PERAN KARAKTERISTIK INDIVIDU SEBAGAI MODERATOR
PENGARUH KEPUASAN, KEPERCAYAAN, DAN KOMITMEN
TERHADAP LOYALITAS
(Studi pada Nasabah Bank Syariah di Kabupaten Kudus)

Nama Peneliti:
Mokhamad Arwani, Dr., S.PdI., SE., MM
Taufik, Drs., MS., MM
Masluri, Drs., MM

Sumber Pembiayaan:
APBU UMK

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2011
HALAMAN PENEGESAHAN


2. Identitas Ketua
   a. Nama Lengkap: Mokhamad Arwani, Dr., S.PdI., SE., MM
   b. Jenis Kelamin: Laki-laki
   c. NIS: 0610701000001209
   d. Pangkat/Gol: Asisten Ahli/IIIb
   e. Fakultas: Ekonomi
   f. Alamat: Jl. Pandean No. 99 Jekulo Kudus
   g. Telp/Email: +6281233605250/ armail@ymail.com

3. Jangka Waktu penelitian: 1 (satu) tahun

4. Pembiayaan: APBU UMK

5. Sumber lain: Tidak ada

Mengetahui,
Dekan FE, Ketua peneliti,

Kudus, 20 Desember 2011

Drs. M. Masruri, MM Mokhamad Arwani, Dr., S.PdI., SE., MM
NIDN. 0601085601 NIDN. 0610057804

Mengetahui,
Rektor, Ka Lemlit,

Prof.Dr.dr. Sarjadi, Sp.PA Drs. Taufik, MS., MM
NIP. 130352547 NIP. 195004111980031001
IDENTITAS DAN URAIAN UMUM


2. Ketua Peneliti:
   a. Nama Lengkap: Mokhamad Arwani, Dr., S.PdI., SE., MM
   b. Jenis Kelamin: Laki-laki
   c. NIS: 0610701000001209
   d. Pangkat/Gol: Asisten Ahli/IIb
   e. Fakultas: Ekonomi
   f. Alamat: Jl. Pandean No. 99 Jekulo Kudus
   g. Telp/Email: +6281233605250/ armail@yahoo.com

3. Tim Peneliti:

<table>
<thead>
<tr>
<th>No</th>
<th>Nama</th>
<th>Bidang Keahlian</th>
<th>Unit Kerja</th>
<th>Alokasi Waktu</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>Mokhamad Arwani, Dr., S.PdI., SE., MM</td>
<td>Manajemen</td>
<td>Fakultas Ekonomi</td>
<td>12 Bulan</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Taufik, Drs., MS., MM</td>
<td>Manajemen</td>
<td>Fakultas Ekonomi</td>
<td>12 Bulan</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>Masluri, Drs., MM</td>
<td>Manajemen</td>
<td>Fakultas Ekonomi</td>
<td>12 Bulan</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>Abdur Rachman Said</td>
<td>Manajemen</td>
<td>Fakultas Ekonomi</td>
<td>6 Bulan</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>Afif Masduki (Mahasiswa)</td>
<td>Manajemen</td>
<td>Fakultas Ekonomi</td>
<td>6 Bulan</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>Abdul Ghofur (Mahasiswa)</td>
<td>Manajemen</td>
<td>Fakultas Ekonomi</td>
<td>6 Bulan</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>Khoirun Nafi (Mahasiswa)</td>
<td>Manajemen</td>
<td>Fakultas Ekonomi</td>
<td>6 Bulan</td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
<td>Fathur Rohman (Mahasiswa)</td>
<td>Manajemen</td>
<td>Fakultas Ekonomi</td>
<td>6 Bulan</td>
</tr>
</tbody>
</table>

3.1. Jadwal pelaksanaan penelitian:

<table>
<thead>
<tr>
<th>No</th>
<th>Uraian</th>
<th>Bulan ke</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>Indepth Interviews</td>
<td>1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Pengiriman Angket</td>
<td>x x x x x x x</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>Rekapitulasi</td>
<td>4</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>Pengolahan Data</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>Analisis Data</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>Penyusunan Laporan</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>Penyusunan Artikel Jurnal</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
<td>Seminar</td>
<td>3</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Keterangan:
1,2,3,4 = Minggu ke
x = Sepanjang minggu

4. Subyek Penelitian: Nasabah Bank Syariah

5. Masa Pelaksanaan: 1 (satu) Tahun

6. Jumlah Anggaran: Rp. 7.500.000,- (Tujuh Juta Lima Ratus Ribu Rupiah)
KATA PENGANTAR


Penelitian ini menyajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi: pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan, komitmen dan loyalitas, mengungkapkan dan memaknai peran karakteristik individu di dalam loyalitas nasabah, dan menguji peran moderator karakteristik individu dalam kaitannya dengan pengaruh kepuasan dan terhadap loyalitas.

Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki penulis, walaupun telah dikerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, masih dirasakan banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 20 Desember 2011
Penulis
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ................................................................. i
HALAMAN PENGESEHAN ................................................... ii
IDENTITAS DAN URAIAN UMUM ........................................ iii
KATA PENGANTAR ........................................................ iv
DAFTAR ISI ................................................................. v
DAFTAR TABEL ........................................................................ vii
DAFTAR GAMBAR ........................................................................ viii
DAFTAR LAMPIRAN ........................................................ ix
ABSTRAK ........................................................................... x

BAB I PENDAHULUAN .................................................. 1
  1.1. Latar Belakang .................................................. 1
  1.2. Perumusan Masalah ........................................ 9
  1.3. Tujuan Penelitian ........................................ 10

BAB II KAJIAN PUSTAKA ........................................ 11
  2.1. Penelitian Terdahulu ........................................ 11
  2.2. Landasan Teori ............................................ 14
      2.2.1. Pengertian dan Tujuan Pemasaran Jasa Bank 14
      2.2.2. Loyalitas Pelanggan ............................ 15
      2.2.3. Kepuasan Pelanggan ..................................... 20
      2.2.4. Kepercayaan .................................... 24
      2.2.5. Komitmen ........................................... 30
      2.2.6. Hubungan Antara Kepuasan, Kepercayaan, Komitmen, dan Loyalitas Pelanggan 33
      2.2.7. Variabel Moderator pada Hubungan antara Kepuasan dan Loyalitas ........................................ 34
  2.3. Kerangka Konsep Penelitian ................................ 38
  2.4. Hipotesis Penelitian ........................................ 42

BAB III DESAIN DAN METODE PENELITIAN .......... 45
  3.1. Metode Pendekatan ........................................ 45
  3.2. Populasi dan Penentuan Sampel .................. 45
  3.3. Definisi Operasional Veriabel Penelitian ........ 46
  3.4. Pengumpulan Data ....................................... 49
  3.5. Validitas dan Reliabilitas ............................. 49
  3.6. Analisis Data ............................................. 50
      3.6.1. Analisis Deskriptif ................................ 50
      3.6.2. Analisis Kuantitatif ............................. 51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .... 56
  4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian ............... 56
  4.2. Karakteristik Responden ................................ 57
  4.3. Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian 62
  4.4. Analisis Deskriptif ....................................... 63
  4.5. Hasil Analisis Faktor Konfirmatori ................ 68
  4.6. Evaluasi Asumsi Structural Equation Modelling (SEM) 77
  4.7. Hasil Analisis Structural Equation Modelling (SEM) 79
4.8. Pengujuan Hipotesis ......................................................... 82
4.9. Pembahasan Hasil Penelitian ............................................. 86
4.10. Kontribusi penelitian ....................................................... 105
4.11. Keterbatasan Penelitian ................................................... 106

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN ........................................... 107
5.1. Kesimpulan ................................................................... 107
5.2. Saran .......................................................................... 108

DAFTAR PUSTAKA ................................................................. 109
DAFTAR LAMPIRAN ............................................................... 113
DAFTAR TABEL

<table>
<thead>
<tr>
<th>Tabel</th>
<th>Judul</th>
<th>Halaman</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1.2.</td>
<td>Maping Variabel</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td>3.1.</td>
<td>Variabel, Indikator, Item, Sumber, dan Skala Pengukuran Penelitian</td>
<td>47</td>
</tr>
<tr>
<td>3.2.</td>
<td>Goodness of Fit Index</td>
<td>56</td>
</tr>
<tr>
<td>4.1.</td>
<td>Karakteristik Responden</td>
<td>61</td>
</tr>
<tr>
<td>4.2.</td>
<td>Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian</td>
<td>63</td>
</tr>
<tr>
<td>4.3.</td>
<td>Deskripsi Skor Rata-rata Variabel Kepuasan</td>
<td>64</td>
</tr>
<tr>
<td>4.4.</td>
<td>Deskripsi Skor Rata-rata Variabel Karakteristik Individu</td>
<td>65</td>
</tr>
<tr>
<td>4.5.</td>
<td>Deskripsi Skor Rata-rata Variabel Kepercayaan</td>
<td>66</td>
</tr>
<tr>
<td>4.6.</td>
<td>Deskripsi Skor Rata-rata Variabel Komitmen</td>
<td>66</td>
</tr>
<tr>
<td>4.7.</td>
<td>Deskripsi Skor Rata-rata Variabel Loyalitas Pelanggan</td>
<td>67</td>
</tr>
<tr>
<td>4.8.</td>
<td>Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Kepuasan Pelanggan</td>
<td>69</td>
</tr>
<tr>
<td>4.9.</td>
<td>Loading Factors ($\lambda$) Pengukuran Variabel Kepuasan Pelanggan</td>
<td>70</td>
</tr>
<tr>
<td>4.10.</td>
<td>Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices karakteristik individu</td>
<td>71</td>
</tr>
<tr>
<td>4.11.</td>
<td>Loading Factors ($\lambda$) Pengukuran Variabel Karakteristik Individu</td>
<td>72</td>
</tr>
<tr>
<td>4.12.</td>
<td>Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Kepercayaan</td>
<td>73</td>
</tr>
<tr>
<td>4.13.</td>
<td>Loading Factors ($\lambda$) Pengukuran Variabel Kepercayaan</td>
<td>74</td>
</tr>
<tr>
<td>4.14.</td>
<td>Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Komitmen</td>
<td>74</td>
</tr>
<tr>
<td>4.15.</td>
<td>Loading Factors ($\lambda$) Pengukuran Variabel Komitmen</td>
<td>75</td>
</tr>
<tr>
<td>4.16.</td>
<td>Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Loyalitas Pelanggan</td>
<td>76</td>
</tr>
<tr>
<td>4.17.</td>
<td>Loading Factors ($\lambda$) Pengukuran Variabel Loyalitas Pelanggan</td>
<td>77</td>
</tr>
<tr>
<td>4.18.</td>
<td>Evaluasi Kriteria Goodness Of Fit Indices Overall Model Tahap Awal</td>
<td>80</td>
</tr>
<tr>
<td>4.19.</td>
<td>Evaluasi Goodness of Fit Indices Model Secara Keseluruhan</td>
<td>82</td>
</tr>
<tr>
<td>4.20.</td>
<td>Hasil Pengujian Hipotesis</td>
<td>83</td>
</tr>
<tr>
<td>4.21.</td>
<td>Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian</td>
<td>84</td>
</tr>
<tr>
<td>4.22.</td>
<td>Persepsi Responden terhadap Variabel Penelitian</td>
<td>86</td>
</tr>
</tbody>
</table>
## DAFTAR GAMBAR

