

SKRIPSI



**PENGARUH PENGGUNAAN *E-BANKING*, KEPERCAYAAN,
KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR
CABANG KUDUS**

Oleh :

MUHAMMAD IHSAN SYIROT HASYIF

201511065

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2020**



**PENGARUH PENGGUNAAN *E-BANKING*, KEPERCAYAAN,
KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR
CABANG KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :

MUHAMMAD IHSAN SYIROT HASYIF

201511065

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

TAHUN 2020

PENGARUH PENGGUNAAN *E-BANKING*, KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG KUDUS

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 26 Februari 2020

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing I



Dina Lusianti, SE., MM. AAK
NIDN: 0630098401

Sutono, SE, MM, Ph.D
NIDN: 0626017003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dosen Pembimbing II



Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM
NIDN: 0618066201

Dian Wismar'ein, SE. MM
NIDN. 0612127702

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.

(Q.S Al-Insyirah: 6-8)

Bersabar, Berusaha dan Bersyukur

Bersabar dalam berusaha, Berusaha dalam tekun dan pantang menyerah, dan Bersyukur atas apa yang diperoleh.

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah memberi kekuatan, kesehatan dan kesabaran untukku dalam mengerjakan skripsi ini.

Aku persembahkan cinta dan sayangku kepada kedua orang tuaku, adikku, dan seluruh keluarga yang telah memberi motivasi, dorongan, dan do'a untukku.

Terimakasih yang tak terhingga kepada dosen-dosenku, terutama bagi pembimbingku yang tak pernah lelah serta sabar dalam memberi bimbingan dan arahan kepadaku.

Terimakasihku juga aku persembahkan kepada para sahabatku yang senantiasa menjadi penyemangat dan menemani disetiap hariku.

Teruntuk teman-teman angkatanku yang selalu membantu, berbagi keceriaan dan melewati setiap suka dan duka selama kuliah. Terimakasih banyak.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas segala Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini guna melengkapi syarat ujian akhir dan sekaligus persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini . oleh karena itu dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya sehingga terwujudnya skripsi ini, kepda yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Binsis Universitas Muria Kudus dan seluruh staf pengajar yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang berguna, sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Ibu Dina Lusianti, SE, MM, AAK selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Sutono, SE. MM, Ph.D selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam menyusun skripsi ini.
4. Ibu Dian Wismar'ain, SE. MM selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam menyusun skripsi ini.

5. Bapak, Ibu dosen dan staf pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan bekal berbagai ilmu pengetahuan.
6. Kedua orang tua Ayah, Ibu, serta Adik tercinta yang telah mencurahkan kasih sayang dengan tiada henti mendoakan, memberi dukungan dan semangat dalam menyelesaikan studi serta menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus yang telah berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian skripsi ini.
8. Sahabat-sahabatku yang selalu memberi semangat, celaan, dukungan dan doa yang telah diberikan.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini jauh dari sempurna, namun penulis telah berusaha dengan segenap pikiran dan kemampuan agar dapat menyusun skripsi ini dengan baik. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga hasil skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Kudus, 26 Februari 2020

Penulis



Muhammad Ihsan Syirot Hasyif
NIM. 2015-11-065

THE EFFECT OF USE E-BANKING, TRUST, SERVICE QUALITY AND
CUSTOMER VALUE ON CUSTOMER LOYALTY IN BANK SYARIAH
MANDIRI BRANCH OFFICE CITY KUDUS

Muhammad Ihsan Syirot Hasyif
201511065

Advisor 1 : Sutono, SE. MM, Ph.D
2 : Dian Wismar'ain, SE. MM

UNIVERSITY MURIA KUDUS FACULTY OF ECONOMICS AND
BUSINESS STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of e-banking, trust, service quality and customer value on customer loyalty of Bank Syariah Mandiri Kudus branch offices both partially and multiply. This research is a quantitative research with survey method. The population in this study is the customer of Bank Syariah Mandiri Kudus branch office that uses e-banking.

The sampling technique used purposive sampling with a total sample of 136 respondents. Data collection techniques using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. Data analysis used regression analysis, t test, F test and coefficient of determination.

The results of this study indicate that: (1) e-banking has a positive effect on customer loyalty. This is evidenced from the t value of 5.736 with a significance level of $0.000 < 0.05$; and regression coefficients 0.190; (2) trust has a positive effect on customer loyalty. This is evidenced from the t value of 6.152 with a significance level of $0.000 < 0.05$; and regression coefficient 0.201; (3) service quality has a positive effect on customer loyalty. This is evidenced from the t value of 5.600 with a significance level of $0.000 < 0.05$; and a regression coefficient of 0.180; (4) customer value has a positive effect on customer loyalty. This is evidenced from the t value of 8.003 with a significance level of $0.000 < 0.05$; and regression coefficient 0.382; and (5) e-banking, trust, service quality and multiple customer values have a positive effect on customer loyalty. This is evidenced from the calculated F value of 109.736 with a significance level of $0,000 < 0.05$.

