على العملاء الذين يستخدمون المنتجات في بنك الشريعة الإندونيسي KCP Pandaan Pasuruan. باستخدام برنامج (SEM PLS) طريقة تحليل البيانات باستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية – المربع الجزئي الأدنى SmartPLS الإصدار 4.0.

أظهرت النتائج أن جودة المنتج لها تأثير كبير على ولاء العملاء ولكن جودة الخدمة ليس لها تأثير كبير على ولاء العملاء في البنوك الإسلامية الإندونيسية في KCP Pandaan Pandaan. جودة المنتج ليس لها تأثير معنوي على رضا العملاء ولكن جودة الخدمة لها تأثير معنوي على رضا العملاء في البنوك الإسلامية الإندونيسية في KCP Pandaan. رضا العميل له تأثير كبير على ولاء العملاء في البنوك الإسلامية الإندونيسية في KCP Pandaan. إن رضا العملاء غير قادر على التوسط في تأثير جودة المنتج على ولاء العملاء في البنوك الإسلامية الإندونيسية في KCP Pandaan، لكن رضا العملاء قادر على التوسط في تأثير جودة الخدمة على ولاء العملاء في البنوك الإسلامية الإندونيسية في KCP Pandaan. وهذا يدل على أنه من المهم تحسين جودة المنتج وجودة الخدمة حتى يشعر العملاء بالرضا ويخلق شعورًا بولاء العملاء لبنك الشريعة الإسلامية الإندونيسي KCP Pandaan Pasuruan.

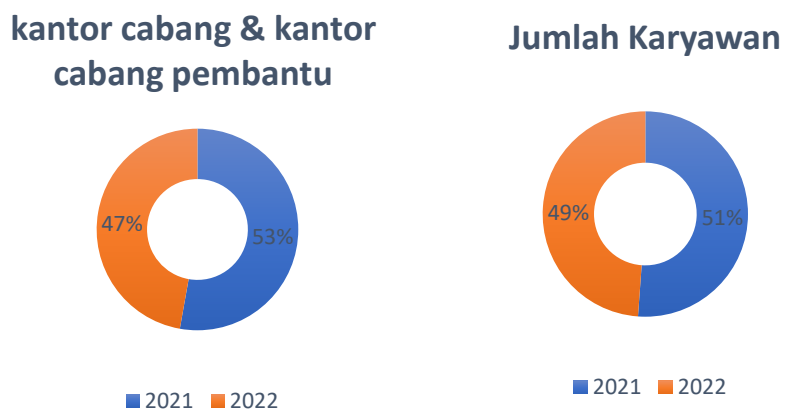
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan industri perbankan di Indonesia mengalami kemajuan yang pesat sehingga menimbulkan persaingan antar bank. Persaingan tersebut menjadikan bank berlomba-lomba untuk memberikan beraneka ragam produk dengan kualitas yang ditawarakan. Suatu organisasi atau peyedia jasa keuangan dikatakan menang ketika mereka dapat memberikan kebutuhan dan keinginan konsumen atau para nasabah. Hal ini sesuai dengan jumlah kantor cabang yang dimiliki Bank Syariah Indonesisa (BSI):

Gambar 1. 1 Jumlah Kontor & Karyawan pada tahun 2021-2022



Sumber: bankbsi.co.id 2024

Pada gambar diatas Bank syriah memiliki kantor cabang dan kantor cabang pembantu yang berjumlah 1.112 dan jumlah karyawan sebanyak 18.581. Adapun produk yang ditawarkan oleh bank syriah indonesia diantara tabungan syariah, deposito syariah, gadai syariah, pembiayaan atau pinjaman syariah dan giro syariah. Selain itu, perbankan juga memberikan pelayanan kepada nasabahnya, secara kualitas dengan

pelayanan yang berorientasi pada kepuasan nasabah maupun secara kuantitas dengan menambah produk yang dianggap akan memenuhi keinginan nasabah.

Kepuasan nasabah merupakan penelitian dari nasabah atas pengguna barang atau jasa dibandingkan penggunanya. Kepuasan nasabah merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan nasabah tercapai maka akan timbul loyalitas dari nasabah. Maka dari karena itu kepuasan nasabah merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Nasabah yang merasa puas akan suatu produk dari suatu merek, maka nasabah akan terus menerus membeli dan menggunakannya. Hal ini juga tidak menutup kemungkinan nasabah akan memberitahukan orang lain mengenai pengalamannya terhadap kualitas produk yang telah digunakan.

Kepuasan merupakan suatu tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan (Philip Kotler, 1997). Kepuasan nasabah ditentukan pada kualitas produk dan kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan harapan nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank. Ada dua hal pokok yang mengaitkan dengan kepuasan nasabah yaitu kualitas pelayanan dan persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan. Nasabah sering kali menilai pelayanan yang memberikan dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan. Kepuasan nasabah harus disertai dengan loyalitas nasabah. Dimana kepuasan nasabah menyangkut dengan apa yang diungkapkan oleh nasabah tentang persepsi dan harapannya terhadap layanan perbankan yang diperolehnya.

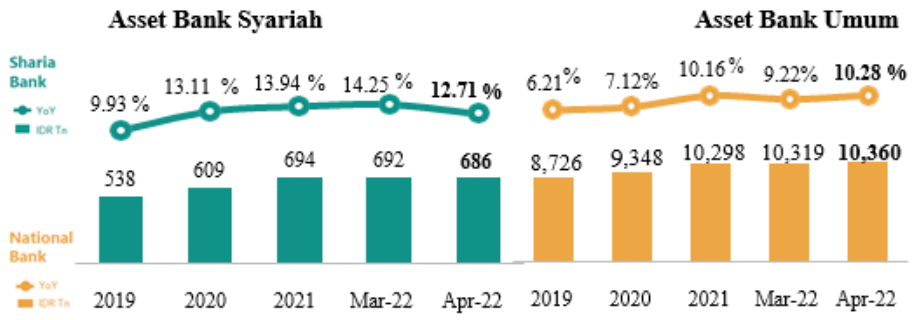
Kepuasan seorang nasabah mampu memberikan rasa loyal terhadap layanan yang telah diperolehnya. Loyalitas pelanggan merupakan hal penting yang harus

diperhatikan oleh perusahaan. Jika perusahaan memiliki seorang pelanggan yang loyal maka hal tersebut dapat menjadi aset yang sangat berharga bagi perusahaan. Seorang pelanggan dikatakan loyal apabila pelanggan tersebut mempunyai komitmen yang kuat untuk membeli dan mengkonsumsi produk tersebut secara rutin meskipun terjadi kenaikan harga dari produk tersebut dan dia tidak akan terpengaruh dengan hal tersebut.

Loyalitas merupakan komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlanggan kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa terpilih secara tetap di masa yang akan datang meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku (Ratih Huriyati 2005). Loyalitas nasabah sangat penting bagi bank yang menjaga kelangsungan usahanya. Nasabah yang setia yaitu nasabah yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkan kepada siapapun yang mereka kenal. Dalam meningkatkan loyalitas nasabah dapat dilakukan menumbuhkan kepercayaan dan meningkatkan kepuasan nasabah atas produk dengan cara menghasilkan produk-produk yang lebih bagus dari sebelumnya (lebih berkualitas) karena seorang nasabah yang loyal akan menjadi asset yang sangat bernilai bagi sebuah perusahaan dan bisa menjadi peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan nasabah baru (Sepria, 2013). Selanjutnya pada tahap berikutnya nasabah yang dikatakan loyal tersebut akan memperluas “kesetiaan” mereka pada produk-produk lain dari bank tersebut. Selain kualitas pelayanan, faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks.

Kualitas produk saat ini sangat diapresiasi oleh konsumen (Kotler 2014). Konsumen menginginkan kualitas terbaik dari produk yang dibelinya. Kualitas produk adalah karakteristik suatu barang atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang tersurat maupun tersirat. Menurut UU nomor 7 tahun 1992 pasal 1 menjelaskan bahwa produk bank syariah terdiri dari tabungan, simpanan, giro, dan pembiayaan. Hal ini menjadi dasar atas perkembangan asset yang dimiliki perbankan.

Gambar 1. 2 Aset Bank



Sumber: bankbsi.co.id 2023

Berdasarakan data dari Bank Syariah Indonesia (BSI) Nasional presentasi asset mengalami kenaikan pada tahun 2019-2022. Sehingga untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan, diperlukan standarisasi kualitas. Cara ini bertujuan untuk memastikan produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditentukan sehingga konsumen tidak kehilangan kepercayaan terhadap produk. Pertumbuhan asset yang dimiliki BSI di latar belakangi oleh kualitas pelayanan yang baik. Adapun kreteria dalam memberikan pelayanan untuk menciptakan loyalitas bagi nasabah diantaranya bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati.

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan kemampuan produksi jasa, manusia, proses dan lingkungan untuk memenuhi dan atau melampaui harapan konsumen Goeth dan Davis (2019). Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan value (nilai) dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Pelayanan dan kinerja produk sangat diperhatikan oleh konsumen guna memberikan kepuasan. Konsumen dapat merasakan dan menyimpulkan dengan memberikan harapan dan asumsi. Jika pelayanan dan kinerja produk tidak sesuai harapan, maka konsumen tidak puas. Jika pelayanan dan kinerja produk sesuai harapan, maka konsumen puas. Jika pelayanan dan kinerja produk melebihi harapan, maka konsumen sangat puas.

Penelitian yang dilakukan pada penelitinya (Sukma, 2022) menghasilkan pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap loyalitas nasabahnya. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Basith, 2014) menghasilkan pengaruh tidak signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Peningkatkan dari kualitas produk akan mempengaruhi meningkatkan loyalitas konsumen. Semakin baik kualitas produk maka akan menimbulkan kepuasan dari konsumen dan konsumen itu akan melakukan pembelian secara berulang dan terus menerus.

Kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah yang diteliti oleh (Fauzi & Putra, 2020) menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Octavia, 2019) penelitian menunjukkan hasil tidak adanya pengaruh loyalitas nasabah. Semakin baik pelayanan yang diberikan suatu lembaga keuangan kepada nasabahnya maka aka meningkatkan

adanya kepercayaan untuk bertransaksi sehingga akan meningkatkan loyalitas dari para nasabah.

Pada penelitian ini mengenai pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah yang diteliti (Zulkarnain et al., 2020) menunjukkan hasil bahwa adanya pengaruh yang signifikan positif. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Nanda Ayu Wardani, 2020) menunjukkan hasil tidak adanya pengaruh yang signifikan positif pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Hubungan negatif dan signifikan dari kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah disebabkan karena faktor *tangible*.

Bank Syariah Indonesia (BSI) salah satu perbankan yang melakukan inovasi dan upaya dalam memperkuat kualitas pelayanan untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan nasabah. Bank Syariah Indonesia (BSI), sebagai salah satu lembaga keuangan syariah terkemuka di indonesia, semakin menegaskan komitmennya dalam memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah. Kualitas yang tinggi salah satu jaminan dasar dalam menjaga persaingan global. Bank diharapkan menjadi kualitas pelayanan sebagai pintu utama dalam menerima berbagai permintaan, saran, kritik, maupun keluhan dari nasabah (Saraswati et al.2023). Bank Syariah Indonesia (BSI) berdiri pada tanggal 1 februari 2021, gabungan dari bank syariah mandiri, BNI syariah dan BRI syariah. Penggabungan dari ketiga perbankan sebagai upaya untuk menyatukan kelebihan dari syariah sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan untuk menciptakan pelayanan yang terbaik di bank syariah.

Penggabungan dari ketiga bank tersebut memberikan dampak yang mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan ataupun kualitas produk.

Namun, dalam kasus di lapangan kenyataan nasabah belum memperoleh kepuasan sesuai yang diharapkan hal ini ditunjukkan hasil wawancara kepada bapak heri yaitu salah satu nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan mengatakan bahwa masih ada beberapa hal yang kurang berkenan dihati nasabah seperti teller masih kaku, penjelasannya terlalu cepat saat menangani keluhan nasabah. Hasil wawancara kedua nasabah yang Bernama ibu azizah, mengeluh bahwa dalam hal antrian pelayanan yang diberikan oleh bank kurang cepat, pahadal bank sendiri sudah berusaha diberikan pelayanan yang cepat.

Pada hakikatnya, pelayanan terbaik harus diberikan kepada semua unsur yang terlibat. Setiap orang harus mau dan mampu memberikan pelayanan yang sama. Masing-masing harus saling mendukung sehingga pelayanan yang diberikan dalam rangka memberikan yang terbaik kepada seorang nasabah dapat optimal, mendorong para banker untuk lebih inovatif, dengan melakukan lebih banyak perubahan untuk meningkatkan pelayanan yang lebih terarah kepada nasabah agar nasabah dapat merasa puas dan menciptakan sikap loyalitas kepada nasabah.

Berdasarkan beberapa gap research yang masih terdapat kontradiksi, maupun adanya pada objek penelitian, maka penelitian ini akan menguji pengaruh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*. Hal ini diharapkan dapat menyambungkan kontradiksi pengembangan keilmuan pada topik terkait. Berdasarkan uraian di atas yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul "**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN**

TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan
3. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan?
4. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan?
5. Apakah ada pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP pandaan?
6. Apakah kepuasan nasabah memediasi pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan?
7. Apakah kepuasan nasabah memediasi pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dilaksanakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan
5. Untuk menganalisis pengaruh kualitas kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan
6. Untuk menganalisis kepuasan nasabah memediasi pengaruh antara kualitas produk dan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan
7. Untuk menganalisis kepuasan nasabah memediasi pengaruh antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya, baik segabai praktisi, akademisi, atau pemerhati pemasaran. Dan manfaat penelitian tersebut terurai sebagai berikut:

a. kegunaan teoritis, sebagai bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan khasanah ilmu pengetahuan khususnya perbankan syariah.
b. kegunaan praktisi, sebagai rekomendasi atau paduan bagi praktisi perbankan, terutama yang berhubungan dengan obyek penelitian kualitas produk, kualitas

pelayanan dan kepuasan nasabah yang mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah.

c. kegunaan umum, yang diperuntukkan kepada perbankan, sebagai pengayaan wawasan dan wacana pengetahuan bisnis dengan pendekatan teoritis dan praktis.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening tersebut antara lain:

Penelitian yang sudah dilakukan oleh (Risal, 2019) yang berjudul "Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah" Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah

Penelitian yang sudah dilakukan oleh (Setianingsih et al., 2019) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah yang Berdampak pada Loyalitas Nasabah (Studi Kasus PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk di Wilyah Depok" Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tabungan dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank, hasil selanjutnya menunjukkan bahwa kualitas produk tabungan, kualitas layanan dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya kualitas produk dan kualitas layanan dapat meningkatkan kepuasan nasabah yang selanjutnya akan meningkatkan loyalitas nasabah.

Penelitian yang sudah dilakukan oleh (Zulkarnain et al., 2020) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon)" Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan kepusaan pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan .

Penelitian yang sudah dilakukan oleh (Muslimah & Murti, 2017) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Tanda 306 Bank OCBC NISP Cabang Harco Mangga Dua" Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan pelanggan kepuasan dan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara parsial menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian yang sudah dilakukan oleh (Afifah Angkat & Yanti, 2023) yang berjudul "*The Effect of Product and Service Quality on Customer Satisfaction Loyalty Priority* Savings Bank Sumut Syariah" Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan

bahwa menunjukkan bahwa kualitas produk dan layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan prioritas di Bank Sumut Syariah

Penelitian yang sudah dilakukan oleh (Aziz & Putra, 2019) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang" Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 61,5% dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 54,6%

Penelitian yang sudah dilakukan oleh (Yusmardi et al., 2019) yang berjudul "*The Influence of Satisfaction on Dimension of Service Quality toward Loyality of Savings Customers at* PT. Bank Bukopin, Tbk. *Branch of* Padang" Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan terhadap bukti fisik terhadap loyalitas pelanggan, 2) terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan terhadap keandalan terhadap loyalitas pelanggan, 3) kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. responsiveness tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, 4) kepuasan terhadap jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, 5) kepuasan terhadap empati tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Bukopin, Tbk Branch of padang

Penelitian yang sudah dilakukan oleh (Sitorus & Yustisia, 2018) yang berjudul "*The influence of Service Quality and Customer Trust toward Customer Loyalty: The role of customer satisfaction*" Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Goodness of Fit yang tinggi dan pengujian secara simultan dan individual juga

memberikan hasil yang signifikan. Hasil analisis data menunjukkan bahwa: (1) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, (2) Kepercayaan Pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan, (3) Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, (4) Kepercayaan Pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, dan (5) Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan

Penelitian yang sudah dilakukan oleh (Tafsir et al., 2018) yang berjudul "*The Effects of Product Quality and Interpersonal Communication on Customer Loyalty*" Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan uji simultan (uji F) kualitas produk dan komunikasi interpersonal berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen namun berdasarkan uji parsial (uji t) terdapat hasil yang berbeda dimana hanya komunikasi interpersonal yang tidak berpengaruh. loyalitas konsumen. Komunikasi interpersonal tidak terlalu berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dan yang terpenting bagi konsumen adalah pemenuhan kebutuhan perbankan dapat terpenuhi tanpa adanya kesulitan yang dirasakan.

