

**PENGARUH *CUSTOMER INTIMACY*, *CUSTOMER EXPERIENCE*,  
*CUSTOMER BONDING* TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI BANK  
BRI SYARIAH KCP PANDAAN**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN**

**MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)**



**SANITATUL MUKAROMAH**

**NIM 201569100025**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

**2019**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh *Customer Intimacy*, *Customer Experience*,  
*Customer Bonding*, Terhadap Loyaitas Nasabah Di Bank  
BRI Syariah KCP Pandaan

Disusun oleh : Sanitatul Mukaromah

NIM : 201569100025

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Program Studi : Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

Didepan tim penguji

Pasuruan, 15 Agustus 2019



Menyetujui  
Kaprodik,

Nur Aijzah S.Sos M.AB  
NIP. Y.069.15.02.001

Pembimbing,

A handwritten signature in blue ink, belonging to Miftahul Huda S.Sos M.AB.

Miftahul Huda S.Sos M.AB  
NIP. Y.069.15.08.056

**LEMBAR PENGESAHAN**

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN PENGUJI SKRIPSI, FAKULTAS  
ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN  
PADA :

HARI : KAMIS

TANGGAL : 15 AGUSTUS 2019

JAM : 09.00

JUDUL : PENGARUH *CUSTOMER INTIMACY*, *CUSTOMER  
EXPERIENCE*, *CUSTOMER BONDING* TERHADAP LOYALITAS NASABAH  
DI BANK BRI SYARIAH KCP PANDAAN

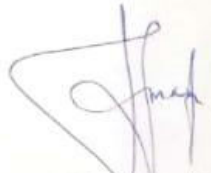
**DINYATAKAN LULUS**

Ketua Penguji



Dr. Kholid Murtadlo, SE., ME  
NIDN.069.02.03.006

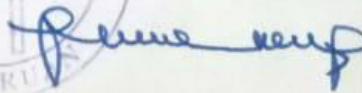
Anggota



Amma Fazizah, S.Sos. M.AB  
NIP.Y.069.11.03.040

MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik



Any Urwatul Wusko S.sos M.AB  
NIP.Y. 069.11.03.037

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : SUTANTI NURLITASARI

NIM : 2016.691.000.22

Fakultas : Ilmu Sosial dan politik

Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa yang saya tulis ini benar-benar hasil karya saya sendiri, menggunakan referensi yang jelas dan bukan merupakan pengambilan karya tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau fikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan 15 Agustus 2019

METERAI  
TEMPEL  
FA4EBAEF979792015  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
Sutanti Nurlitasari  
NIM.2015.69.10.00.22



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Ku persembahkan skripsi ini untuk bapak dan ibu, serta seluruh keluarga besar Bani H. Abu Bakar yang dengan

tulus saya menyatakan

**“saya mencintai mereka”**

## **MOTTO**

**Saya datang, Saya Bimbingan, Saya Ujian, Saya Revisi dan  
Saya Menang.**

**Maka mulailah dari tempatmu berada.**

**Gunakan yang kamu punya.**

**Lakukan yang kamu bisa.**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Sanitatul Mukaromah, Lahir pada tanggal 04 Mei 1997, di Pasuruan Jawa Timur. Penulis Merupakan anak pertama dari dua bersaudara, dari pasangan Nur salam dan Susiati.

Penulis pertama kali masuk pendidikan Formal di TK PGRI XI pada tahun 2002 dan tamat TK pada tahun 2004. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan SD di SDN

Bulukandang Prigen Pasuruan, dan tamat pada tahun 2009. Setelah tamat SD, Penulis melanjutkan SLTP di MTs Darut Taqwa Purwosari Pasuruan, setelah tamat di SLTP penulis melanjutkan ke SMK Darut Taqwa Purwosari Pasuruan dan tamat pada tahun 2015, dan pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Yudharta Pasuruan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik pada Jurusan Administrasi Bisnis melalui seleksi pendaftaran mahasiswa baru di Universitas Yudharta tersebut.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Customer Intimacy, Customer experience, dan Customer Bonding Terhadap Loyalitas Nasabah diBank BRI Syariah KCP Pandaan*” Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak.