Keywords: e-banking, trust, service quality, customer value, customer loyalty

**PENGARUH PENGGUNAAN *E-BANKING*, KEPERCAYAAN,
KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH PADA BANK SYARIAH MANDIRI
KANTOR CABANG KUDUS**

Oleh
Muhammad Ihsan Syirot Hasyif
201511065

Pembimbing 1 : Sutono, SE. MM, Ph.D
2 : Dian Wismar'ain, SE. MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKS

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-banking*, kepercayaan, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri kantor cabang Kudus baik secara parsial maupun berganda. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri kantor cabang Kudus yang menggunakan *e-banking*.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 136 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data menggunakan analisis regresi, uji t, uji F dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *e-banking* berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 5,736 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi 0,190; (2) kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 6,152 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi 0,201; (3) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 5,600 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi 0,180; (4) nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 8,003 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi 0,382; dan (5) *e-banking*, kepercayaan, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan secara berganda berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 109,736 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: *e-banking*, kepercayaan, kualitas pelayanan, nilai pelanggan, loyalitas nasabah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKS.....	viii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang Masalah	1
1.2 Ruang Lingkup.....	7
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 <i>E-Banking</i>	10
2.1.1 Definisi <i>E-Banking</i>	10
2.1.2 Indikator - indikator <i>E-Banking</i>	10
2.1.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>E-Banking</i>	11
2.2 Kepercayaan	13
2.2.1 Definisi Kepercayaan.....	13
2.2.2 Indikator – indikator Kepercayaan	13
2.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepercayaan	14
2.3 Kualitas Pelayanan	15
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	15
2.3.2 Indikator - indikator Kualitas Pelayanan	17
2.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	18

2.4	Nilai Pelanggan	19
2.4.1	Pengertian Nilai Pelanggan.....	19
2.4.2	Indikator- indikator Nilai Pelanggan	19
2.4.3	Faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Pelanggan.....	20
2.5	Loyalitas Nasabah	21
2.5.1	Pengertian Loyalitas Nasabah.....	21
2.5.2	Indikator - indikator Loyalitas Nasabah	22
2.5.3	Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Nasabah.....	23
2.6	Pengaruh antar Variabel	24
2.6.1	Pengaruh antara <i>E-Banking</i> terhadap Loyalitas Nasabah	24
2.6.2	Pengaruh antara Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah	25
2.6.3	Pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah ...	26
2.6.4	Pengaruh antara Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Nasabah	27
2.7	Penelitian terdahulu	27
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	31
2.9	Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN.....		37
3.1	Jenis Penelitian	37
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
3.2.1	Rancangan Penelitian.....	37
3.2.2	Variabel Penelitian.....	38
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	39
3.4	Jenis dan Sumber Data	43
3.4.1	Jenis Data.....	43
3.4.2	Sumber Data	44
3.5	Populasi dan Sampel	45
3.5.1	Populasi.....	45
3.5.2	Sampel	45
3.6	Pengumpulan Data	47

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	48
3.7.1 Uji Validitas	48
3.7.2 Uji Reliabilitas	48
3.8 Pengolahan Data.....	49
3.9 Analisis Data	50
3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.9.2 Uji t (Parsial).....	51
3.9.3 Uji F (Berganda)	52
3.9.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	54
4.1.1 Sejarah Singkat Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus.....	54
4.1.2 Profil Bank Syariah Kantor Cabang Kudus.....	56
4.1.3 Tagline, Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus	56
4.1.4 Operasional Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus.....	58
4.1.5 Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus	58
4.2 Penyajian Data.....	60
4.2.1 Uji Instrumen	60
4.2.1.1 Uji Validitas	60
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	61
4.2.2 Karakteristik Responden.....	62
4.2.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.2.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
4.2.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
4.2.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	63
4.2.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	64
4.2.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan <i>E- Banking</i>	64
4.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian	65

4.2.3.1	Variabel <i>E-Banking</i>	65
4.2.3.2	Variabel Kepercayaan.....	66
4.2.3.3	Variabel Kualitas Pelayanan.....	67
4.2.3.4	Variabel Nilai Pelanggan.....	68
4.2.3.5	Variabel Loyalitas Nasabah.....	69
4.3	Analisis Data.....	70
4.3.1	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	70
4.3.2	Pengujian Hipotesis.....	71
4.3.2.1	Uji Parsial dengan uji t.....	71
4.3.2.2	Uji Simultan dengan F.....	73
4.3.3	Uji Koefisien Determinasi (R Square).....	74
4.4	Pembahasan.....	75
4.4.1	Pengaruh <i>E-Banking</i> terhadap Loyalitas Konsumen.....	75
4.4.2	Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen.....	78
4.4.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen.....	80
4.4.4	Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen.....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		84
5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....		86

DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Dunia	2
Tabel 1.2 <i>Top Brand Index</i> Kategori <i>Internet Banking</i> dan <i>Mobile Banking</i>	5
Tabel 1.3 <i>Top Brand Index</i> Kategori Tabungan Syariah	6
Tabel 3.1 $Z^{\alpha/2}$ tabel.....	45
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4.6 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan	59
Tabel 4.7 Jumlah Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	60
Tabel 4.8 Jumlah Responden Berdasarkan Layanan <i>E-Banking</i>	60
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Skor Jawaban Variabel <i>E-Banking</i> Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus	61
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Skor Jawaban Variabel Kepercayaan Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus.....	62
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Skor Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus	63
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Skor Jawaban Variabel Nilai Pelanggan Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus.....	64
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Skor Jawaban Variabel Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus	65
Tabel 4.14 Rangkuman Hasil Empiris Penelitian	68
Tabel 4.15 Hasil Uji t Hipotesis Parsial	70
Tabel 4.16 Hasil Uji F Hipotesis Berganda	74
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi R^2	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	35
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kota Kudus.....	54