Penelitian yang sudah dilakukan oleh (Anjelisa et al., 2023) yang berjudul "*The Effect Of Islamic Service Quality On Customer Satisfaction And Loyalty In Islamic Banks* In Indonesia" Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan syariah mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kebahagiaan dan loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Tabel 2 1 Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
1	(Risal, 2019a) Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah	Independen: Kualitas produk dan layanan Dependen: kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah	analisis regresi berganda	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah
2	(Setianingsih et al., 2019) Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah yang Berdampak pada Loyalitas Nasabah (Studi Kasus PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk di Wilyah Depok	Independen: kualitas produk tabungan dan kualitas layanan Dependen: kepuasan nasabah Intervening: loyalitas nasabah	analisis Structural Equation Modelling (SEM)	kualitas produk tabungan dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank, hasil selanjutnya menunjukkan bahwa kualitas produk tabungan, kualitas layanan dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya kualitas produk dan kualitas layanan dapat meningkatkan kepuasan nasabah yang selajutnya akan meningkatkan loyalitas nasabah.
3	(Zulkarnain et al., 2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah	Independen: kualitas pelayanan dan kualitas produk Dependen: loyalitas nasabah	analisis menggunakan metode SEM-PLS	kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelanggan kepuasan, dan kepuasan pelanggan

No	Nama Peneliti	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
	Mu'amalah Cilegon)	Intervening: kepuasan nasabah		berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan
4	(Muslimah & Murti, 2017) Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Tanda 306 Bank OCBC NISP Cabang Harco Mangga Dua	Independen: kualitas pelayanan dan kualitas produk Dependen: kepuasan nasabah Intervening: loyalitas nasabah	analisis jalur (path analysis) dengan analisis SPSS Versi 20.0.	secara simultan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan pelanggan kepuasan dan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara parsial menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
5	(Afifah Angkat & Yanti, 2023) *The Effect of Product and Service Quality on Customer Satisfaction Loyalty Priority Savings* Bank Sumut Syariah	Independen: kualitas produk dan pelayanan Dependen: loyalitas nasabah	tinjauan literatur digunakan untuk pengumpulan data penelitian ini	Menunjukkan bahwa kualitas produk dan layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan prioritas di Bank Sumut Syariah
6	(Aziz & Putra, 2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat	Independen: kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan	menggunakan Analisis Jalur	terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 61,5% dan pengaruh kualitas pelayanan

No	Nama Peneliti	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
	Indonesia Cabang Padang	Dependen: loyalitas nasabah		terhadap loyalitas pelanggan sebesar 54,6%
7	(Yusmardi et al., 2019)	Independen: Kepuasan dimensi dan kualitas pelayanan Dependen: loyalitas nasabah	Analisis Regresi Berganda	1) terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan terhadap bukti fisik terhadap loyalitas pelanggan, 2) terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan terhadap keandalan terhadap loyalitas pelanggan, 3) kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. responsiveness tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, 4) kepuasan terhadap jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, 5) kepuasan terhadap empati tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Bukopin, Tbk Branch of padang
8	(Sitorus & Yustisia, 2018) *The influence of Service Quality and Customer Trust toward Customer Loyalty: The role of customer satisfaction*	Independen: kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan Dependen: loyalitas pelanggan	teknik analisis Structural Equation Model. (SEM) software AMOS 22	Goodness of Fit yang tinggi dan pengujian secara simultan dan individual juga memberikan hasil yang signifikan. Hasil analisis data menunjukkan bahwa: (1) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, (2) Kepercayaan Pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan,

No	Nama Peneliti	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
		Intervening: kepuasan pelanggan		(3) Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, (4) Kepercayaan Pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, dan (5) Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan
9	(Tafsir et al., 2018) *The Effects of Product Quality and Interpersonal Communication on Customer Loyalty*	Independen: kualitas produk dan komunikasi internasional Dependen: kesetiaan pelanggan	analisis regresi linier berganda	berdasarkan uji simultan (uji F) kualitas produk dan komunikasi interpersonal berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen namun berdasarkan uji parsial (uji t) terdapat hasil yang berbeda dimana hanya komunikasi interpersonal yang tidak berpengaruh. loyalitas konsumen. Komunikasi interpersonal tidak terlalu berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dan yang terpenting bagi konsumen adalah pemenuhan kebutuhan perbankan dapat terpenuhi tanpa adanya kesulitan yang dirasakan.
10	(Anjelisa et al., 2023) *The Effect Of Islamic Service Quality On Customer Satisfaction And Loyalty In Islamic Banks In Indonesia*	Independen: Kualitas pelayanan islam Dependen: kepuasan dan loyalitas pelanggan menurut islam	Structural Equation Modeling (SEM) dengan AMOS	kualitas layanan syariah mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kebahagiaan dan loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Sumber: jurnal penelitian terdahulu

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Kualitas Produk

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kualitas produk. Menurut *Amarican Society for Quality Control* adalah keseluruhan kelengkapan dan karakteristik dari suatu barang atapun layanan yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen baik itu yang dinyatakan ataupun tersirat. Kotler dan Amstrong lebih mendefinisikan kualitas produk sebagai salah satu sarana positioning utama pemasar yang mempunyai dampak langsung pada kinerja produk ataupun jasa dab berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Kualitas dalam artian sempit mendefinisikan sebagai "bebas dari kerusakan", atau kualitas terjadi manakala pelanggan Kembali membeli namun produk kita tidak Kembali. Standarisasi kualitas produk sendiri terbagi dalam empat kelas kualitas, yaitu kualitas rendah, kualitas rata-rata (sedang), kualitas baik (tinggi), serta kualitas sangat baik (istimewa) (Sofjan Assauri, 2002).

Pengertian kualitas produk menurut Kolter and Armstrong (2012: 283) yang dikutip oleh (Kusuma & Suwitho, 2015) adalah "*the ability of product to perform, it includes the product's overall durability, reliability, precision ease of operation and repair, and other valued attributes*" yang artinya sebuah kemampuan produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga untuk atribut pada produk lainnya. Kualitas produk adalah tahap awal yang baik untuk membuat gambaran positif dan menjaga ketergantungan klien jangka panjang. Semakin puas pelanggan dan semakin besar kemungkinan mereka merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain, semakin baik produk tersebut. (Kotler dan Keller, 2009).

Dari definisi di atas dapat kita tarik kesimpulan bahwa kualitas suatu produk adalah tingkat baik atau buruknya, yang mencakup seluruh faktor yang melekat pada produk tersebut agar dapat digunakan sesuai dengan keinginan konsumen. Pada dasarnya, pengembangan kualitas item lebih lanjut memerlukan peningkatan yang melibatkan semua orang di organisasi untuk berupaya mencapai hasil yang lebih baik. Oleh karena itu, kualitas produk yang tinggi diperlukan untuk menjamin kepuasan pelanggan. Merupakan tanggung jawab besar perusahaan untuk menjamin produk mengatasi masalah

Indikator Kualitas Produk

Menurut Mullins, Orville, Larreche, Boyd (2005) dalam (Kamila, 2017) apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Demensi kualitas produk yaitu sebagai berikut:

1. Kinerja (*performance*)
    a. Berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
    b. Daya tahan (*durability*)
    c. Merupakan umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
    d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*)

e. Sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.

2. Fitur (*features*)

   a. Merupakan karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.

3. Reliabilitas (*reliabitiy*)

   a. Merupakan probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.

4. Estetika (*aestethic*)

   a. Berhubungan dengan bagaiman penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau dan bentuk dari produk

5. Kesan kualitas (*perceived quality*)

   a. Merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk didapat dari harga, merek, periklanan, reputasi dan negara asal.

Garvin dalam Arionang (2005) mengungkapkan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas produk yaitu:

1. Fitur (*features*) meliputi mengenai karakteristik sekunder yang melengkapi fungsi dasar produk.
2. Daya tahan (durability) adalah berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
3. Mudah diperbaiki (*serviceability*) adalah kemampuan perbaikan atau kecepatan perbaikan suatu produk.
4. Baik buruknya *review* mengenai produk tersebut.

Produk yang berkualitas tinggi sengat diperlukan agar keinginan konsumen dapat diperbaiki. Keinginan konsumen terpenuhi sesuai dengan harapannya akan membuat konsumen menerima suatu produk bahkan sampai loyal terhadap produk tersebut. Peningkatan kualitas produk merupakan suatu yang sangat penting, dengan demikian produk perusahaan semakin tinggi kualitasnya. Apabila peningkatan kualitas produk dilaksanakan oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut akan dapat tetap memuaskan para konsumen dan dapat menambah jumlah konsumen (Guna et al., 2015)

Dalam pertukaran atau bisnis merupakan suatu pekerjaan yang wajar dalam pelajaran agama Islam, selanjutnya banyak sekali bait-bait dalam Alquran dan hadis Nabi yang memperhatikan dan memahami standar pertukaran. Nabi Muhammad sendiri adalah seorang pendukung perdagangan internasional yang populer dan dapat diandalkan. Reputasi bisnisnya begitu kuat ketika ia masih muda sehingga ia terkenal di Yaman, Suriah, Yordania, dan Irak. Basrah dan kawasan perkotaan pertukaran lainnya di Tanjung Badui. Hal ini karena Nabi Muhammad selalu mengutamakan kualitas dan citra produk yang dijualnya. Dari Mu’az bin Jabal, bahwa Rasulullah saw bersabda, “sesungguhnya sebaik-baik usaha perdagangan yang apabila mereka

berbicara tidak berdusta, jika berjanji tidak menyalahi, jika dipercaya tidak khianat, jika membeli tidak mencela produk, jika menjual tidak memuji-muji barang dagangan, jika berhutang tidak melambatkan pembayaran, jika memiliki piutang tidak mempersulit" (H.R. Baihaqi dan dikeluarkan oleh As-Ashbahani). Penjelasan Al Qur'an mengenai kualitas produk dalam surat Asy-Syuraa ayat 181-183:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ, وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ, وَلَا تَبْخَسُوا

النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya: "*Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang Dan janganlah kamu merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi*.

Pada ayat 181-183 memberikan arahan kepada kita bahwa sangat penting untuk menjaga sifat barang yang kita jual, khususnya dengan tidak mengendalikan atau merugikan pembeli dengan menipu kita. Indriyo Gitosudarmo (2000) mengatakan jika produk yang dijual berkualitas maka dapat membantu memenangkan persaingan. Di sisi lain, barang dengan kualitas rendah akan sulit mendapatkan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, upaya harus dilakukan untuk menjamin bahwa barang yang dikirim memiliki kualitas yang baik. Kesimpulan yang dapat ditarik dari paragraf sebelumnya adalah bahwa dalam pemasaran, yang dimaksud bukan sekedar kesesuaian harga (biaya yang dikeluarkan konsumen) dengan fisik produk; melainkan lebih dari itu, khususnya nilai produk (kualitas) sebagai cara konsumen membandingkan nilai produk dengan harga (biaya). Jika konsumen yakin nilai produk lebih besar dari

harganya maka mereka akan puas, sedangkan konsumen yang meyakini nilai produk lebih rendah akan merasa tidak puas.. Jadi sebagai produsen harus memberikan yang terbaik untuk konsumen dengan jujur menjual sehingga kepercayaan diri konsumen semakin meningkat apabila menggunakan produk tersebut. Sebagai firman Allah SWT dalam (Q.S Al-Baqarah 168)

يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ كُلُواْ مِمَّا فِي ٱلۡأَرۡضِ حَلَٰلٗا طَيِّبٗا وَلَا تَتَّبِعُواْ خُطُوَٰتِ ٱلشَّيۡطَٰنِۚ إِنَّهُۥ لَكُمۡ عَدُوّٞ مُّبِينٌ

Artinya: *Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu*.

Dari surah diatas dapat kita simpulkan bahwa dalam membuat suatu barang dagangan hendaknya kita memperhatikan sifat barang tersebut agar nantinya barang tersebut dapat dimanfaatkan dengan baik dan bermanfaat..

2.2.2 Kualitas Pelayanan

Ukuran kualitas layanan adalah seberapa baik tingkat layanan memenuhi harapan pelanggan. Menurut definisi tersebut, kualitas pelayanan suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan pelanggan sesuai dengan harapannya (Tjiptono, 2012). Kualitas atau mutu dalam bisnis bantuan merupakan suatu tampilan suatu barang atau pelayanan sesuai dengan prinsip-prinsip yang berlaku dimana barang tersebut dibuat dan penyampaiannya pada hakekatnya sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diharapkan pembelinya (Sunyoto, 2012). Tjiptono (2002) mendefinisikan kualitas layanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan memenuhi harapan pelanggan, seperti yang dikemukakan oleh

Lewis dan Booms. Sementara itu, menurut Lupioadi, kualitas adalah kualitas dan atribut umum suatu barang atau administrasi sejauh kemampuannya untuk mengatasi masalah yang telah ditentukan sebelumnya..

Menurut Kotler pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan demi tercapainya kepuasan pada pelnggan itu sendiri.

Karakteristik dari suatu pelayanan adalah sebagai berikut (Ikatan Bankir Indonesia, 2014):

- Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
- Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.

Kualitas pelayanan yang dirasakan nasabah merupakan penilaian global, berhubungan dengan suatu transaksi spesifik, lebih *abstrak* dan *eksklusif* karena didasarkan pada persepsi kualitas yang berhubungan dengan kepuasan serta komparasi harapan-harapan dengan persepsi-persepsi kinerja produk jasa bank, *fleksibilitas respons* terhadap perubahan pasar. Kualitas pelayanan merupakan ciri dan sifat dari

pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan karyawan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan oleh pelanggan atau yang bersifat dalam diri pelanggan. Kualitas merupakan kunci menciptakan nilai dan kepuasan-kepuasan. (Hasan, 2010)

Indikator Kualitas Pelayanan

Standar indikator pelayanan menurut Kasmir (2012) untuk industri perbankan merupakan dasar dasar pelayanan. Terdapat tujuh hal yang harus diperhatikan agar layanan menjadi aman, nyaman serta menyenangkan, yaitu:

1) Tampilan Fisik (Tangibles)

   Tampilan fisik merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti dari pelayanan yang diberikan.

2) Kehandalan (Reliability)

   Kehandalan yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan dengan akurat dan handal. Hal ini sangat penting bagi sebagian pelanggan, sehingga mereka bersedia mengeluarkan biaya tambahan agar perusahaan melakukan transaksi sesuai dengan yang dijanjikan. Hal ini dapat digambarkan dengan kecepatan pelayanan.

3) Daya Tanggap (Responsiveness)

   Daya tanggap merupakan kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan segera dan tepat. Dimensi ini menentukan pada kecepatan dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, keluhan, dan kesulitan pelanggan. Dimensi ini dapat digambarkan dengan karyawan

tanggap dalam menghadapi keluhan, kesediaan membantu pelanggan, kecepatan pelayanan.

4) Jaminan (Assurance)

Jaminan merupakan pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuannya untuk memberikan kesan dapat dipercaya dan penuh keyakinan.

5) Kepedulian (Emphaty)

Kepedulian adalah memiliki rasa memperhatikan dan memelihara kepada masing-masing pelanggan

Kualitas dalam perspektif islam sebagai mana yang diterangkan dalam surat Al-Imron pada ayat 159 yang berbunyi sebagai berikut:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱنفَضُّوا۟ مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَٱعْفُ عَنْهُمْ وَٱسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِى ٱلْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى ٱللَّهِ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُتَوَكِّلِينَ

Yang artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu, karena itu maafkanlah mereka, memohonlah ampunan bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya".

Makna yang terkandung dalam surat Al-Imron pada ayat 159 adalah surat ini mengatahkan bahwa seorang muslim hekdaknya berhati-hati dalam memberikan

sebuah pelayanan, karena jika bersikap tidak sopan maka pelanggan akan meninggalkan produk atau perusahaan kita.

2.2.3 Loyalitas Nasabah

Menurut (Oktaviani Satriyanti, 2012) keteguhan nasabah merupakan suatu bentuk hiburan untuk melakukan pembelian ulang dan membangun kesetiaan nasabah terhadap suatu barang atau jasa yang diberikan oleh pihak bank. Selain itu, sikap terhadap pembelian dapat digunakan untuk mendefinisikan loyalitas.. Loyalitas menurut (Tjiptono 2014) adalah sebuah komitmen yang dilakukan pelanggan terhadap sebuah merek, perusahaan atau pemasok berdasar sikap positif yang dibuktikan dengan pembeli berulang dan konsisten. Seorang nasabah sudah seharusnya menjadi nasabah loyal ketika nasabah tersebut mempunyai komitmen untuk melakukan pembelian berulang tanpa menimbulkan intimidasi dari pihak manapun.