1. Romo Kyai Soleh Bahruddin Selaku Pengasuh Pondok Pesantren Ngalah yang selalu mendoakan untuk kesuksesan peneliti
2. Bapak Dr. Kholid Murtadlo, SE, ME selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Ibu Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
4. Ibu Nur Ajizah, S.Sos., M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
5. Bapak Miftahul Huda S.Sos,M.AB selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, memberi semangat dan dorongan kepada penulis dalam penyusunan skripsi hingga selesai.
6. Pihak Bank syariah BRI Syariah KCP Pandaan yang telah mengizinkan penulis melakukan kegiatan penelitian.



7. Semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis peroleh hingga saat ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Pasuruan 15 Agustus 2019

## ABSTRAK

**SANITATUL MUKAROMAH : 2015.69.10.00.25. Pengaruh *Customer Intimacy, Customer Experience, Customer Bonding*, terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah KPC Pandaan.** Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Yudharta Pasuruan. Dosen Pembimbing **Miftkahul Huda, S.Sos.,M.AB**

**Kata Kunci:** *Customer Intimacy, Customer Experience, Customer bonding*

Pada perkembangan perekonomian diIndonesia yang semakin maju, khususnya dibidang perbankan syariah. Dimana Perkembangan perbankan syariah diIndonesia ini yang melahirkan begitu banyak para investor dan nasabah dengan berbagai penghimpunan dana. Tingginya minat masyarakat terhadap bank syariah dalam menabung serta pembiayaan membuat sektor perbankan semakin prospektif. Dalam hal ini membuat persaingan dalam perbankan syariah semakin kompetitif, terutama bagi bank yang berbasis syariah mempunyai sasaran segmen pasarnya sama, Bank syariah mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun ketahun.

Dari peluang tersebut membuat banyak bank syariah diIndonesia berlomba-lomba bersaing guna untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Dalam hal ini Bank syariah mempunyai peran penting yaitu untuk selalu memenuhi kebutuhan nasabah juga menyediakan produk atau layanan yang beretika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, dan menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapanpun dan dimanapun.

Penelitian ini merupakan penelitian *explanatory research* yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Customer Intimacy, Customer experience, Customer Bonding*, terhadap loyalitas nasabah, dalam hal ini peneliti mengambil sampel di Bank BRI Syariah KCP Pandaan. Sampel yang digunakan sejumlah 92 responden yaitu nasabah di Bank BRI Syariah KCP Pandaan, teknik pengambilan sampel menggunakan metode *pursosive random sampling*. Jenis Penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer. Data primer diperoleh berdasarkan jawaban responden terhadap angket yang di bagikan kepada nasabah di Bank BRI Syariah KCP Pandaan. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

## ABSTRACT

MUKAROMAH SANITATUL: 2015.69.10.00.25. The Influence of Customer Intimacy, Customer Experience, Customer Bonding, on customer loyalty at BRI Syariah KPC Pandaan Bank. Business Administration Study Program, University of Yudharta Pasuruan. Advisor Lecturer Miftkahul Huda S.Sos.,M.AB

Keywords: Customer Intimacy, Customer Experience, Customer Bonding

In the economic development in Indonesia which is increasingly advanced, especially in the field of Islamic banking. Where is the development of Islamic banking in Indonesia which gave birth to so many investors and customers with various fund raising. High public interest in Islamic banks in saving and financing makes the banking sector more prospective. In this case making competition in Islamic banking more competitive, especially for sharia-based banks that have the same target market segment, Islamic banks have increased significantly from year to year.

From this opportunity, many Islamic banks in Indonesia competed in order to meet customer needs. In this case, Islamic banks have an important role, namely to always meet the needs of customers, also provide products or services that are ethical in accordance with sharia principles, and provide the most comfortable access through various means anytime, anywhere.