<table>
<thead>
<tr>
<th>Gambar</th>
<th>Judul</th>
<th>Halaman</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>2.1</td>
<td>Kerangka Konsep Penelitian</td>
<td>42</td>
</tr>
<tr>
<td>3.1</td>
<td>Diagram alur Peran Karakteristik Individu Sebagai Moderator, Pemasaran Relasional Sebagai Mediator Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas</td>
<td>52</td>
</tr>
<tr>
<td>4.1</td>
<td>Hasil Uji Model Keterkaitan antara Kepuasan Pelanggan (X1), Karakteristik Individu (X2), Pemasaran Relasional (Y1), dan Loyalitas (Y2) Tahap Awal</td>
<td>80</td>
</tr>
<tr>
<td>4.2</td>
<td>Hasil Uji Model Keterkaitan antara Kepuasan Pelanggan (X1), Karakteristik Individu (X2), Pemasaran Relasional (Y1), dan Loyalitas Pelanggan (Y2) Model Akhir</td>
<td>81</td>
</tr>
</tbody>
</table>
ABSTRACT

Efforts to increase the number of Islamic bank customers as expected are still to do, among others: there are not many conventional bank customers who are interested in moving their accounts to the Islamic banks. The low growth of Islamic bank customers is because of the weak of Islamic bank customers. One of the important evidences of customer’s loyalty is satisfaction. When customers are satisfied, they will not hesitate to invite others to be the customers of the Islamic banks.

The main focus of this research is to reveal and interpret the mediation role of the relationship marketing (trust and commitment) between satisfaction and loyalty, as well as to test the moderator role of individual characteristics in relation with the influence of satisfaction on loyalty.

The analysis showed that customers who are satisfied will be loyal to Islamic banks if the customer have adequate educational background and knowledge about Islamic banking. The satisfied customers will enhance long-term relationship with the Islamic banks in form of mutual trust, good communication, and trust that the bank will provide good services. The satisfied customers will enhance the mutual trust and good communication, which eventually create customers loyalty.

Keywords: satisfaction, individual characteristics, trust, commitment, loyalty, Islamic bank
ABSTRAK

Usaha untuk meningkatkan nasabah bank syariah sesuai harapan masih sulit tercapai, hal ini disebabkan antara lain belum banyak nasabah bank konvensional yang berniat untuk memindahkan rekening mereka ke bank syariah. Rendahnya pertumbuhan nasabah bank syariah dikarenakan lemahnya loyalitas nasabah bank syariah. Salah satu yang menjadi bukti penting dari loyalitas nasabah adalah kepuasan. Ketika nasabah merasa puas, maka nasabah tidak akan segan merekomendasikan untuk mengajak orang lain turut serta menjadi nasabah bank tersebut.

Fokus utama penelitian ini adalah mengungkapkan dan memaknai peran moderasi karakteristik individu dalam kaitannya dengan pengaruh kepuasan, kepercayaan, dan komitmen terhadap loyalitas.

Hasil analisis menunjukkan bahwa nasabah yang merasa puas akan loyal kepada bank syariah apabila nasabah punya pendidikan dan memiliki pengetahuan yang cukup mengenai perbankan syariah. Nasabah yang puas akan meningkatkan hubungan jangka panjang dengan bank syariah dalam bentuk saling percaya, komunikasi berjalan dengan baik, bank syariah akan memberi pelayanan yang baik, karena nasabah yang puas akan meningkatkan saling percaya, berkomunikasi yang baik yang akhirnya akan menghasilkan loyalitas.

Kata kunci: kepuasan, karakteristik individu, kepercayaan, komitmen, loyalitas nasabah bank syariah.