Indikator Loyalitas Nasabah

loyalitas pelanggan menurut Kotler (2014) adalah :

1) **Repeat purchase** (kesetiaan terhadap pembelian produk),

2) **Retention** (ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan),

3) **Referalls** (mereferensikan secara total esistensi perusahaan)

Loyalitas dalam perspektif islam bukan hanya mengenai siapa yang memberikan keuntungan terhadap kita, melainkan dari hal-hal yang berkaitan dengan syariat islam. Contohnya seperti yang disampaikan dalam surat Al-Maidah ayat 54-55 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا مَنْ يَرْتَدَّ مِنْكُمْ عَنْ دِينِهِ فَسَوْفَ يَأْتِي اللَّهُ بِقَوْمٍ يُحِبُّهُمْ وَيُحِبُّونَهُ أَذِلَّةٍ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ أَعِزَّةٍ عَلَى الْكَافِرِينَ يُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا يَخَافُونَ لَوْمَةَ لَائِمٍ ذَٰلِكَ فَضْلُ اللَّهِ يُؤْتِيهِ مَنْ يَشَاءُ ۚ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Yang artinya: "*Hai orang-orang yang beriman, barang siapa di antara kamu yang murtad (keluar) dari agamanya, maka kelak Allah akan mendatangkan suatu kaum yang Allah mencintai mereka dan mereka pun mencintainya-Nya, yang bersikap lemah lembut terhadap orang yang mukmin, yang bersikap keras terhadap orang-orang kafir, yang berjihad di jalan Allah, dan yang tidak takut kepada celaan orang yang suka mencela. Itulah karunia Allah, diberikan-Nya kepada siapa yang dikehendaki-Nya, dan Allah Maha Luas (pemberian-Nya), lagi Maha Mengetahui*".

Surat Al-Maidah ayat 54 diatas mengungkapkan bahwasanya seorang mukmin dilarang untuk berbuat loyal dan menjunjung hal-hal yang bertentangan dengan islam. Oleh karena itu, kita sebagai umat islam dilarang untuk berserikat, tabah dan menjunjung tinggi sesuatu atau landasan yang mempunyai sifat-sifat yang mendekati riba karena tidak sesuai dengan syariat yang ditunjukkan oleh agama Islam (Mashuri, 2020).

2.2.4 Kepuasan Nasabah

Dengan tujuan akhir untuk memuaskan kepuasan pelanggan, perusahaan diharapkan jeli dalam mengetahui kebutuhan dan keinginan pembeli yang terus berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk kesan tentang nilai proposi,

kepuasan setelah pembelian bergantung pada presentasi kesepakatan dibandingkan dengan asumsi mereka.

Kepuasan merupakan perasaan suka atau tidak sukanya konsumen terhadap suatu produk melalui perbandingan kemampuan produk tersebut dalam mencapai prestasi (kepuasan) dengan harapan konsumen (Kotler, 2000). Definisi lain dari kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap kesenjangan yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah menggunakannya (Irawan, 2012). Loyalitas merupakan salah satu fungsi dari kepuasan pelanggan, sehingga ketika pelanggan merasa puas maka akan berdampak baik pada perilaku konsumen dengan adanya pembeli berulang dan berbagai perasaan puasnya kepada orang lain (Mardalis, 2005). Selain itu, beberapa manfaat yang akan diperoleh perusahaan yaitu adanya hubungan yang harmonis antara pelanggan dan perusahaan, menjadi landasan bagi pembeli berulang dan menciptakan loyalitas pelanggan, serta menjadi perantara rekomendasi dari mulut ke mulut (Tjiptono, 2014).

Pemahaman umum tentang kepuasan atau kekecewaan pelanggan merupakan akibat dari perbedaan antara asumsi pembeli dan presentasi yang dilihat pembeli. Dari berbagai pengertian pemenuhan pembeli yang telah dieksplorasi dan dicirikan oleh spesialis pamer, cenderung diasumsikan bahwa pemenuhan pelanggan adalah reaksi perilaku pembelanja sebagai penilaian pasca pembelian terhadap kelayakan atau administrasi yang mereka rasakan (eksekusi barang) dibandingkan dengan asumsi pembeli. Pemenuhan pembeli benar-benar bergantung pada kebijaksanaan dan asumsi pelanggan sendiri. Hal-hal yang mempengaruhi wawasan dan asumsi pembeli pada saat membeli barang atau jasa adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan pembeli

pada saat membeli barang atau jasa, pertemuan sebelumnya saat mengkonsumsi tenaga dan produk serta pertemuan dengan teman yang pernah mengkonsumsi tenaga dan produk tersebut. .

Menurut pemikiran islam seseorang tidak bisa hidup sendiri, salah satu bersosialisasi dengan orang lain adalah melalui berdagang (bisnis). Dalam dunia usaha dan kerjasama antar pedagang dan pembeli, pedagang tentu membutuhkan pemebeli (pelanggan) yang selalu kembali kepada mereka. Dari sini jelas bahwa pedagang harus membuat pembeli merasakan puas. Nabi Muhammad SAW menunjukkan kepada kita bagaimana kita harus bersikap sambil tetap terjaga sampai larut malam misalnya berdasarkan berkata jujur, tabligh, istiqomah(Didin dan Hendri, 2003). Sebagaimana diungkapkan dalam surat At-Taubah ayat 59, sebagai berikut:

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولُهُ

إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ

Artinya: “*Jikalau mereka sungguh-sungguh ridha dengan apa yang diberikan Allah dan Rasul-Nya kepada mereka, dan berkata: “Cukuplah Allah bagi kami, Allah akan memberikan sebagian dari karunia-Nya dan demikian (pula) Rasul-Nya, sesungguhnya kami adalah orang-orang yang berharap kepada Allah swt,” (tentulah yang demikian itu lebih baik bagi mereka*)” (at-Taubah:59)

Dari ayat diatas bisa disimpulkan bahwa adab jiwa dan lidah serta adap iman, yaitu ridha terhadap pembagian Allah SWT dan Rasul-Nya. Kepuasan nasabah berkaitan dengan ridha kepada Allah, yaitu ridha karena menerima dan merasa puas,

bukan karena terpaksa. Serta kepuasan nasabah itu timbul karena berharap dengan tulus kepada Allah SWT dari semua penghasilan materi dan dari semua kerasukan duniawi. Dalam islam sikap saling tolong menolong sangat dianjurkan. Kepuasan seseorang dapat dihasilkan ketika ada orang lain yang membantu meringankan beban orang tersebut sehingga orang tersebut merasa puas dengan hasil yang didapatkan

Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Irawan (2008) kepuasan pelanggan dibagi empat hal yaitu:

1. Perasaan puas (akan produk dan pelayanan)
2. Selalu membeli produk
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain
4. Harapan pelanggan terhadap produk

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah

Perusahaan sangat penting untuk menciptakan produk yang memiliki kualitas baik, dengan menciptakan produk yang berkualitas perusahaan tersebut akan memiliki hati para konsumennya. Predikat yang melekat akan produk yang dihasilkan oleh perusahaan akan menciptakan kesan baik di mata pelanggan. Bukan tidak mungkin produk akan cepat berekspansi ke pasar yang lebih besar

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Setianingsih et al., 2019) Kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Diperkuat oleh penelitian (Shan Abitama Prabowo, 2021) bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Semakin baik kualitas pelayanan

yang diberikan kepada pelanggan, maka akan semakin tinggi loyalitas dari pelanggan yang bersangkutan.

2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Selain menciptakan produk yang memiliki kualitas baik, hal lainnya yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menjalankan bisnisnya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan ini penting dalam sebuah perusahaan karena akan berdampak langsung kepada perkembangan perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi keuntungan bagi sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik dilakukan oleh perusahaan akan berpengaruh kepada tingkat loyalitas konsumen yang tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Risal, 2019) menjelaskan bahwasanya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Diperkuat pula oleh penelitian (Aziz & Putra, 2021) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Dengan ini bahwa semakin kualitas pelayanan maka akan semakin meningkat loyalitas nasabah terhadap perbankan.

2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Dalam membeli suatu produk, konsumen akan membandingkan antara produk yang satu dengan produk yang lainnya dan akan lebih banyak memberikan perhatian pada produk yang memberikan manfaat. Hal ini dikarenakan dalam mencari suatu produk, konsumen tidak hanya ingin memenuhi kebutuhan saja, namun juga dapat memuaskan keinginannya. Oleh karena itu perusahaan harus memiliki kualitas produk yang baik, agar konsumen menyukai produk yang dikeluarkaan oleh perusahaan. Alma

(2015) mengatakan bahwa kualitas adalah keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut. Kualitas dalam pandangan konsumen adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas sebenarnya.

Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Sudarto et al., (2017) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Diperkuat dengan penelitian (Suryaningtyas, 2021) bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian bahwa semakin baik kualitas produk maka akan kepuasan nasabah dapat terpenuhi.

2.3.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Parasuraman et.al (2014) mengenai kualitas pelayanan. Tujuan utama suatu bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen merasa puas karena kepuasan konsumen merupakan investasi jangka panjang yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup perusahaan. Membangun kepuasan konsumen merupakan inti dari profitabilitas jangka panjang. Konsumen yang merasa puas dengan hasil kerja perusahaan akan mengguntungkan bagi perusahaan. Agar dapat menciptakan kepuasan nasabah maka perbankan harus mengenali dan memahami kebutuhan nasabah. Salah satu alat yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah dalam suatu bank adalah pelayanan. Kotler (2016) semakin berkualitas pelayanan yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut.

Hal ini sesuai dengan penelitian (Suryaningtyas, 2021) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dikuatkan pula oleh penelitian (Septia et al., 2023) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin meningkat kepuasan nasabah terhadap perbankan.

2.3.5 Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

Kotler dan Amstrong (2016) bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu unsur utama dalam mempertahankan konsumen yang ada atau menarik konsumen yang baru. Griffin (2014) menjelaskan bahwa kepuasan sering dipandang sebagai dasar munculnya loyalitas. Jadi pembeli yang puas akan memberitahukan kepada orang lain dan melakukan pembelian ulang (loyal).

Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Rahayu dan Saryanti (2014), menjelaskan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dikuatkan oleh penelitian(Suryaningtyas, 2021) bahwa kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dengan demikian bahwa semakin besar kepuasan nasabah yang dirasakan konsumen, maka semakin meningkat pula nasabah yang loyal kepada perbankan.

2.3.6 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening*

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat. Kotler dan

Armstrong (1999) menyebutkan bahwa kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen karena kualitas produk dapat dinilai dari segi kemampuan produk untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dimaknai bahwa semakin meningkat kualitas produk maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan kepuasan yang meningkat maka akan berpengaruh pada peningkatan loyalitas pelanggan.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh (Suryaningtyas, 2021)menunjukkan bahwa kualitas produk terbukti berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening, artinya kualitas produk akan mempengaruhi loyalitas apabila terlebih dahulu ada kepuasan pelanggan.

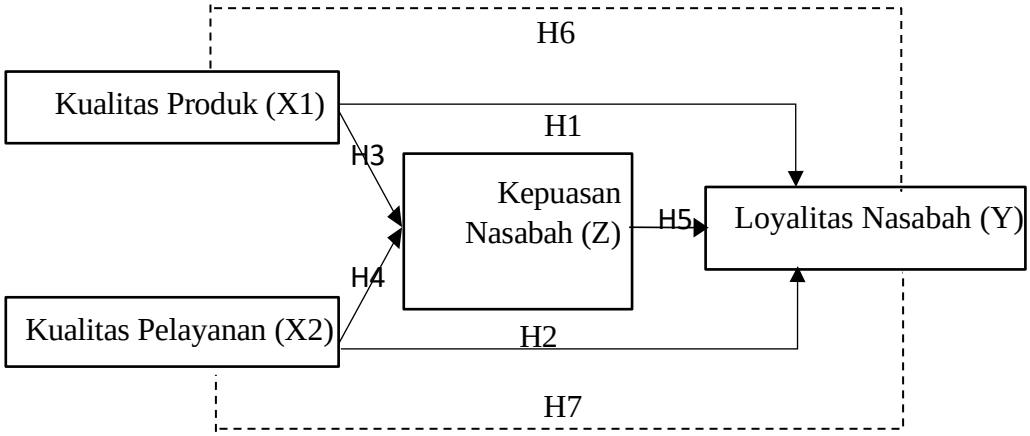
2.3.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening*

Kualitas layanan yang baik dalam perusahaan sangat dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dan berujung pada meningkatkan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan konsumen baik senang maupun sedih yang timbul setelah pelanggan membandingkan kualitas produk dari atau jasa yang dipergunakannya dengan apa yang diharapkannya. Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pelanggan untuk tetap setia pada penyedia produk. Kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening diharapkan dapat memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, dan tingkat kepuasan pelanggan yang semakin tinggi akan menghasilkan loyalitas pelanggan yang lebih besar. Konsumen yang merasa puas akan menyebarkan informasi positif dari mulut ke mulut dan

merupakan ajang promosi Cuma-Cuma bagi perusahaan atau pelanggan yang demikian merupakan pelanggan yang loyal.

Hal ini sesuai dengan penelitian oleh (Dwi Wahyuni, 2017) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan pengaruhnya pada loyalitas nasabah. Dikuatkan oleh penelitian (Welim & Arifin, 2016) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah. Dengan demikian jika setiap bank memberikan kualitas pelayanan yang optimal maka kepuasan nasabah akan meningkat dan berpengaruh pada loyalitas nasabah.

2.4. Kerangka Konseptual



Sumber : Data di olah peneliti, 2024

Keterangan : ⟶ (menunjukkan hubungan secara langsung)

⇢ (menunjukkan hubungan secara tidak langsung)

2.5 Hipotesis

H1 = kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

H2= kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

H3= kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

H4 = kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

H5= kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah

H6= kepuasan nasabah memediasi pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas nasabah

H7= kepuasan nasabah memediasi pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang diolah dan dianalisis untuk mangambil kesimpulan, artinya penelitian yang dilakukan menekankan analisinya pada data numerik (angka) (Yusuf & Surjaatmadja, 2018). T Statitisk deskriptif merupakan metode untuk mengorganisasikan, mengikhtiarkan dan menyajikan data dengan cara informatif. Penelitian deskriptif yaitu metode penelitian kuantitatif yang berupa mengumpulkan informasi yang dapat diukur untuk analisis statistic dari sampel populasi (Iranda & Rahmawati, 2023). Dalam penelitian ini akan dijabarkan menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) sebagai alat analisis. Data statistic tersebut akan di intrepetasikan dan dilakukan perbandingan serta analisis factor-factor yang mempengaruhi.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan menjadi tempat penelitian yakni Bank Syariah Indonesia Alamat: Pertokoan central Niaga Blok A1, Jl. Ahmad Yani No 321, Pandaan, Pasuruan Jawa Timur

Obyek penelitian ini adalah loyalitas nasabah sebagai variabel dependen, kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Malhotra (2009) Populasi adalah gabungan seluruh elemen, yang memiliki serangkaian karakteristik serupa, yang mencangkup semesta untuk kepentingan masalah riset kualitas. Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah yang menggunakan produk Bank Syariah Indonesia (BSI) di KCP Pandaan sebagai populasi dalam penelitian yang dilakukan ini.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan yang menggunakan segala produk bank tersebut. Adapun populasi dalam penelitian ini merupakan populasi yang tidak diketahui jumlahnya.

2. Sample

Sample merupakan subjek penelitian (responden) yang menjadi sumber data yang terpilih dari hasil pekerjaan teknik penyampean (teknik sampling). Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel menurut Malhotra (2009) sampel adalah subkelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang memiliki oleh populasi tersebut.

Dalam penelitian ini menggunakan 145 responden sebagai sampel penelitian menurut Malhotra dalam penelitian Asnawi dan Masyhuri (2011) bahwa jumlah sampel atau responden dengan jumlah populasi yang tidak terbatas dan paling sedikit 4 atau 5 kali jumlah sub variabel yang diteliti. Dalam rumus Malhotra tersebut, dapat dilakukan perhitungan untuk mencapai jumlah sampel yaitu

n= 5 x jumlah sub variable

= 5 x 29

= 145

Jadi jumlah sampel yang diambil penelitian ini adalah 145 responden.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan penulis merupakan *nonprobability sampling* karena penelitian tidak memiliki kerangka sampel yang lengkap. Jenis penarikan sampel *nonprobability* sampling pada penelitian ini menggunakan *convenience sampel*. Teknik *convenience* sampling adalah suatu bentuk pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, anggota populasi yang ditemui penelitian dan bersedia menjadi responden dijadikan sampel. (Febriyanti, 2023). Teknik ini bertujuan apabila orang yang kebetulan di jumpai cocok sebagai sumber data dengan kriteria maka orang tersebut dapat di jadikan sebagai sampel dalam penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan Pasuruan.

3.5 Data dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu primer dan sekunder:

3.5.1 Data Primer

Data yang dikumpulkan dari responden melalui kelompok fokus, panel, kuesioner, atau wawancara penelitian dengan narasumber dianggap sebagai data primer. Penelitian ini menggunakan observasi langsung dan respon kuesioner dari nasabah PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Pandaan Pasuruan sebagai sumber data utama. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas barang dan kualitas administrasi terhadap ketergantungan nasabah dan loyalitas konsumen pada PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Pandaan Pasuruan.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Sumber sekunder meliputi komentar, interpretasi atau pembahasan tentang materi original. Data sekunder diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip yang dipublikasikan atau tidak. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa jurnal, buku-buku yang berkaitan dengan penelitian.

Jenis data yang digunakan penelitian ini: Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Jenis data kuantitatif. Jenis data kuantitatif dalam penelitian ini merupakan jenis data kuantitatif yang diperoleh melalui kuesioner sebagai instrumen penelitian.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik penelitian data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik penyebaran kuesioner, penelitian menyebarkan daftar pertanyaan kepada nasabah yang menggunakan produk di PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pandaan Pasuruan yang menjadi responden dalam penelitian ini. Dengan skala likert, maka variabel penelitian yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item-item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Adapun pengukuran skala likert dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3 1 Skala Liket

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: diolah peneliti

3.7 Definisi Operasional Variabel

3.7.2 Variabel Independen (X)

Variabel independen atau disebut juga variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen secara positif maupun negatif. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2).