This research is an explanatory research that aims to determine the effect of Customer Intimacy, Customer Experience, Customer Bonding, on customer loyalty, in this case researchers take samples at Bank BRI Syariah KCP Pandaan. The sample used was 92 respondents, namely customers at BRI Syariah KCP Pandaan, the sampling technique used was a purposive random sampling method. This type of research is research with a quantitative approach. The data used are primary data. Primary data were obtained based on respondents' answers to questionnaires distributed to customers at BRI Syariah KCP Pandaan Bank. Analysis of the data used is multiple linear regression analysis.

## KATA PENGANTAR

Salam Hormat,

Alhamdulillah segala rasa puja dan puji syukur kami haturkan hanya kepada Allah SWT. Tiada kuasa otak ini berfikir, tiada kuasa hati ini berdzikir, dan tiada kuasa tangan ini menetik, tanpa kekuasaan-Nya. Tuhan pemilik ilmu pengetahuan. Tuhan segala makhluk, Tuhan Maha Pengasih dan Maha Penyayang, berkat Taufiq, hidayah, dan inayah-Mu. Kami bisa menyelesaikan tugas akhir Skripsi ini.

Untaian sholawat dan salam, kami haturkan kepada junjungan umat islam, sang pujaan hati dambaan jiwa beliau Nabi besar Muhammad SAW. Nabi pembawa risalah yang baik, Nabi pembawa kabar gembira dan peringatan, Utusan sebagai penyempurna akhlakul karimah, Utusan sebagai pembawa rahmat bagi seluruh alam, yakni Addinul Islam Wal Iman.

Dengan mengucapkan Alhamdulillah skripsi ini telah selesai dengan baik dengan mengambil judul pengaruh *Customer Intimacy, Customer Experience, Customer Bonding, dan Loyalitas Nasabah diBank BRI Syariah KCP Pandaan.*

Pasuruan 15 Agustus 2019

penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR KEASLIAN TULISAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO .....	vii
RIWAYAT HIDUP .....	viii
UCAPAN TERIMAKASIH .....	ix
ABSTRAK .....	xi
KATA PENGANTAR .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xviii
DAFTAR GAMBAR .....	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
BAB II TINJUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Kajian Teoritis .....	16

2.2.1 Pengertian Pemasar .....	16
2.2.2 Fungsi Pemasaran .....	17
2.2.3 Konsep Pemasaran .....	17
2.2.4 Pemasaran Jasa .....	19
2.2.5 Karakteristik Jasa .....	20
2.2.6 Customer Intimacy .....	21
2.2.7 Customer Experience .....	23
2.2.8 Customer Bonding .....	25
2.2.9 Loyalitas Nasabah .....	28
2.3 Hubungan antar variabel .....	33
2.3.1 Pengaruh Customer Intimacy terhadap loyalitas nasabah.....	33
2.3.2 Pengaruh Customer Experience terhadap loyalitas nasabah .....	34
2.2.3 Pengaruh Customer Bonding terhadap loyalitas nasabah .....	34
2.4 Kerangka Konseptual .....	35
25 Hipotesis Penelitian .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis penelitian .....	38
3.2 Lokasi Penelitian .....	38
3.3 Variabel dan Pengukuran .....	38
3.3.1 Variabel Inependen .....	39
3.3.2 Variabel Dependen .....	40
3.3.3 Pengukuran Variabel .....	42