3.7.1 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen atau bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah.

3.7.3 Variabel Intervening (Z)

Variabel mediasi (Z) adalah variabel yang memberikan pengaruh secara tidak langsung antara dua variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). variabel mediasi dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (Z)

Tabel 3 2 Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Item
Kualitas Produk (X1) Mullins, Orville, Larreche, Boyd (2005) dalam (Kamila, 2017)	Keseluruhan ciri dari suatu produk pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pada konsumen (kotler, 2014)	Performance (Kinerja)	1. Produk yang ada dalam Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan memberikan kemudahan persyaratan dalam proses pembukaan awal
		Serviceability (pelayanan)	2. Nasabah mendapatkan pelayanan sangat baik dari karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan
		Durability (Daya tahan)	3. Produk yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan sangat menarik
			4. Produk yang diberikan sesuai dengan syariah
		Reliability (Kehandalan)	5. Produk yang diberikan sudah sesuai dengan kebutuhan nasabah
			6. Dalam produk tabungan yang diberikan Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan dapat mendorong nasabah untuk menabung
		Features (Fitur)	7. Adanya fasilitas *e-banking* (BSI *Mobile Banking*)
		Kesesuaian spesifikasi	8. Biaya administrasi yang murah
Kualitas Pelayanan (X2)	Kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan	Tangible (berwujud)	9. Pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan memiliki penampilan yang menarik

Variabel	Definisi	Indikator	Item
	konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen (Kasmir, 2012)		10. Fasilitas ruang antrian bank sangat nyaman, bersih dan tenang
		Relibility (kehandalan)	11. Pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan menyelesaikan pelayanan tepat waktu
			12. Customer service Bank Syariah Indonesia KCP pandaan memberikan informasi kepada calon nasabah degan jelas
		Responsivinea (ketanggapan)	13. Karyawan bsi kcp pandaan responsif dalam menerima permintaan nasabah dengan baik
			14. Pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan memberikan pelayanan dengan sopan
			15. Pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan selalu bersedia membantu bila nasabah dalam kesulitan
		Assurance (jaminan)	16. Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan memberikan rasa aman terhadap nasabah sewaktu melakukan transaksi
		Empathy (empati)	17. Pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan berusaha memberikan solusi yang terbaik terhadap masalah yang nasabah hadapi

Variabel	Definisi	Indikator	Item
			18. Karyawan bsi kcp pandaan selalu memberikan salam ketika sebelum maupun sesudah melayani transaksi
Kepuasan Nasabah (Z)	Respon terhadap ketidakpuasan yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian (Irawan, 2012).	Perasaan puas (akan produk dan pelayanan)	19. Saya merasa puas dengan produk yang diberikan Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan
			20. Saya merasa puas terhadap Pelayanan yang diberikan pada Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan
			21. Pelayanan yang diberikan BSI KCP Pandaan sesuai harapan nasabah
		Selalu membeli produk	22. Saya akan menggunakan produk-produk bank syariah yang sesuai dengan prinsip islam
		Akan merekomendasikan kepada orang lain	23. Saya akan merekomendasikan kepada orang terdekat saya mengenai produk-produk bank syariah indonesia
		Harapan pelanggan terhadap produk	24. Saya berharap produk yang diberikan bank syariah indonesia tetap berprinsip islam
Loyalitas Nasabah (Y) Kotler (2014)	Respon yang terikat erat dengan janji untuk memegang teguh komitmen yang	Repeat purchase	25. Saya akan terus menjadi nasabah dan bertransaksi di Bank Syariah Indonsia KCP Pandaan
		Retention	26. Saya memakai berbagai produk lain di Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan

Variabel	Definisi	Indikator	Item
	tercermin dalam pembelian berkelanjutan (Tjiptono, 2012)	Referalls	27. Saya tidak berminat terhadap penawaran yang diberikan oleh bank lain
			28. Saya tidak tertarik dengan keunggulan produk yang ditawarkan oleh bank lain
			29. Saya akan merekomendasikan dan mengajak orang lain untuk memakai produk Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan

Sumber: diolah dari penelitian terdahulu

3.8 Analisis Data

Setelah memperoleh data-data yang diperlukan, langkah selanjutnya adalah mengolah dan menganalisis data tersebut agar data yang diperoleh berguna dan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Tujuan dari teknik pengolahan data adalah untuk menafsirkan data dan menarik kesimpulan dari data yang dikumpulkan. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, yaitu jenis penelitian yang sistematis, terencana, dan terorganisir dengan jelas dari awal hingga desain penelitian. Penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih rinci mengenai suatu gejala atau fenomena tertentu. Deskriptif kuantitatif dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian dalam menganalisis pengaruh antar variabel. Yaitu pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variable intervening

3.8.1Analisis Structural Equation Modeling – Partial Least Square (SEM PLS)

Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) adalah teknik statistik yang digunakan dalam membangun dan menguji model statistik, biasanya dalam bentuk model sebab akibat. Penelitian ini dianalisis menggunakan teknik ini. Untuk Partial Least Square adalah alat analisis yang bisa diaplikasikan dalam memprediksi hipotesis penelitian pada kondisi dengan landasan teori yang kurang kuat dengan desain model dan terdapat variabel indikator yang tidak memenuhi model pengukuran reflektif (Oktaviana & Wicaksono, 2022). Artinya SEM-PLS adalah salah satu alternatif dalam menggunakan analisis SEM dimana data tidak terdistribusi normal. SEM-PLS biasa dikenal sebagai teknik pemodelan lunak yang persyaratannya tidak sekuat seperti yang ada pada SEM, contohnya pada skala pengukuran, ukuran sampel, dan distribusi residual (Sarwono, J., & Narimawati, 2015).

3.8.2 Evaluasi pada SEM-PLS

mencakup evaluasi model pengukuran *(outher model)* dan evaluasi model struktural *(inner model).*

1. Model Pengukuran *(Outher Model)*

   Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Ada beberapa macam metode untuk mengevaluasi model pengukuran:

a. *Convergent Validity*

   Uji validitas konvergen berarti sekumpulan indikator yang merupakan salah satu variabel laten dan variabel yang mendasarinya. Perwakilan ini

dapat ditunjukkan dengan unidimensionalitas yang dapat dinyatakan dengan menggunakan nilai rata-rata yang diekstraksi (AVE atau Average Variance Extracted). Nilai AVE minimal 0,5 (Sarwono, J., & Narimawati, 2015). Metode lain untuk menilai validitas konvergen yaitu dengan menggunakan *loading factor*. Menurut Hair et al., (2014) ukuran reflektif dianggap tinggi jika nilai loading factor > 0,70 untuk konstruk yang ingin diukur. Jikai nilai loading factor < 0,70 indikator dianggap tidak valid dan harus dikeluarkan dari model. Ini menunjukkan jika indikator yang digunakan tidak cukup baik untuk mengukur variabel laten.

b. *Discriminant validity*

Kemampuan setiap variabel laten untuk membedakan dirinya dari variabel laten lainnya disebut dengan validitas diskriminan. Ini menunjukkan jika indikator variabel laten mendasar memiliki korelasi tinggi dengan indikator variabel laten lainnya, sedangkan korelasi lemah dengan indikator variabel laten lainnya. Nilai cross loading harus > 0,7 pada satu variabel atau nilai cross loading indikator yang mengukur variabel latennya harus lebih tinggi dibandingkan dengan variabel laten lainnya (Sauddin 2018).

c. *Reliability test*

Untuk mengetahui seberapa konsistensi, akurat, dan tepat suatu indikator dalam melakukan pengukuran maka bisa dilakukan uji reliabilitas. Pengujian reliabilitas pada SEM-PLS dilakukan dengan melihat parameter

composite reliability. Sebagai aturan umum, nilai alfa atau composite reliability harus > 0,7 meskipun nanti nilai 0,6 masih bisa diterima (Anuraga, 2017).

2. Evaluasi model struktural *(Inner Model)*

Inner model merupakan model yang mengilustrasikan hubungan antara variabel laten eksogen dan variabel laten endogen. Ukuran statistik yang bisa digunakan dalam mengevaluasi *inner model*, yakni:

a. Uji Koefisien Determinasi *(Coefficient of Determinant)*

Pengujian koefisien determinasi menilai tingkat kebaikan suatu model struktural dengan menggunakan nilai R-Square (R2). Nilai R-Square (R2) terdiri dari tiga, yaitu 0,75 untuk kategori yang memiliki pengaruh yang signifikan (kuat), 0,50 untuk kategori yang memiliki pengaruh sedang, dan 0,25 untuk kategori yang memiliki pengaruh lemah (Joseph F. Hair al., 2019).

b. Uji relevansi prediktif (Predictive Relevance)

Pengujian ini dilakukan untuk memastikan keakuratan prediksi model. Dalam pengujian ini, nilainya berkisar antara 0 dan 1, dan semakin mendekati 1 semakin baik. Nilai Q2 setara dengan total koefisien determinasi pada analisis jalur (Abdillah, W., & Hartono, 2011).

3. Uji Mediasi

Penguji efek mediasi digunakan sebagai cara untuk mendeteksi kedudukan variabel mediasi. Pengujian ini dilakukan ketika terdapat

variabel intervening di antara variabel independent (bebas) dan variabel dependent. Pada saat pengujian mediasi, ouput parameter uji signifikat dilihat pada bagian tebel total effect dan bukan pada tabel koefisien, karena pada pengujian efek mediasi tidak hanya dilakukan pengujian efek langsung variabel independen pada variabel dependen, tatapi juga menguji huubungan tidak langsung antara variabel independen pada variabel dependen (inderect effect) melalui variabel mediasi. Pada pengujian ini, nilai t-statistic > 1,96 yang terdapat pada tabel total effect, maka variabel mediasi mampuh memediasii penuh pengaruh variabe independen (X) terhadap variabel dependen (Y) (Abdillah & Jogiyanto 2011). Pada saat menggunakan PLS model SEM, walaupun mampu menguji sekaligus model pengukuran dan model struktual dalam menguji efek mediasi.

Namun harus tetap mengacu pada kaidah Baron dan Kenney (1986) yaitu pada pengujian efek mediasi bisa dikerjakan apabilah efek utama (hubungan langsung variabel independen terhadap dependen adalah signifikat. Namun apabila efek utama tidak signifikat maka pengujian efek mediasi tidak dapat dilanjutkan (Abdillah & Jogiyafnto 2011)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Bank Syariah Indonesia yang berlokasi di Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan dijadikan sebagai penelitian. Dengan total 145 responden, menggunakan rumus Malhotra yang diterapkan pada sampel penelitian.

4.1.2 Sejarah Bank Syariah Indonesia (BSI)

Pada tanggal 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi tanda awal dalam sejarah bergabungnya tiga Bank Syariah yaitu Bank Mandiri Syariah, BRI Syariah dan BNI Syariah menjadi satu entitas baru yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ketiga bank ini akan menyatukan kelebihan dari tiga bank syariah yang akan di merger sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, memiliki kapasitas permodalan yang baik serta jangkauan lebih luas.

4.1.3Visi Misi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Visi:

Top 10 Global Islamic Bank

Misi:

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah indonesia
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggan para talenta terbaik

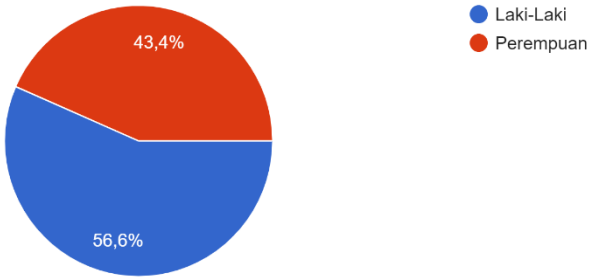
4.1.4 Deskripsi Data Responden

Deskripsi data responden ini dirancang untuk memahami hasil penyelidikan yang dilakukan. Peneliti memerlukan data deskriptif guna mengkarakterisasi keadaan dan keadaan responden. Untuk selanjutnya, data deskriptif dari responden dapat memuat rincian yang tidak terdapat dalam pernyataan responden. Pengelompokan yang dilakukan terhadap responden merupakan sebagai objek penelitian. Dalam penelitian ini, data yang digunakan merupakan data primer. Data primer dalam penelitian ini berasal dari 145 nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pandaan yang menjawab survei. Berikut gambaran umum responden.

4.1.4.1 Jenis Kelamin

Karakteristik berdasarkan jenis kelamin responden dapat dilihat pada gambar 4.1 sebagai berikut.

Gambar 4 1 Jenis Kelamin



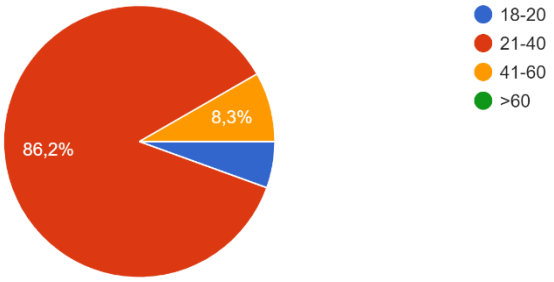
Sumber: Data diolah peneliti,2024

Berdasarkan jenis kelamin, gambar 4.1 menunjukkan bahwa total responden berjumlah 145 orang. Terdapat 82 responden, atau 56,6% dari total yang diidentifikasi sebagai laki-laki, dibandingkan dengan 63 responden, atau 43,4% dari jenis kelamin perempuan. Dapat disimpulkan bahwa nasabah BSI di KCP Pandaan lebih banyak nasabah laki-laki.

4.1.4.2 Usia

Karakteristik berdasarkan usia responden dapat dilihat pada gambar 4.2 sebagai berikut.

Gambar 4 2 Usia



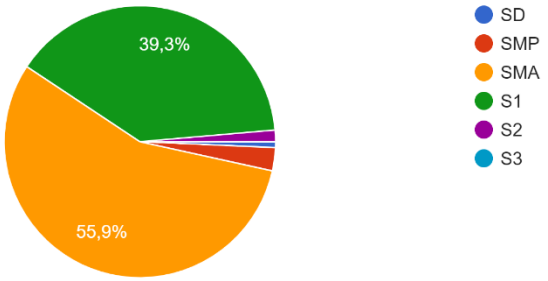
Sumber: Data diolah peneliti,2024

Dari gambar 4.2 menunjukkan jumlah 8 responden atau 5,5 % berusia 18-20 tahun, 125 Responden atau 86,2% berusia 21-40 tahun, 12 responden atau 8,3% berusia 41-60 tahun. Dapat disimpulkan jika responden berusia 21-40 tahun lebih banyak menjadi nasabah BSI KCP Pandaan.

4.1.4.3 Pendidikan

Karakteristik berdasarkan pendidikan responden dapat dilihat pada gambar 4.3 sebagai berikut:

Gambar 4 3 Pendidikan



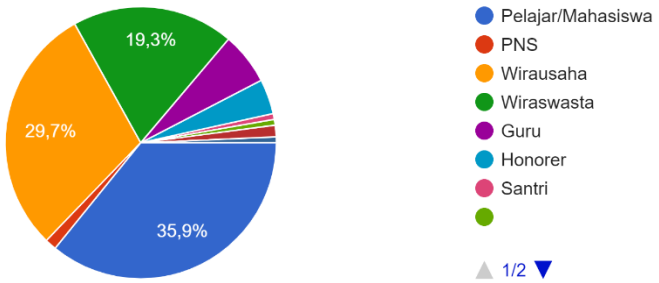
Sumber: Data diolah peneliti,2024

Dari gambar 4.3 memperlihatkan hasil jika ada 1 responden atau 0,7% dengan pendidikan terakhir SD, 4 responden atau 2,8% dengan pendidikan terakhir SMP, 81 responden atau 55,9% dengan pendidikan terakhir SMA, 57 responden atau 39,3% dengan pendidikan terakhir S1, 4 responden atau 1,4% dengan pendidikan S2. Jadi dapat disimpulkan jika pendidikan terakhir SMA lebih banyak untuk nasabah BSI KCP Pandaan.

4.1.4.4 Pekerjaan

Karakteristik berdasarkan pekerjaan responden dapat dilihat pada gambar 4.4 sebagai berikut:

Gambar 4 4 Jenis Pekerjaan



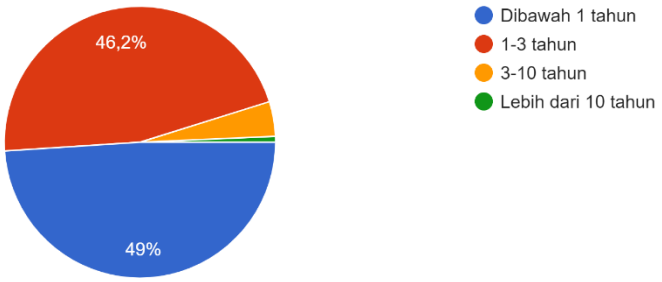
Sumber: Data diolah peneliti,2024

Dari gambar 4.4 memperlihatkan hasil jika ada 52 responden atau 35,9% sebagai pelajar/mahasiswa, 2 responden atau 1,4% sebagai pekerja PNS, 43 responden atau 29,7% sebagai wirausaha, 28 responden atau 19,3% sebagai wiraswasta, 9 responden atau 6,2% sebagai guru, 6 responden atau 4,1% sebagai honorer, 2 respoden atau 1,4% sebagai pegawai swasta, 1 responden atau 0,7% sebagai karyawan swasta, 1 responden atau 0,7 sebagai santri, 1 responden atau 0,7% tidak diketahui jenis pekerjaannya. Dapat disimpulkan jika jenis pekerjaan pelajar/mahasiswa lebih banyak untuk menjadi nasabah BSI KCP Pandaan.

4.1.4.5 Rentang Waktu Menjadi Nasabah BSI

Karakteristik berdasarkan lama nasabah menggunakan produk BSI KCP Pandaan dapat dilihat pada gambar 4.5 sebagai berikut.

Gambar 4 5 Rentang Waktu Menjadi Nasabah BSI



Sumber: diolah peneliti

Dari gambar 4.5 memperlihatkan hasil jika ada 71 responden atau 49% menggunakan produk BSI KCP Pandaan dibawah 1 tahun, 67 responden atau 46,2% menggunakan produk BSI KCP Pandaan selama 1-3 tahun, 6 responden atau 4,1% menggunakan produk BSI KCP Pandaan selama 3-10 tahun, 1 responden atau 0,7% menggunakan produk BSI KCP Pandaan. Dapat disimpulkan yang paling lama menggunakan produk BSI KCP dibawah 1 tahun.

4.1.5 Deskripsi Variabel Penelitian

Analisis statistik deskriptif, yaitu mencoba mengetahui sebaran frekuensi tanggapan responden terhadap kuesioner yang disebarkan dan memberikan gambaran rinci mengenai beberapa variabel penelitian, meliputi uraian sebaran variabel. Ini menawarkan penjelasan tentang topik yang dibahas dalam analisis penelitian ini tanpa memerlukan perhitungan numerik. Tujuan yaitu agar menggantikan informasi yang sudah dipahami dalam bentuk persentase dengan mengumpulkan data mentah dengan

cara yang lebih ringkas. Penelitian ini menggunakan skala likert 1 sampai 5 untuk mengumpulkan data dari total 145 responden. Skor terbesar pada penelitian ini yaitu 5, sedangkan skor terendah pada penelitian ini 1. Penilian terhadap pernyataan tersebut agar semakin tinggi jika semakin tinggi respoden akan memilih angka 4, begitu juga sebaliknya. Untuk hasil rata-rata dari masing-masing variabel disajikan dalam uraian berikut ini.

4.1.5.1 Variabel Kualitas Produk (X1)

Variabel kualitas produk dalam penelitian ini memakai 6 indikator dengan 8 item pernyataan. Adapun distribusi frekuensi mengenai varibael kualitas produk dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut.

Table 4 1 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk

Pernyataan	Skor										Total		Modus
	1.STS		2.TS		3.N		4.S		5.SS				
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	1	0,7%	1	0,7%	14	9,7%	93	64,1%	36	24,8%	145	100%	S
X1.2	1	0,7%	0	0%	16	11,1%	85	59%	43	29,9%	145	100%	S
X1.3	1	0,7%	1	0,7%	31	21,4%	77	53,1%	35	24,1%	145	100%	S
X1.4	0	0%	5	3,4%	15	10,3	84	57,9%	41	28,3%	145	100%	S
X1.5	1	0,7%	0	0%	21	14,5%	78	53,8%	45	31%	145	100%	S
X1.6	1	0,7%	6	4,2%	30	20,8%	63	43,8%	45	31,3%	145	100%	S
X1.7	2	1,4%	1	0,7%	10	6,9%	71	49%	61	42,1%	145	100%	S
X1.8	1	0,7%	5	3,4%	22	15,2%	56	38,6%	61	42,1%	145	100%	SS

Sumber: Data diolah peneliti,2024

Dari tabel 4.1 bisa dilihat terkait jawaban variabel kualitas produk nasabah dan dari setiap pertanyaan sebagai berikut.

Pada pertanyaan “Produk yang ada dalam Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan memberikan kemudahan persyaratan dalam proses pembukaan awal” memperlihatkan hasil distribusi 0,7% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 0,7% ada pada jawaban tidak setuju, 9,7% ada pada jawaban netral, 64,1% ada pada jawaban setuju, dan 24,8% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju dengan produk BSI yang memberikan kemudahan persyaratan dalam proses pembukaan.

Pada pertanyaan “nasabah mendapatkan pelayanan sangat baik dari karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan” memperlihatkan hasil distribusi 0,7% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 0,0% ada pada jawaban tidak setuju, 11,1% ada pada jawaban netral, 59% ada pada jawaban setuju, dan 29,9% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju dengan pertanyaan pelayanan sangat baik dari karyawan bank syariah indonesia KCP Pandaan.

Pada pertanyan “produk yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan sangat menarik” memperlihatkan hasil distribusi 0,7% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 0,7% ada pada jawaban tidak setuju, 21,4% ada pada jawaban netral, 53,1% ada pada jawaban setuju, dan 24,1% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju dengan pertanyaan produk yang diberikan oleh bank syairah indonesia KCP Pandaan sangat menarik.

Pada pertanyaan “Produk yang diberikan sesuai dengan syariah” memperlihatkan hasil distribusi 0,0% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 3,5% ada

pada jawaban tidak setuju, 10,3% ada pada jawaban netral, 57,9% ada pada jawaban setuju, dan 28,3% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju dengan produk yang diberikan sesuai dengan syaraih.

Pada pertanyaan "Produk yang diberikan sudah sesuai dengan kebutuhan nasabah" memperlihatkan hasil distribusi 0,7% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 0,0% ada pada jawaban tidak setuju, 14,5% ada pada jawaban netral, 53,8% ada pada jawaban setuju, dan 31% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju dengan produk yang diberikan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Pada pertanyaan "Dalam produk tabungan yang diberikan Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan dapat mendorong nasabah untuk menabung" memperlihatkan hasil distribusi 0,7% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 4,2% ada pada jawaban tidak setuju, 20,8% ada pada jawaban netral, 43,8% ada pada jawaban setuju, dan 31,3% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju dengan didalam produk tabungan yang diberikan bank syariah indonesia KCP Pandaan dapat mendorong nasabah untuk menabung.

Pada pertanyaan "Adanya fasilitas *e-banking* (BSI *Mobile Banking*)" memperlihatkan hasil distribusi 1,4% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 0,7% ada pada jawaban tidak setuju, 6,9% ada pada jawaban netral, 49% ada pada jawaban setuju, dan 42,1% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju dengan adanya fasilitas *e-banking* (BSI *Mobile Banking*).

Pada pertanyaan "Biaya administrasi yang murah" memperlihatkan hasil distribusi 0,7% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 3,4% ada pada jawaban tidak

setuju, 15,2% ada pada jawaban netral, 38,6% ada pada jawaban setuju, dan 42,1% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas sangat setuju dengan biaya administrasi yang murah.

4.1.5.2 Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Variabel kualitas produk dalam penelitian ini memakai 5 indikator dengan 10 item pernyataan. Adapun distribusi frekuensi mengenai varibael kualitas produk dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut.

Table 4 2 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan

Pernyataan	Skor										Total		Modus
	1.STS		2.TS		3.N		4.S		5.SS				
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X2.1	0	0%	2	1,4%	20	13,8%	87	60%	36	24,8%	145	100%	S
X2.2	0	0%	1	0,7%	18	12,4%	69	47,6%	57	39,3%	145	100%	S
X2.3	0	0%	4	2,8%	25	17,2%	64	44,1%	52	35,9%	145	100%	S
X2.4	0	0%	1	0,7%	18	12,4%	78	53,8%	48	33,1%	145	100%	S
X2.5	0	0%	1	0,7%	24	16,6%	76	52,4	44	30,3%	145	100%	S
X2.6	0	0%	1	0,7%	17	11,7%	69	47,6	58	40%	145	100%	S
X2.7	1	0,7%	0	0%	23	15,9%	66	45,5%	55	37,9%	145	100%	S
X2.8	0	0%	0	0%	19	13,1%	66	45,5%	60	41,4%	145	100%	S
X2.9	0	0%	0	0%	19	13,1%	68	46,9%	58	40%	145	100%	S
X2.10	0	0%	1	0,7%	17	11,7%	60	41,4%	67	46,2%	145	100%	SS

Sumber: Data diolah peneliti,2024

Pada pertanyaan “ Pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan memiliki penampilan yang menarik” memperlihatkan hasil distribusi 0,0% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 1,4% ada pada jawaban tidak setuju, 13,8% ada pada jawaban netral, 60% ada pada jawaban setuju, dan 24,8% ada pada jawaban sangat setuju.

Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju dengan pegawai bank syariah indonesia KCP Pandaan memiliki penampilan yang menarik

Pada pertanyaan “Fasilitas ruang antrian bank sangat nyaman, bersih dan tenang” memperlihatkan hasil distribusi 0,0% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 0,7% ada pada jawaban tidak setuju, 12,4% ada pada jawaban netral, 47,6% ada pada jawaban setuju, dan 39,3% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju dengan fasilitas ruang antrian bank sangat nyaman, bersih dan tenang.

Pada pertanyaan “Pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan menyelesaikan pelayanan tepat waktu” memperlihatkan hasil distribusi 0,0% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 2,8% ada pada jawaban tidak setuju, 17,2% ada pada jawaban netral, 44,1% ada pada jawaban setuju, dan 35,9% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju dengan pegawai bank syariah indonesia KCP Pandaan menyelesaikan pelayanan tepat waktu.

Pada pertanyaan “ Customer service Bank Syariah Indonesia KCP pandaan memberikan informasi kepada calon nasabah degan jelas” memperlihatkan hasil distribusi 0,7% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 12,4% ada pada jawaban tidak setuju, 53,8% ada pada jawaban netral, 33,1% ada pada jawaban setuju, dan 24,8% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju dengan customer servise bank syariah indonesia KCP Pandaan memberikan informasi kepada calon nasabah dengan jelas.

Pada pertanyaan “ Karyawan bank syaariah indonesia KCP Pandaan responsif dalam menerima permintaan nasabah dengan baik” memperlihatkan hasil distribusi

0,0% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 0,7% ada pada jawaban tidak setuju, 16,6% ada pada jawaban netral, 52,4% ada pada jawaban setuju, dan 30,3% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju dengan karyawan bank syariah indonesia KCP Pandaan responsif dalam menerima permintaan nasabah dengan baik.

Pada pertanyaan "Pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan memberikan pelayanan dengan sopan" memperlihatkan hasil distribusi 0% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 0,7% ada pada jawaban tidak setuju, 11,7% ada pada jawaban netral, 47,6% ada pada jawaban setuju, dan 40,8% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju dengan pegawai bank syariah indonesia KCP Pandaan memberikan pelayanan dengan sopan.

Pada pertanyaan "Pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan selalu bersedia membantu bila nasabah dalam kesulitan" memperlihatkan hasil distribusi 0,7% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 0,0% ada pada jawaban tidak setuju, 15,9% ada pada jawaban netral, 45,5% ada pada jawaban setuju, dan 37,9% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju dengan pegawai bank syariah indonesia KCP pandaan selalu bersedia membantu bila nasabah dalam kesulitan.

Pada pertanyaan " Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan memberikan rasa aman terhadap nasabah sewaktu melakukan transaksi" memperlihatkan hasil distribusi 0,0% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 0,0% ada pada jawaban tidak setuju, 13,1% ada pada jawaban netral, 45,5% ada pada jawaban setuju, dan 41,4% ada pada jawaban

sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju memberikan rasa aman terhadap nasabah sewaktu melakukan transaksi.

Pada pertanyaan “ Pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan berusaha memberikan solusi yang terbaik terhadap masalah yang nasabah hadapi” memperlihatkan hasil distribusi 0,7% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 0,7% ada pada jawaban tidak setuju, 13,1% ada pada jawaban netral, 46,9% ada pada jawaban setuju, dan 40% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju berusaha memberikan solusi yang terbaik terhadap masalah yang nasabah hadapi

Pada pertanyaan “ Karyawan bank syariah indonesia KCP Pandaan selalu memberikan salam ketika sebelum maupun sesudah melayani transaksi” memperlihatkan hasil distribusi 0% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 0,7% ada pada jawaban tidak setuju, 11,7% ada pada jawaban netral, 41,4% ada pada jawaban setuju, dan 46,2% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas sangat setuju dengan karyawan bank syariah indonesia KCP Pandaan selalu memberikan salam ketika sebelum maupun sesudah melayani transaksi.

4.1.5.3 Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Variabel kualitas produk dalam penelitian ini memakai 3 indikator dengan 5 item pernyataan. Adapun distribusi frekuensi mengenai varibael kualitas produk dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut.

Table 4 3 Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Nasabah

Pernyataan	Skor	Total	Modus

	1.STS		2.TS		3.N		4.S		5.SS				
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y1	3	2,1%	2	1,4%	27	18,9%	69	48,3%	44	30,8%	145	100%	S
Y2	2	1,4%	4	2,8%	28	19,4%	69	47,9%	42	29,2%	145	100%	S
Y3	3	2,1%	8	5,5%	30	20,7%	61	42,1%	43	29,7%	145	100%	S
Y4	3	2,1%	10	6,9%	26	17,9%	59	40,7%	47	32,4%	145	100%	S
Y5	2	1,4%	2	1,4%	24	16,6%	57	39,3%	60	41,4%	145	100%	SS

Sumber: Data diolah peneliti,2024

Pada pertanyaan “Saya akan terus menjadi nasabah dan bertransaksi di Bank Syariah Indonsia KCP Pandaan” memperlihatkan hasil distribusi 2,1% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 1,4% ada pada jawaban tidak setuju, 18,9% ada pada jawaban netral, 84,3% ada pada jawaban setuju, dan 30,8% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju dengan pertanyaan akan terus menjadi nasabah dan bertransaksi di bank syariah indonesia KCP Pandaan.

Pada pertanyaan “Saya memakai berbagai produk lain di Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan” memperlihatkan hasil distribusi 1,4% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 2,8% ada pada jawaban tidak setuju, 19,4% ada pada jawaban netral, 47,9% ada pada jawaban setuju, dan 29,2% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju dengan pertanyaan memakai berbagai produk lain di bank syariah indonesia KCP Pandaan.

Pada pertanyaan “Saya tidak berminat terhadap penawaran yang diberikan oleh bank lain” memperlihatkan hasil distribusi 2,1% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 5,5% ada pada jawaban tidak setuju, 20,7% ada pada jawaban netral, 42,1% ada pada jawaban setuju, dan 29,7% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan

jika responden mayoritas setuju dengan pertanyaan tidak berminat terhadap penawaran yang diberikan oleh bank lain.

Pada pertanyaan "Saya tidak tertarik dengan keunggulan produk yang ditawarkan oleh bank lain" memperlihatkan hasil distribusi 2,1% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 6,9% ada pada jawaban tidak setuju, 17,9% ada pada jawaban netral, 40,7% ada pada jawaban setuju, dan 32,4% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju dengan pertanyaan tidak tertarik dengan keunggulan produk yang ditawarkan oleh bank lain.

Pada pertanyaan "Saya akan merekomendasikan dan mengajak orang lain untuk memakai produk Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan" memperlihatkan hasil distribusi 1,4% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 1,4% ada pada jawaban tidak setuju, 16,6 ada pada jawaban netral, 39,3% ada pada jawaban setuju, dan 41,4% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas sangat setuju dengan pertanyaan akan merekomendasikan dan mengajak orang lain untuk memakai produk bank syariah indonesia KCP Pandaan.

4.1.5.4 Variabel Kepuasan Nasabah (Z)

Variabel kualitas produk dalam penelitian ini memakai 4 indikator dengan 6 item pernyataan. Adapun distribusi frekuensi mengenai varibael kualitas produk dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut.

Table 4 4 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Nasabah

Pernyataan	Skor										Total	Modus
	1.STS		2.TS		3.N		4.S		5.SS			

	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Z1	0	0%	2	1,4%	22	15,2%	85	58,6%	36	24,8%	145	100%	S
Z2	0	0%	1	0,7%	19	13,3%	75	52,4%	50	35%	145	100%	S
Z3	0	0%	0	0%	22	15,3%	77	53,5%	45	31,3%	145	100%	S
Z4	0	0%	3	2,1%	20	13,8%	67	46,2%	55	37,9%	145	100%	S
Z5	1	0,7%	1	0,7%	24	16,6%	61	42,1%	58	40%	145	100%	S
Z6	0	0%	1	0,7%	16	11%	57	39,3%	71	49%	145	100%	SS

Sumber: Data diolah peneliti,2024

Pada pertanyaan “Saya merasa puas dengan produk yang diberikan Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan” memperlihatkan hasil distribusi 0% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 1,4% ada pada jawaban tidak setuju, 15,2% ada pada jawaban netral, 58,6% ada pada jawaban setuju, dan 24,8% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju dengan petanyaan merasa puas dengan produk yang diberikan bank syariah indonesia KCP Pandaan.

Pada pertanyaan “Saya merasa puas terhadap Pelayanan yang diberikan pada Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan” memperlihatkan hasil distribusi 0% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 0,7% ada pada jawaban tidak setuju, 13,3% ada pada jawaban netral, 52,4% ada pada jawaban setuju, dan 35% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju dengan pertanyaan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan pada bank syariah indonesia KCP Pandaan.