3.4 Populasi dan Sampel .....	43
3.4.1 Populasi .....	43
3.4.2 Sampel .....	43
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.5.1 Kuisisioner .....	47
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas .....	47
3.6.1 Uji Validitas .....	47
3.6.2 Uji Reabilitas .....	48
3.7 Uji Asumsi Klasik .....	48
3.7.1 Uji Linieritas .....	48
3.7.2 Uji Normalitas .....	48
3.7.3 Uji Multikolinieritas .....	49
3.7.4 Uji Heteroskedatisitas .....	49
3.8 Teknik analisis Data .....	50
3.8.1 Analisis Regresi linier Berganda .....	50
3.9 Uji Hipotesis.....	51
3.9.1 Uji t.....	51
3.9.2 Uji f .....	52
3.9.3 Uji Determinan R .....	53
 <b>BAB IV HASIL PEMBAHASAN</b>	
4.1 Penyajian Data .....	54

4.2 Gambaran Umum Perusahaan .....	54
4.2.1 Visi dan Misi Bank BRI Syariah KCP pandaan .....	56
4.3 Gambaran Umum Responden .....	56
4.3.1 Klasifikasi Responden berdasarkan jenis kelamin .....	57
4.3.2 Klasifikasi Responden berdasarkan tingkat usia .....	57
4.3.3 Klasifikasi Responden berdasarkan pekerjaan .....	58
4.4 Deskripsi Frekuensi Variabel .....	58
4.4.1 Variabel Customer Intimacy .....	59
4.4.2 Variabel Customer Experience .....	64
4.4.3 Variabel Customer Bonding .....	68
4.4.4 Variabel Loyalitas Nasabah .....	70
4.5 Uji Instrumen .....	73
4.5.1 Uji Validitas .....	73
4.5.2 Uji Reabilitas .....	74
4.6 Uji Asumsi Klasik .....	75
4.6.1 Uji Linieritas .....	75
4.6.2 Uji Normalitas .....	75
4.6.3 Uji Multikolonieritas .....	77
4.6.4 Uji Heteroskedastisitas .....	78
4.7 Hasil analisis Linier Berganda .....	79
4.8 Pengujian Hipotesis .....	81
4.8.1 pengujian hipotesis 1 .....	82



4.8.2 pengujian hipotesis 2 .....	83
4.8.3 pengujian hipotesis 3.....	84
4.8.4 pengujian hipotesis 4.....	84
4.9 Uji Koefisien Determinan .....	86
4.10 Pembahasan Hasil Penelitian .....	86
4.10.1 Customer Intimacy terhadap Loyalitas Nasabah .....	86
4.10.2 Customer experience terhadap Loyalitas Nasabah .....	87
4.10.3 Customer Bonding terhadap Loyalitas Nasabah .....	88
4.10.4 Customer Intimacy, Customer Experience, Customer Bonding, terhadap Loyalitas Nasabah .....	88
 BAB V	
5.1 Kesimpulan dan saran .....	90
5.2 Saran.....	90

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 kategori banking & financial .....	4
Tabel 2.1 Peneitian terdahulu .....	12
Tabel 2.2 Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dan sekarang .....	15
Tabel 3.1 Indikator variabel penelitian .....	40
Tabel 4.1 Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin .....	57
Tabel 4.2 Klasifikasi responden berdasarkan tingkat usia .....	57
Tabel 4.3 Klasifikasi responden berdasarkan pekerjaan .....	58
Tabel 4.4 Distribusi jawaban responden pada variabel customer intimacy .....	59
Tabel 4.5 Distribusi jawaban responden pada variabel customer experience .....	64
Tabel 4.6 Distribusi jawaban responden pada variabel customer bonding .....	68
Tabel 4.7 Distribusi jawaban responden pada variabel loyalitas nasabah .....	70
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas .....	73
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas .....	74
Tabel 4.10 Hasil Uji Linieritas .....	75
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas .....	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas .....	77
Tabel 4.13 Analisis regresi linier berganda .....	80
Tabel 4.14 Uji Hipotesis 1 .....	82
Tabel 4.15 Uji Hipotesis 2 .....	83
Tabel 4.16 Uji hipotesis 3 .....	84

Tabel 4.17 Uji Simultan F .....	85
Tabel 4.18 Uji Koefisien determinan R .....	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Uji Normalitas .....	76
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas .....	79