Pada pertanyaan “Pelayanan yang diberikan BSI KCP Pandaan sesuai harapan nasabah” memperlihatkan hasil distribusi 0% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 0% ada pada jawaban tidak setuju, 15,3% ada pada jawaban netral, 53,5% ada pada

jawaban setuju, dan 31,3% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju dengan pertanyaan pelayanan yang diberikan bank syariah indonesia KCP Pandaan sesuai harapan nasabah.

Pada pertanyaan “Saya akan menggunakan produk-produk bank syariah yang sesuai dengan prinsip islam” memperlihatkan hasil distribusi 0,7% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 2,1% ada pada jawaban tidak setuju, 13,8% ada pada jawaban netral, 46,2% ada pada jawaban setuju, dan 37,9% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju dengan pertanyaan menggunakan produk-produk bank syariah indonesia yang sesuai dengan prinsip islam.

Pada pertanyaan “Saya akan merekomendasikan kepada orang terdekat saya mengenai produk-produk bank syariah indonesia” memperlihatkan hasil distribusi 0,7% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 0,7% ada pada jawaban tidak setuju, 16,6% ada pada jawaban netral, 42,1% ada pada jawaban setuju, dan 40% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas setuju dengan pertanyaan merekomendasi kepada orang terdekat saya mengenai produk-produk bank syariah indonesia.

Pada pertanyaan “Saya berharap produk yang diberikan bank syariah indonesia tetap berprinsip islam” memperlihatkan hasil distribusi 0% ada pada jawaban sangat tidak setuju, 0,7% ada pada jawaban tidak setuju, 11% ada pada jawaban netral, 39,3% ada pada jawaban setuju, dan 49% ada pada jawaban sangat setuju. Bahwa ini menunjukkan jika responden mayoritas sangat setuju produk yang diberikan bank syariah indonesia tetap berprinsip islam.

4.1.6 Hasil Analisis Data dengan Structural Equation Modeling – Partial Least Square (SEM PLS)

Informasi yang diperlukan untuk penelitian ini berasal dari berbagai sumber, dan Bab IV akan menampilkan temuan-temuan dari analisis uji hipotesis yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Data yang digunakan dalam penelitian ini diberikan kepada responden di BSI KCP Pandaan. Alat *Stuctural Equation Modeling – Partial Least Square (SEM PLS)* digunakan untuk menghitung variabel. Berikut kesimpulan penelitian yang di ambil dari data yang diolah dengan *Partial Least Square (PLS)* dalam pemodelan persamaan struktural.

4.1.6.1 Hasil Analisis Model Pengukuran (Outher Model)

1. *Convergent Validity*

Table 4 5 Loading Factor

Variabel	Item Pernyataan	Loading Factor	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1	0.718	Valid
	X1.3	0.731	Valid
	X1.4	0.801	Valid
	X1.5	0.734	Valid
	X1.6	0.791	Valid
	X1.8	0.703	Valid
Kualitas Pelayanan	X2.3	0.731	Valid
	X2.4	0.781	Valid
	X2.5	0.783	Valid
	X2.6	0.738	Valid

	X2.8	0.800	Valid
	X2.9	0.749	Valid
	X.10	0.767	Valid
Loyalitas Nasabah	Y1	0.812	Valid
	Y2	0.813	Valid
	Y3	0.843	Valid
	Y4	0.819	Valid
	Y5	0.816	Valid
Kepuasan Nasabah	Z2	0.732	Valid
	Z3	0.834	Valid
	Z4	0.855	Valid
	Z5	0.866	Valid
	Z6	0.800	Valid

Sumber : data diolah peneliti dengan SEM PLS, 2024

Berdasarkan nilai yang tertera di loading factor pada table 4. Dapat dijelaskan bahwa variabel X1 yakni kualitas produk memiliki nilai loading factor pada indikator X1.1 sebesar 0.718, X1.3 sebesar 0.731, X1.4 sebesar 0.801, X1.5 sebesar 0.734, X1.6 sebesar 0.791 dan X1.8 sebesar 0.703. Pada variabel X2 yakni kualitas pelayanan memiliki nilai loading foctor pada indikator X2.3 sebesar 0.731, X2.4 sebesar 0.781, X2.5 sebesar 0.783, X2.6 sebesar 0.738, X2.8 sebesar 0.800, X2.9 sebesar 0.749 dan X2.10 sebesar 0.767. Pada variabel Y yakni loyalitas nasabah memiliki nilai loading factor pada indikator Y1 sebesar 0.812, Y2 sebesar 0.813, Y3 sebesar 0.843, Y4 sebesar 0.819 dan Y5 sebesar0.816. Pada variabel Z yakni kepuasan nasabah memiliki nilai loading factor pada indikator Z2 sebesar 0.732, Z3 sebesar 0.834, Z4 sebesar 0.855, Z5 0.866 dan Z6 sebesar 0.800. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa

seluruh variabel yang dipakai dalam penelitian memperoleh nilai loading factor >0.70, dengan kata lain seluruh variabel valid dan memiliki korelasi yang tinggi.

Table 4 6 Nilai Average Extracted (AVE)

Vaeiabel	AVE
Kualitas Produk (X1)	0.580
Kualitas Pelayanan (X2)	0.602
Loyalitas Nasabah (Y)	0.674
Kepuasan Nasabah (Z)	0.687

Sumber : data diolah peneliti dengan SEM PLS, 2024

Dari hasil uji validitas pada tabel 4.7 bisa dilihat jika variabel X1 yaitu kualitas produk mempunyai nilai AVE 0,580. Untuk variabel X2 yaitu kualitas pelayanan memiliki nilai AVE 0,602. Untuk variabel Y yaitu loyalitas nasabah memiliki nilai AVE 0,674. Untuk variabel Z yaitu kepuasan nasabah memiliki AVE 0,687. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini mempunyai AVE > 0,5 yang artinya bahwa variabel yang ada dalam penelitian ini valid.

2 Discriminant Validity

Uji validitas diskriminan dirancang untuk indikator reflektif yang dievaluasi berdasarkan *cross loading*. Dalam hal mendeskripsikan korelasi indikator variabel laten lainnya, validitas diskriminan yang baik akan mampu mengungkap hubungan antar indikator pada tingkat yang lebih tinggi. Hubungan antara suatu indikator dengan variabel latennya serta variabel laten lainnya disebut *cross loading*. Sebaiknya korelasi setiap indikator dengan variabel laten lebih besar dibandingkan korelasinya dengan variabel laten lainnya. Hal ini

dapat menunjukkan nilai validitas diskriminan. Untuk menjamin korelasi antara variabel dengan indikator pengukuran lebih tinggi dibandingkan variabel lain, maka nilai *cross loading* harus bernilai > 0,7. Berikut ini tabel *cross loading* menunjukkan validitas diskriminan.

Table 4 7 Cross Loading

	Kepuasan Nasabah	Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk	Loyalitas Nasabah
X1.1	0.377	0.474	0.717	0.335
X1.3	0.395	0.514	0.757	0.543
X1.4	0.477	0.539	0.790	0.527
X1.5	0.387	0.520	0.766	0.524
X1.6	0.433	0.529	0.827	0.508
X1.8	0.393	0.440	0.703	0.502
X2.10	0.612	0.774	0.440	0.459
X2.3	0.483	0.726	0.611	0.557
X2.4	0.504	0.792	0.544	0.413
X2.5	0.525	0.792	0.577	0.544
X2.6	0.485	0.744	0.435	0.348
X2.8	0.543	0.815	0.511	0.386
X2.9	0.497	0.783	0.453	0.358
Y1.1	0.471	0.536	0.678	0.810
Y1.2	0.450	0.429	0.585	0.814
Y1.3	0.504	0.412	0.450	0.845
Y1.4	0.492	0.413	0.459	0.819
Y1.5	0.627	0.538	0.469	0.816
Z1.2	0.725	0.537	0.423	0.367
Z1.3	0.833	0.548	0.432	0.470
Z1.4	0.873	0.570	0.464	0.569
Z1.5	0.884	0.601	0.491	0.642
Z1.6	0.821	0.544	0.430	0.488

Sumber: data diolah peneliti dengan SEM PLS, 2024

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa cross loading atau nilai korelasi setiap indikator dengan variabel laten lainnya menunjukkan tingkat korelasi yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan variabel laten lainnya. Ini munjukkan bahwa setiap variabel laten memiliki kemampuan mendiskriminasikan dirinya sendiri dari variabel laten

lainnya. Hal ini dapat juga menyiratkan bahwa setiap variabel laten memiliki korelasi yang paling kuat dengan indikatornya dibandingkan dengan variabel laten lainnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa validitas diskriminan setiap variabel tersebut terbukti valid.

3 Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan unutk mengetahui sejuah mana alat ukur yang digunakan dalam tingkat konsistensi, keakuratan dan ketepatan pada saat melakukan pengukuran. Dalam melakukan uji rebalititas menggunakan PLS terdapat dua metode yaitu dengan cronbach'alpha dan composite reliability. Pada pengujian reliabilitas menggunakan SEM-PLS dilakukan dengan memperhatikan parameter composite reliability harus > 0,7 walaupun nilai 0,6 masih bisa diterima (Abdillah, W., & Hartono, 2011). Berikut merupakan nilai compesite reliabiliy untuk masing-masing variabel laten:

Table 4 8 Uji Reabilitas

Variabel	Composite reability
Kualitas produk	0.892
Kualitas Pelayanan	0.914
Loyalitas nasabah	0.912
Kepuasan nasabah	0.916

Sumber : data diolah peneliti dengan SEM PLS, 2024

Dari hasil pengujian reliability pada tabel 4. menunjukkan bahwa nilai keandalan komposit composite reliability dari seluruh variabel laten melebihi angka 0,60. Hal ini mengindikasikan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur

variabel laten bersangkutan dapat diandalkan. Dengan merujuk pada kriteria-kriteria ini, dapat disarankan bahwa model pengukuran telah berhasil karena berhasil memenuhi standar validitas dan reabilitas.

4.1.6.2 Hasil evaluasi model struktural (Inner Model)

Dengan memeriksa koefisien parameter yang dihitung dan tingkat signifikansinya, maka model struktural atau inner model dievaluasi guna mengetahui korelasi antar konstruk yang telah dihipotesis sebelumnya. Uji koefisien dan uji prediksi adalah dua metrik yang dapat digunakan untuk menilai inner model.

1. Uji Koefisien Determinasi (Coefficient of Determinant)

Dengan memanfaatkan nilai R-Square (R2), pengujian koefisien determinasi mengevaluasi kualitas model struktural. Terdapat tiga nilai R-Square (R2) yang berbeda 0,75 untuk kategori berpengaruh tinggi, 0,50 untuk kategori berpengaruh sedang dan 0,25 untuk kategori berpengaruh lemah (hair et al 2019). Nilai R-Square penelitian ini adalah sebagai berikut.

Table 4 9 R-Square

	R-square
Kepuasan Nasabah	0.472
Loyalitas Nasabah	0.527

Sumber: data diolah penelitian dengan SEM PLS, 2024

Dari tabel 4.9 menunjukkan jika kedua variabel laten mempunyai pengaruh sedang dikarenakan nilai ada diantara 0,50 – 0,75. Hasil uji R-Square kepuasan nasabah mempunyai nilai 0,472 artinya variabel kepuasan nasabah mampu dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 47,2% dan sisanya 52,8%

dijelaskan variabel lain. Untuk variabel loyalitas nasabah mempunyai nilai 0,527 yang artinya variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 52,7% dan sisanya 47,3% dijelaskan oleh variabel lain.

1. Uji Relevansi Prediktif (Predictive Relevance)

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengkonfirmasi kekuatan prediksi model. Kisaran pengujian nilai adalah 0 < Q2> 1, dengan nilai yang mendekati 1 menunjukkan kinerja yang lebih besar. Dalam analisis jalur, besar kecilnya Q2 sama dengan seluruh koefisien determinasi (anuraga et al., 2017). Nilai Q-Square penelitian ditunjukkan sebagai berikut pada tabel 4.10

Table 4 10 Q-Square

	Q^2predict
Kepuasan Nasabah	0.413
Loyalitas Nasabah	0.428

Sumber : data diolah peneliti dengan SEM PLS, 2024

Dari tabel di atas menunjukkan nilai Q-Square kepuasan nasabah dan Loyalitas nasabah >0. Hal ini menunjukkan jika kedua variabel dalam penelitian adalah baik.

4.1.7 Hasil Uji Hipotesi

4.1.7.1 Hasil Uji Parsial

Pengaruh langsung merupakan pengaruh yang dapat dilihat dari koefisien jalur dari variabel eksogen ke variabel edogen. Berikut ini disajikan tabel 4.12 uji pengaruh langsung.

Table 4 11 Uji Parsial

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
Kualitas Produk -> Loyalitas Nasabah	0.424	0.435	0.078	5.473	0.000
Kualitas Pelayanan -> Loyalitas Nasabah	0.051	0.06	0.101	0.508	0.612
Kualitas Produk -> Kepuasan Nasabah	0.168	0.188	0.155	1.081	0.280
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Nasabah	0.565	0.551	0.109	5.175	0.000
Kepuasan Nasabah -> Loyalitas Nasabah	0.357	0.343	0.088	4.062	0.000

Sumber: diolah penelitian dengan SEM PLS, 2024

Untuk mengetahui apakah hubungan antar varibael mempunyai pengaruh yang besar maka hipotesis yang diteliti dalam penelitian ini. Nilai t-statistik yang >1,96 menunjukkan tingkat pentingnya pengaruh keterkaitan antar variabel. Apabila nilai t-statistik lebih besar dari 1,96 maka hipotesis diterima karena nilai t-tabel untuk alpa 0,05 adalah 1,96. Uji -t dapat digunakan untuk menguji hipotesis, jika ditemukan nilai $p \leq 0,05$ (alfa 5%), maka hasilnya dianggap signifikan. Berikut hasil uji bootsrapping analisis PLS yang dilakukan pada penelitian ini:

Nilai original sample sebesar 0.424 yang menunjukkan adanya pengaruh positif kualitas produk terhadap loyalitas nasabah, terlihat dari hasil uji hipotesis adanya hubungan langsung antara kualitas produk dengan loyalitas nasabah. Dengan t-statistik dan p-value masing-masing sebesar 5.473 (> 1,96) dan 0,000 (<0,05) jelas bahwa

kualitas produk mempunyak dampak besar terhadap loyalitas nasabah sehingga H1 diterima

Hasil uji hipotesis pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah memperlihatkan nilai original sampel yaitu 0,51 yang menunjukkan jika pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah adalah positif. Untuk nilai t-statistik dan p-values masing-masing memiliki nilai 0,508 (>1,96) dan 0,612 (<0,05) yang artinya tidak signifikan antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah sehingga H2 ditolak.

Hasil uji hipotesis pengaruh langsung kualitas produk terhadap kepuasan nasabah memperlihatkan nilai original sampel yaitu 0,168 yang menunjukkan jika pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah adalah positif. Untuk nilai t-statistik dan p-values masing-masing memiliki nilai 1,081 (>1,96) dan 0,280 (<0,05) yang artinya tidak signifikan antara pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah sehingga H3 ditolak

Hasil uji hipotesis pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah memperlihatkan nilai original sampel yaitu 0,565 yang menunjukkan jika pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah adalah positif. Untuk nilai t-statistik dan p-values masing-masing memiliki nilai 5,175 (>1,96) dan 0,000 (<0,05) yang artinya tidak signifikan antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah sehingga H4 diterima

Hasil uji hipotesis pengaruh langsung kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah memperlihatkan nilai original sampel yaitu 0,357 yang menunjukkan jika pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah adalah positif. Untuk

nilai t-statistik dan p-values masing-masing memiliki nilai 4,062 (>1,96) dan 0,000 (<0,05) yang artinya tidak signifikan antara pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah sehingga H5 diterima

4.1.7.2Uji mediasi

Uji mediasi dilakukan untuk menentukan posisi variabel intervening, selain itu, untuk mengevaluasi signifikan variabel mediasi diperlukan nilai t pada koefisien variabel mediasi. Berikut ini disajikan hasil uji mediasi pada tabel 4.13.

Table 4 12 Uji Mediasi

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
Kualitas Produk -> Kepuasan Nasabah -> Loyalitas Nasabah	0.060	0.062	0.054	1.108	0.268
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Nasabah -> Loyalitas Nasabah	0.202	0.191	0.067	3.013	0.003

Sumber: data diolah peneliti dengan SEM PLS, 2024

Hasil uji mediasi kualitas produk terhadap kepuasan nasabah melalui loyalitas nasabah menghasilkan nilai p-value sebesar 0,268 (> 0,05) yang dijelaskan bahwa kepuasan nasabah tidak dapat memediasi hubungan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah sehingga H6 ditolak

Hasil uji mediasi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah melalui loyalitas nasabah menghasilkan nilai p-value sebesar 0.003 < 0,05 hal ini menunjukkan

diterimnya hipotesi bahwa kepuasan nasabah berfungsi sebagai variabel mediasi yaitu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas sehingga H7 diterima

4.1.8Pemabahasan Hasil Penelitian

Bedasarkan dari hasil analisis data penelitian ini mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabe intervening.

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas produk dengan loyalitas nasabah memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.424 dengan T statistics 5.473 > 1.96 atau P values 0.000 < 0,05. Bahwa dapat disimpulkan kualitas produk berpenagruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Pandaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh oleh (Setianingsih et al., 2019) Kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Diperkuat oleh penelitian (Shan Abitama Prabowo, 2021) bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, maka akan semakin tinggi loyalitas dari pelanggan yang bersangkutan. suatu peningkatan kualitas produk memerlukan suatu peningkatan yang melibatkan semua orang yang dalam perusahaan tersebut untuk meningkatkan hasil yang lebih baik. Oleh karena itu diperlukan kualitas produk yang tinggi agar kepuasan pelanggan dapat

terpenuhi. Suatu tanggung jawab yang besar bagi perusahaan untuk memastikan produk memenuhi kebutuhan. Sebagai firman Allah SWT dalam (Q.S Al-Baqarah 168)

يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ كُلُواْ مِمَّا فِي ٱلۡأَرۡضِ حَلَٰلٗا طَيِّبٗا وَلَا تَتَّبِعُواْ خُطُوَٰتِ ٱلشَّيۡطَٰنِۚ إِنَّهُۥ لَكُمۡ عَدُوّٞ مُّبِينٌ

Artinya: *Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu*.

Dari surah diatas dapat kita simpulkan bahwa untuk memproduksi barang kita harus memperhatikan kualitas produk tersebut sehingga nantinya produk tersebut sehingga nantinya produk tersebut dapat dimanfaatkan dengan baik dan barokah.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas produk dengan loyalitas nasabah memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.051 dengan T statistics 0.508 > 1.96 atau P values 0.612 < 0,05. Bahwa dapat disimpulkan kualitas pelayanan tidak berpenagruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Pandaan.

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Risal, 2019) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah yang diiperkuat pula oleh penelitian (Aziz & Putra, 2021) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Dengan ini bahwa semakin kualitas pelayanan maka akan semakin meningkat loyalitas nasabah terhadap perbankanKualitas pelayanan yang dirasakan nasabah merupakan penilaian global, berhubungan dengan suatu transaksi spesifik, lebih *abstrak* dan *eksklusif* karena didasarkan pada persepsi kualitas yang berhubungan dengan kepuasan

serta komparasi harapan-harapan dengan persepsi-persepsi kinerja produk jasa bank, *fleksibilitas respons* terhadap perubahan pasar. Kualitas pelayanan merupakan ciri dan sifat dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan karyawan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan oleh pelanggan atau yang bersifat dalam diri pelanggan. Kualitas merupakan kunci menciptakan nilai dan kepuasan-kepuasan. (Hasan, 2010)

Kualitas dalam perspektif islam sebagai mana yang diterangkan dalam surat Al-Imron pada ayat 159 yang berbunyi sebagai berikut:

بِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱنفَضُّوا۟ مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَٱعْفُ عَنْهُمْ وَٱسْتَغْفِرْ

لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِى ٱلْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى ٱللَّهِ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُتَوَكِّلِينَ

Yang artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu, karena itu maafkanlah mereka, memohonlah ampunan bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya".

Yang dijelaskan dalam surat Al-Imron pada ayat 159 bahwa dalam surat ini menyampaikan seorang muslim harus bersikap lemah lembut dalam memberikan sebuah pelayanan, karena jika bersikap kasar maka pelanggan akan pergi menjauhi produk atau perusahaan kita.

3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Dalam membeli suatu produk, konsumen akan membandingkan antara produk yang satu dengan produk yang lainnya dan akan lebih banyak memberikan perhatian pada produk yang memberikan manfaat. Hal ini dikarenakan dalam mencari suatu

produk, konsumen tidak hanya ingin memenuhi kebutuhan saja, namun juga dapat memuaskan keinginannya. Oleh karena itu perusahaan harus memiliki kualitas produk yang baik, agar konsumen menyukai produk yang dikeluarkaan oleh perusahaan. Alma (2015) mengatakan bahwa kualitas adalah keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas produk dengan loyalitas nasabah memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.168 dengan T statistics 1.081 > 1.96 atau P values 0.280 < 0,05. Bahwa dapat disimpulkan kualitas produk berpenagruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Pandaan. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sudarto et al., 2017) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang Diperkuat dengan penelitian (Suryaningtyas, 2021) bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian bahwa semakin baik kualitas produk maka akan kepuasan nasabah dapat terpenuhi.

4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.565 dengan T statistics 5.175 > 1.96 atau P values 0.000 < 0,05. Bahwa dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpenagruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Pandaan.

Konsumen yang merasa puas dengan hasil kerja perusahaan akan mengguntungkan bagi perusahaan. Agar dapat menciptakan kepuasan nasabah maka

perbankan harus mengenali dan memahami kebutuhan nasabah. Salah satu alat yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah dalam suatu bank adalah pelayanan. Kotler (2016) semakin berkualitas pelayanan yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebutHal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh oleh (Suryaningtyas, 2021) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dikuatkan pula oleh penelitian (Septia et al., 2023) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin meningkat kepuasan nasabah terhadap perbankan.

5 Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas produk dengan loyalitas nasabah memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.357 dengan T statistics 4.062 > 1.96 atau P values 0.000 < 0,05. Bahwa dapat disimpulkan kepuasan nasabah berpenagruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Pandaan.

Kotler dan Amstrong (2016) bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu unsur utama dalam mempertahankan konsumen yang ada atau menarik konsumen yang baru. Griffin (2014) menjelaskan bahwa kepuasan sering dipandang sebagai dasar munculnya loyalitas. Jadi pembeli yang puas akan memberitahukan kepada orang lain dan melakukan pembelian ulang (loyal). Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh oleh Rahayu dan Saryanti (2014), menjelaskan

bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifinakan terhadap loyalitas nasabah. Dikuatkan oleh penelitian oleh (Suryaningtyas, 2021) bahwa kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dengan demikian bahwa semakin besar kepuasan nasabah yang dirasakan konsumen, maka semakin meningkat pula nasabah yang loyal kepada perbankan.

Seperti yang disampaikan dalam surat At-Taubah ayat 59, sebagai berikut:

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولُهُ

إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ

Artinya: "*Jikalau mereka sungguh-sungguh ridha dengan apa yang diberikan Allah dan Rasul-Nya kepada mereka, dan berkata: "Cukuplah Allah bagi kami, Allah akan memberikan sebagian dari karunia-Nya dan demikian (pula) Rasul-Nya, sesungguhnya kami adalah orang-orang yang berharap kepada Allah swt," (tentulah yang demikian itu lebih baik bagi mereka*)" (at-Taubah:59)

Dari ayat diatas bisa disimpulkan bahwa adab jiwa dan lidah serta adap iman, yaitu ridha terhadap pembagian Allah SWT dan Rasul-Nya. Kepuasan nasabah berkaitan dengan ridha kepada Allah, yaitu ridha karena menerima dan merasa puas, bukan karena terpaksa. Serta kepuasan nasabah itu timbul karena berharap dengan tulus kepada Allah SWT dari semua penghasilan materi dan dari semua kerasukan duniawi. Dalam islam sikap saling tolong menolong sangat dianjurkan. Kepuasan seseorang dapat dihasilkan ketika ada orang lain yang membantu meringankan beban orang tersebut sehingga orang tersebut merasa puas dengan hasil yang didapatkan

6 Pengaruh Antara Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening

Hasil uji mediasi kualitas produk terhadap kepuasan nasabah melalui loyalitas nasabah menghasilkan nilai p-value sebesar 0,268 (> 0,05) yang dijelaskan bahwa kepuasan nasabah tidak dapat memediasi hubungan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah sehingga H6 ditolak. Bahwa dapat disimpulkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada BSI KCP Pandaan. Posisi kepuasan nasabah sebagai variabel intervening atau perantara untuk gaya kualitas produk terhadap loyalitas nasabah tidak memperkuat pengaruh yang sudah ada. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Suryaningtyas, 2021) kualitas produk terbukti berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening, artinya kualitas produk akan mempengaruhi loyalitas apabila terlebih dahulu ada kepuasan pelanggan.

7 Kepuasan Nasabah Memediasi Pengaruh Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan menunjukkan hasil bahwa kepuasan nasabah mampu memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini disebabkan oleh adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Artinya, bila kualitas pelayanan semakin baik tidak menutup kemungkinan untuk nasabah menjadi loyal. Hal ini bisa dibuktikan dengan kepuasan nasabah mampu memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Pada hasil ini dibuktikan jika kualitas pelayanan pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan dengan nasabahnya sangat baik. Hal ini juga bisa dipertahankan kualitas pelayanan yang diberikan agar nasabah meraskan puas. Hasil penelitian ini di perkuat dari penelitian sebelumnya oleh

(Dwi Wahyuni, 2017) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan pengaruhnya pada loyalitas nasabah. Dikuatkan oleh penelitian (Welim & Arifin, 2016) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah. Dengan demikian jika setiap bank memberikan kualitas pelayanan yang optimal maka kepuasan nasabah akan meningkat dan berpengaruh pada loyalitas nasabah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berikut temuan analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening (Studi pada Bank Syariah Indonesia di KCP Pandaan), dengan menggunakan *Structural Equation Modeling – Metode analisis Partial Least Square (SEM-PLS)* sebagai berikut.

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada bank syariah indonesia di KCP Pandaan
2. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada bank syariah indonesia di KCP Pandaan
3. Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah indonesia di KCP Pandaan
4. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah indonesia di KCP Pandaan
5. Kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada bank syariah indonesia di KCP Pandaan
6. Kepuasan nasabah tidak mampu memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah pada bank syariah indonesia di KCP Pandaan

7. Kepuasan nasabah mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada bank syariah indonesia di KCP Pandaan

Bagi penelitian selanjutnya

1. Untuk penelitian selanjutnya bisa menambah variabel moderasi atau menggunakan variabel mediasi yang lain yang diperkirakan mampu memediasi atau memoderasi pengaruh hubungan variabel terhadap variabel dependen

DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, W., & Hartono, J. (2011). *Partial least square (PLS) Alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis*. Andi.

Afifah Angkat, R., & Yanti, N. (2023). The Effect of Product and Service Quality on Customer Satisfaction Loyalty Priority Savings Bank Sumut Syariah. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, *4*(2), 245–252. https://doi.org/10.53697/emak.v4i2.1165

Anjelisa, Fatmawati, I., & Nurykakin. (2023). The Effect Of Islamic Service Quality On Customer Satisfaction And Loyalty In Islamic Banks In Indonesia. *International Journal Of Management Science And Information Technology (IJMSIT)*, *3*(1), 71–74. https://doi.org/10.1016/j.matpr.2020.06.557

Aziz, N., & Putra, R. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Nagari Sumatera Barat Cabang Simpang Empat Pasaman Barat. *Jurnal Pundi*, *4*(3), 355–364. https://doi.org/10.31575/jp.v4i3.304

Aziz, N., & Putra, Y. E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "KBP" Padang*, 71–86.

Basith, A. (2014). *82300-ID-pengaruh-kualitas-produk-dan-kualitas-pe (1)*. *11*(1).

Dwi Wahyuni, C. R. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, *12*(1), 69–82. https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.84

Fauzi, F., & Putra, P. (2020). Analisis Jalur Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening di Bank BNI Syariah. *MASLAHAH (Jurnal Hukum Islam Dan Perbankan Syariah)*, *11*(1), 33–41. https://doi.org/10.33558/maslahah.v11i1.2758

Febriyanti. (2023). *Teknik Pengambilan Sampel*. 1–17.

Guna, D., Salah, M., Syarat, S., & Setiawan, R. Y. (2015). *Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Kjks Bmt Barokah Tegalrejo) Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (Stain) Salatiga*.

Iranda, A. D., & Rahmawati, D. (2023). Diterimanya Hasil Belajar Praktikum Akuntansi: Peran Mediasi Minat Belajar. *Pendidikan Akuntasi Indonesia*, *21*(1), 19–40. https://journal.uny.ac.id/index.php/jpakun/article/view/57747/19824

Irawan, H. (2012). *Manajemen pemasaran:Teori dan Praktrek*. PT.Salemba

EmpatPatria.

Kamila, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Cabang jakarta Simprug). *Journal of Chemical Information and Modeling*, *21*(2), 1689–1699. https://www.oecd.org/dac/accountable-effective-institutions/Governance Notebook 2.6 Smoke.pdf

Kusuma, R. W., & Suwitho. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *4*(12), 1–17. http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3143

Mardalis, A. (2005). Meraih Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis BENEFIT*, *9*(2), 111 – 119. https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2

Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelangan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, *9*(1), 54–64. https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212

Muslimah, E., & Murti, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Tanda 306 Bank OCBC NISP Cabang Harco Mangga Dua. *Jurnal Manajemen FE-UB*, *5*(2), 17–33.

Nanda Ayu Wardani. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Pada PT.BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu. *Malaysian Palm Oil Council (MPOC)*, *21*(1), 1–9. http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203%0Ahttp://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/

Octavia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampun. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, *13*(1), 35–39.

Oktaviana, U. K., & Wicaksono, A. T. S. (2022). Customer Satisfaction and Financial Performance: Does It Mediate Customer-Centric on Islamic Bank Values? *EL DINAR: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, *10*(2), 163–180. https://doi.org/10.18860/ed.v10i2.16225

Oktaviani Satriyanti, E. (2012). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, *2*(2), 171. https://doi.org/10.14414/jbb.v2i2.172

Risal, T. (2019a). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bmt Kampoeng Syariah. *JMB (Jurnal Manajemen Dan Bisnis)*, *1*(1).

Risal, T. (2019b). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bmt Kampoeng Syariah. *JMB (Jurnal Manajemen Dan Bisnis)*, *1*(1). https://doi.org/10.30743/magister.v1i1.1607

Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Andi.

Septia, E., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi (AMBITEK)*, *3*(1), 53–62. https://doi.org/10.56870/ambitek.v3i1.65

Setianingsih, F. A., Etty, E., & Supriyadi, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah yang Berdampak pada Loyalitas Nasabah (Studi Kasus PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk di Wilyah Depok. *JIMEA-Jurnal Inovasi Manajemen Ekonomi Dan Akuntasi*, *1*(1), 198–214. https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/jimea/article/view/951

Shan Abitama Prabowo, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Kualitas Informasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai *Variabel Intervening* (Studi pada Pelanggan CV. Lautan Mas Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, *10*(5), 1–15. http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr

Sitorus, T., & Yustisia, M. (2018). The influence of Service Quality and Customer Trust toward Customer Loyalty: The role of customer satisfaction. *International Journal for Quality Research*, *12*(3), 639–654. https://doi.org/10.18421/IJQR12.03-06

Sondakh, C. (2014). Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, *3*(1), 19–32. https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jrbm/article/view/7525

Sudarto, Y., Artiningsih, D. W., & Rasyidi, M. N. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Nilai NasabahTerhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank "XY" Cabang Kapuas. *Jurnal Bisnis Dan …*, *5*(1). https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/bisnispembangunan/article/view/2776%0Ahttps://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/bisnispembangunan/article/viewFile/2776/2422

Sukma, P. W. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Perbankan , Mesin Self Service dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank*. *1*(2).

Suryaningtyas, S. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Islami, dan Brand Image terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi pada Bank Syariah Indonesia KC Semarang). *Skripsi*

IAIN Salatiga, 1–142.

Tafsir, M., Shaari, R., Muchtar, H., & Firmansya, F. (2018). The Effects of Product Quality and Interpersonal Communication on Customer Loyalty. *International Journal on Advanced Science, Education, and Religion*, *1*(1), 1–8. https://doi.org/10.33648/ijoaser.v1i1.1

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa–Prinsip. Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.

Welim, Y. Y., & Arifin, A. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah. *Prosiding SENTIA*, *8*, 1–5.

Yusmardi, Y., Evanita, S., & Idris. (2019). *The Influence of Satisfaction on Dimension of Service Quality toward Loyality of Savings Customers at PT. Bank Bukopin, Tbk. Branch of Padang*. *97*(Piceeba), 734–748. https://doi.org/10.2991/piceeba-19.2019.81

Yusuf, M., & Surjaatmadja, S. (2018). International Journal of Economics and Financial Issues Analysis of Financial Performance on Profitability with Non Performance Financing as Variable Moderation (Study at Sharia Commercial Bank in Indonesia Period 2012-2016). *International Journal of Economics and Financial Issues*, *8*(4), 126–132. http:www.econjournals.com

Zulkarnain, R., Taufik, H., & David Ramdansyah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1–24.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisoner

Assalamualaikum Wr. Wb

Perkenalkan saya Muhammad Qori Qudratullah, Mahasiswa Progam Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas PelayananTerhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Pandaan" . Hasil dari penelitian ini akan sangat bermanfaat untuk mengetahui faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan.

Berikut link kuesioner:

https://forms.gle/abp3CVjWoGUHvpiS9

Saya berharap, Bapak/Ibu/Saudara dapat berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini dengan sebaik-baiknya. Selain itu, saya memastikan, bahwa data yang anda cantumkan pada kuesioner ini akan terjaga kerahasiannya, karena hanya saya gunakan sebagai kepentingan penelitiana. Partisipasi Bapak/Ibu/Saudara akan sangat berharga dalam keberhasilan penelitian.

Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih. Semoga kebaikan Bapak/Ibu/Saudara dibalas dengan sebaik-baiknya balasan oleh Allah SWT.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Email:…….

Nama:……

Berikan jawaban setiap pertanyaan ini sesuai data diri anda!

Jenis Kelamin		Usia		Tingkat Pendidikan	
Laki – Laki	( )	18-20 tahun	( )	SD	( )
Perempuan	( )	21-40 tahun	( )	SMP	( )
		41-60 tahun	( )	S1	( )
		>60 tahun	( )	S2	( )
				S3	( )

Pekerjaan		Berapa lama anda menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia	
Pelajar/Mahasiswa	( )	Dibawah 1 tahun	( )
PNS	( )	1-3 tahun	( )
Wirausaha	( )	3-10 tahun	( )
Wiraswasta	( )	Lebih dari 10 tahun	( )
Lainnya	( )		

Kualitas Produk X1

Mohon Bapak, Ibu, Saudara/i menjawab pertanyaan dengan mengisi jawaban yang di anggap paling sesuai di kolom yang tersedia
Petunjuk pengisian

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
	Kualitas Produk (X1)					
1	Produk yang ada dalam Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan memberikan kemudahan persyaratan dalam proses pembukaan awal					
2	Nasabah mendapatkan pelayanan sangat baik dari karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan					
3	Produk yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan sangat menarik					
4	Produk yang diberikan sesuai dengan syariah					
5	Produk yang diberikan sudah sesuai dengan kebutuhan nasabah					

6	Dalam produk tabungan yang diberikan Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan dapat mendorong nasabah untuk menabung					
7	Adanya fasilitas *e-banking* (BSI *Mobile Banking*)					
8	Biaya administrasi yang murah					
No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
	Kualitas Pelayanan (X2)					
1	Pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan memiliki penampilan yang menarik					
2	Fasilitas ruang antrian bank sangat nyaman, bersih dan tenang					
3	Pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan menyelesaikan pelayanan tepat waktu					
4	Customer service Bank Syariah Indonesia KCP pandaan memberikan informasi kepada calon nasabah degan jelas					
5	Karyawan bsi kcp pandaan responsif dalam menerima permintaan nasabah dengan baik					
6	Pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan memberikan pelayanan dengan sopan					
7	Pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan selalu bersedia membantu bila nasabah dalam kesulitan					
8	Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan memberikan rasa aman terhadap nasabah sewaktu melakukan transaksi					
9	Pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan berusaha memberikan solusi yang terbaik terhadap masalah yang nasabah hadapi					
10	Karyawan bsi kcp pandaan selalu memberikan salam ketika sebelum maupun sesudah melayani transaksi					
No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
	Kepuasan Nasabah (Z)					

1	Saya merasa puas dengan produk yang diberikan Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan					
2	Saya merasa puas terhadap Pelayanan yang diberikan pada Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan					
3	Pelayanan yang diberikan BSI KCP Pandaan sesuai harapan nasabah					
4	Saya akan menggunakan produk-produk bank syariah yang sesuai dengan prinsip islam					
5	Saya akan merekomendasikan kepada orang terdekat saya mengenai produk-produk bank syariah indonesia					
6	Saya berharap produk yang diberikan bank syariah indonesia tetap berprinsip islam					
No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
	Loyalitas Nasabah (Y)					
1	Saya akan terus menjadi nasabah dan bertransaksi di Bank Syariah Indonsia KCP Pandaan					
2	Saya memakai berbagai produk lain di Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan					
3	Saya tidak berminat terhadap penawaran yang diberikan oleh bank lain					
4	Saya tidak tertarik dengan keunggulan produk yang ditawarkan oleh bank lain					
5	Saya akan merekomendasikan dan mengajak orang lain untuk memakai produk Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan					

Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2)

N0	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10
1	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	1	4	1	2	1	1	1	1	2	2	2	3	3	5	5	3	3	5
4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
5	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	4	5	3	2	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
14	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4
15	4	4	3	5	4	3	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3
16	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
17	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5
21	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	5	4	3	3	4	5	5	5
22	4	4	4	4	3	3	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5
24	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
25	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4
26	5	4	3	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
29	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
30	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
31	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4
32	4	3	3	2	4	2	4	2	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4
33	4	1	4	2	4	4	1	2	5	5	4	4	4	4	1	5	5	4
34	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4
36	4	5	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	3	3	4	3
37	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3
38	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5

39	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5
40	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4
41	3	3	4	2	3	3	4	3	2	4	3	3	4	2	3	4	4	2
42	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5
43	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3	3	3	3	3
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
47	5	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
48	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
49	3	3	4	4	4	3	5	5	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
53	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4
54	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
55	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
58	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	2	4	2	3	4	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
63	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5
64	4	4	4	5	4	4	5	2	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
65	5	4	5	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5
66	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	5	3
68	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3
69	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
71	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5

72	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5
73	4	5	5	5	4	3	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
75	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
76	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5
77	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
78	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
79	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
80	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4
81	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4
82	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
83	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5
84	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
85	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	4	5	5
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
88	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	2	3	4	5	5	5	5	5
89	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
90	4	4	5	5	5	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
91	4	3	3	3	4	2	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
95	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4
96	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
97	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
98	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
101	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4
102	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4

103	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
104	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
106	4	4	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
108	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
109	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
110	4	3	3	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
111	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4
112	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	4	4	3	4	5	5	5
113	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
114	4	3	3	4	5	4	3	3	4	5	4	4	4	4	3	3	3	5
115	4	5	4	4	3	3	3	5	3	3	3	2	4	5	5	4	4	4
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
117	5	4	5	4	5	3	5	4	3	5	4	4	3	5	4	5	5	5
118	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
119	5	4	3	5	4	5	4	3	3	5	3	5	4	5	4	5	5	3
120	5	3	3	3	4	2	5	4	4	3	5	4	3	5	4	4	4	4
121	4	5	3	4	5	4	3	5	4	3	2	4	5	4	4	5	5	5
122	5	3	3	3	3	5	3	4	4	5	3	3	3	3	3	4	4	4
123	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4
124	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	3	3	3	4	4	5
125	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	5	3	5	5	4

126	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
127	5	4	5	4	5	5	5	5	3	3	4	5	4	5	4	5	5	4
128	4	5	4	5	4	3	5	2	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3
129	4	5	3	5	4	3	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5
130	4	5	4	5	4	5	3	5	3	5	5	4	4	4	3	5	5	4
131	4	4	4	5	3	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5
132	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	5	5	5	4
133	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
134	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4
136	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
137	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5
138	4	4	4	5	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
139	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
140	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
141	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5
142	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
143	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
144	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
145	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Kepusan Nasabah (Z) dan Loyalitas Nasabah (Y)

N0	Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
1	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	2	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5
4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	5
10	3	4	4	5	4	5	4	5	3	4	5
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	5
14	4	3	3	3	4	5	3	3	2	2	4
15	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3
16	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5
17	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4
20	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4
21	3	5	4	4	3	5	4	5	5	2	4
22	4	4	4	5	4	5	3	3	3	3	4
23	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5
24	5	4	4	4	4	5	4	3	2	3	4
25	3	3	3	4	3	5	3	3	3	3	3
26	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

30	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4
31	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
32	4	4	3	2	1	2	1	1	1	1	1
33	4	5	4	4	4	4	1	2	1	1	1
34	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
35	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4
36	5	4	5	4	5	4	5	5	3	4	5
37	4	4	4	3	3	4	3	3	2	2	3
38	4	5	4	5	5	5	4	2	3	2	5
39	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
40	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3
41	3	4	3	2	3	4	4	3	4	3	4
42	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5
43	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	3	3	3	3	3	4	3	4	1	1	3
47	4	4	4	4	4	5	3	3	2	2	3
48	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3
49	3	4	4	4	4	4	3	4	2	2	4
50	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3
53	4	3	4	3	3	4	4	3	2	2	2
54	4	5	4	3	4	5	4	3	3	4	5
55	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
56	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
57	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3

63	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
64	5	5	5	5	5	5	2	2	4	4	5
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
67	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
69	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4
70	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
71	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5
72	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
73	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
74	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5
75	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4
76	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
77	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
78	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
79	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5
80	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5
81	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4
82	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
83	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5
84	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5
85	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4
86	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5
87	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
88	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
90	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5
91	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
92	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
93	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
95	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5

96	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
97	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
99	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
100	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
101	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
102	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
103	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
104	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
105	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4
106	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5
107	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
108	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3
109	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
110	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
111	4	5	4	5	3	3	5	4	3	5	4
112	3	5	4	5	5	4	3	5	4	5	4
113	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
114	4	5	3	4	4	5	4	5	4	3	5
115	3	4	3	3	3	3	5	3	4	5	4
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
117	4	5	4	5	3	5	3	5	4	5	3
118	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
119	5	5	4	3	5	5	5	3	3	3	2
120	4	3	5	4	5	4	3	5	5	4	5
121	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4
122	5	3	4	5	4	4	3	4	5	2	5
123	4	5	3	3	3	3	5	5	3	5	4
124	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
125	3	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5
126	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
127	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5
128	4	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4

129	4	5	4	5	3	3	3	3	3	3	3
130	4	5	5	4	5	5	4	5	3	3	3
131	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5
132	2	3	3	4	4	4	5	5	5	3	4
133	3	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5
134	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4
135	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
136	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
137	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
138	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5
139	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
140	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
141	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
142	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
143	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
144	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
145	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5

Lampiran 3 Hasil Olah Data Output SEM PLS 4

1. Uji Validitas (Loading Factor) sebelum dieliminasi

Variabel	Item Pernyataan	Loading Factor	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1	0.718	Valid
	X1.2	0.651	
	X1.3	0.731	Valid
	X1.4	0.801	Valid
	X1.5	0.734	Valid
	X1.6	0.791	Valid
	X1.7	0.690	
	X1.8	0.703	Valid
	X2.1	0.662	

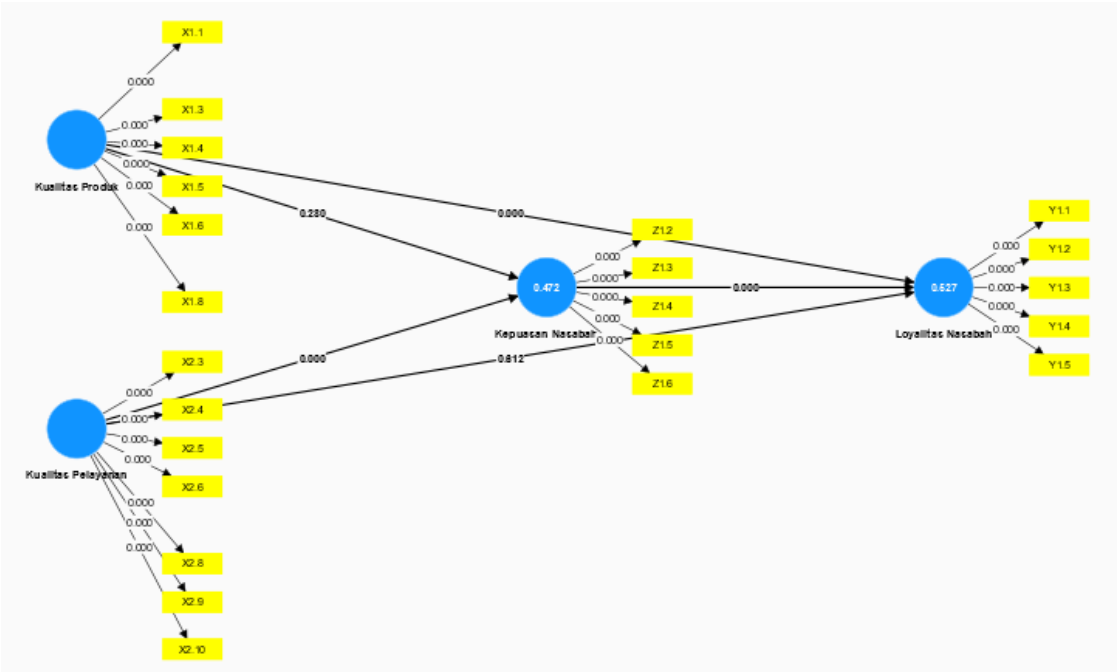
Kualitas Pelayanan	X2.2	0.603	
	X2.3	0.731	Valid
	X2.4	0.781	Valid
	X2.5	0.783	Valid
	X2.6	0.738	Valid
	X2.7	0.670	
	X2.8	0.800	Valid
	X2.9	0.749	Valid
	X.10	0.767	Valid
Loyalitas Nasbah	Y1	0.812	Valid
	Y2	0.813	Valid
	Y3	0.843	Valid
	Y4	0.819	Valid
	Y5	0.816	Valid
Kepuasan Nasabah	Z1	0.696	
	Z2	0.732	Valid
	Z3	0.834	Valid
	Z4	0.855	Valid
	Z5	0.866	Valid
	Z6	0.800	Valid

2. Uji Validitas (Loading Factor) sesudah dieliminasi

Variabel	Item Pernyataan	Loading Factor	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1	0.718	Valid
	X1.3	0.731	Valid
	X1.4	0.801	Valid
	X1.5	0.734	Valid
	X1.6	0.791	Valid
	X1.8	0.703	Valid

Kualitas Pelayanan	X2.3	0.731	Valid
	X2.4	0.781	Valid
	X2.5	0.783	Valid
	X2.6	0.738	Valid
	X2.8	0.800	Valid
	X2.9	0.749	Valid
	X.10	0.767	Valid
Loyalitas Nasabah	Y1	0.812	Valid
	Y2	0.813	Valid
	Y3	0.843	Valid
	Y4	0.819	Valid
	Y5	0.816	Valid
Kepuasan Nasabah	Z2	0.732	Valid
	Z3	0.834	Valid
	Z4	0.855	Valid
	Z5	0.866	Valid
	Z6	0.800	Valid

3. Hasil SEM PLS



4. Q-Squery

LV prediction summary - PLS-SEM

	Q^2predict	RMSE	MAE
Kepuasan Nasabah	0.413	0.779	0.571
Loyalitas Nasabah	0.428	0.774	0.555

5. Secara langsung

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
Kepuasan Nasabah -> Loyalitas Nasabah	0.357	0.343	0.088	4.062	0.000
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Nasabah	0.565	0.551	0.109	5.175	0.000
Kualitas Pelayanan -> Loyalitas Nasabah	0.051	0.060	0.101	0.508	0.612
Kualitas Produk -> Kepuasan Nasabah	0.168	0.188	0.155	1.081	0.280
Kualitas Produk -> Loyalitas Nasabah	0.424	0.435	0.078	5.473	0.000

Lampiran Jurnal Bimbingan

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM	: 200503110011
Nama	: MUHAMMAD QORI QUDRATULLAH
Fakultas	: Ekonomi
Program Studi	: Perbankan Syariah
Dosen Pembimbing	: Dr. Fani Firmansyah, SE., MM
Judul Skripsi	: **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Pandaan Pasuruan)**

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	12 September 2023	bimbingan judul proposal	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
2	17 November 2023	bimbingan proposal bab 1-3	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
3	27 November 2023	menambahkan fenomena penelitian dan revisi bab 1	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
4	30 November 2023	menambah jurnal internasional dan menambahkan perspektif islam dalam setiap variabel	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
5	10 Januari 2024	menjelaskan item pertanyaan dari setiap indikator	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
6	2 Februari 2024	bimbingan bab 4 dan olah data	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
7	1 April 2024	bimbingan hasil dan pembahasan bab 4-5	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
8	17 April 2024	revisi bab 4-5 dan penulisan referensi	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi

Malang, 17 April 2024
Dosen Pembimbing

Dr. Fani Firmansyah, SE., MM

Lampiran bukti turnitin

Qori

ORIGINALITY REPORT

22%	26%	8%	11%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	10%
2	repository.stei.ac.id Internet Source	3%
3	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	3%
4	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	2%
5	docobook.com Internet Source	1%
6	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	1%
7	journal.univpancasila.ac.id Internet Source	1%
8	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
9	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes	On	Exclude matches	< 1%
Exclude bibliography	On		

Keterangan bebas Plagiarisme

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Kartika Ratnasari, M.Pd
NIP	: 198304022023212026
Jabatan	: **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama	: MUHAMMAD QORI QUDRATULLAH
NIM	: 200503110011
Konsentrasi	: Entrepeneur
Judul Skripsi	: **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (Studi Pada PT. Bank Syariah Indoncia, Tbk KCP Pandaan Pasuruan)**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
22%	26%	8%	11%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 13 Juni 2024
UP2M

Kartika Ratnasari, M.Pd

Lampiran Biodata

BIODATA PENELITI

Identitas Pribadi

Nama Lengkap	:Muhammad Qori Qudratullah
Tempat Tanggal Lahir	:Pasuruan, 31 Januari 2002
Alamat Asal	:Dsn Kalitengah Karang Jati Pandaan Pasuruan
Telpon	:085853291482
Email	:mqoriqudratullah@gmail.com

Pendidikan Formal	
2006-2008	:TK Mutiara Ilmu Pandaan
2008-2014	:SD Maarif Pandaan
2014-2017	:SMPI Al-Maarif Singosari
2017-2020	:MA Al-Maarif Singosari
2020-2024	:Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Fakultas Ekonomi Jurusan Perbankan Syariah

Pendidikan Non-Formal	
2014-2020	:PPQ Nurul Huda Singosari
2016-2020	:Mengajar di Program Bahasa PPQ Nurul Huda Simgosari
2020-2023	:PP Sabilurrosyad Gasek Malang