

**“PENGARUH *MUSLIM CUSTOMER PERCEIVED VALUE* DAN
PERILAKU RELIGIUS TERHADAP KEPUASAN NASABAH “**

(Survey pada Bank Syariah Wilayah Jawa Timur)

SKRIPSI



Ilmiah

201669100025

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK

UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

2020

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : "Pengaruh *customer moslim perceived value* dan perilaku religious terhadap kepuasan nasabah" surcey pada nasabah Bank Syariah di wilayah Jawa Timur

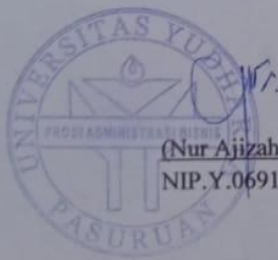
Disusun Oleh : Ilmiyah
NIM : 201669100025
Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik
Jurusan : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan
di depan tim penguji
Pasuruan, 13 September 2020

Menyetujui,

Kaprodi,

Pembimbing,



(Nur Ajizah, S.Sos., M.AB)
NIP.Y.0691502001

(Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB)
NIP.Y.0691103037

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DIDEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
YUDHARTA PASURUAN, PADA :

HARI : Selasa

TANGGAL : 11 Agustus 2020


JAM : 10.00- selesai

JUDUL : PENGARUH MOESLIM CUSTOMER PERCEIVED VALUE
DAN PERILAKU RELIGIOUS TERHDAPA KEPUASAN
NASABAH

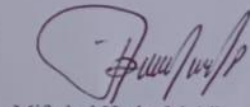
DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI

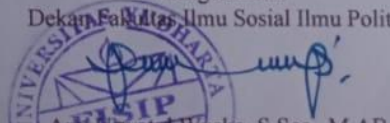
PENGUJI UTAMA


Dr. Khoirul Huda, SH., M.Hum
NIP. Y 0690601046

PENGUJI 1


Miftahul Huda, M.AB
NIP. Y 0691508056

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik


Anis Chayatul Wusko, S.Sos., M.AB
NIP. Y 0691103037

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ilmiah
NIM : 20166910025
Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri; bukan merupakan pengambilan alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

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

Pasuruan, 15 September 2020

Yang membuat pernyataan,



RINGKASAN

Ilmiah. Program study ilmu Aministrasi Bisnis Unversitas Yudharta Pasuruan 08 agustus 2020. Pengaruh *moeslim customer perceived value* dan perilaku *religious* terhadap kepuasan nasabah (Studi kasus pada nasabah Bank Syariah di wilayah provinsi jawa timur).

Persaingan dalam dunia bisnis saat ini semakin ketat. Hal ini juga dirasakan kalangan bisnis perbankan syariah yang memiliki persepsi nilai pelanggan yang lebih baik sehingga dapat memenuhi kepuasan nasabah. Selain itu, perilaku *religious* nasabah mempunyai peranan penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah terhadap produk Bank.

Tujuan penelitian ini ada 3 yaitu : 1) Menganalisis variabel pengaruh moslim customer perceived value terhadap kepuasan nasabah pengguna jasa Bank Syariah. 2) Menganalisis variabel pengaruh perilaku *religious* terhadap kepuasan nasabah pengguna jasa Bank Syariah . 3) Menganalisis variabel pengaruh moslim customer perceived value dan perilaku *religious* secara simultan terhadap kepuasan nasabah pengguna jasa Bank Syariah.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian eksplanatory. Metode pengambilan data dengan teknik survey. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah di wilayah jawa timur dengan jumlah sampel 100. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi berganda.

Kata kunci : moeslim customer perceived value perilaku religious dan kepuasan nasabah.

ABSTRACT

Ilmiyah. *Business Administration Science Study Program, Universitas Yudharta Pasuruan 08 August 2020. The influence of Muslim customer perceived value and religious behavior on customer satisfaction (Case study of Sharia Bank customers in the province of East Java).*

Competition in today's business world is getting tougher. This is also felt by the Islamic banking business, which has a better customer value perception so that it can meet customer satisfaction. In addition, the religious behavior of customers has an important role in increasing customer satisfaction with Bank products.

The objectives of this study are 3, namely: 1) To analyze the influence variable of Muslim customer perceived value on customer satisfaction of Islamic banking service users. 2) Analyzing the influence variable of religious behavior on customer satisfaction of Islamic Bank service users. 3) Analyze the influence variable of Muslim customer perceived value and religious behavior simultaneously on customer satisfaction of users of Islamic banking services.

The type of research used in this research is explanatory research. Methods of data collection with survey techniques. The population and sample in this study were customers of Islamic banks in East Java with a total sample size of 100. The data analysis method used was multiple regression.

Keywords: Muslim Customer Perceived Value, Religious Behavior, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Ilahi Rabbi yang telah meridhoi segala apa yang kami tulis, dan yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah serta inayahnya kepada kami, sehingga kami dapat menyelesaikan laporan tentang **“Pengaruh *Muslim Customer Perceived Value* dan Perilaku Religius Terhadap Kepuasan Nasabah”**. Ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam pembuatan laporan ini, baik dari segi bahasa, susunan kalimat maupun kefahamannya. Oleh karena itu dengan hormat kami menerima segala kritik dan saran dari pembaca agar kami dapat memperbaiki susunan laporan ini. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kami, kesehatan dan kecerdasan untuk berfikir sehingga kami dapat menyelesaikan laporan ini dengan sangat baik
2. Romo K.H. M. Sholeh Bahrudin Selaku Pengasuh Pondok Pesantren Ngalah sekaligus guru besar terhebat atas segala mutiara nasihatnya.
3. Bapak Dr. Kholid Murtadlo, SE, ME selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan
4. Ibu Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta sekaligus Dosen Pembimbing Kami.
5. Ibu Nur Ajizah, S.Sos., M.AB selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.

6. Seluruh Dosen Pengajar Administrasi Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Ibu tercinta, yang telah membuatku semangat dan yang selalu mendukung segala impianku, terimah kasih atas do'a, nasihat, kasih sayang serta pengorbanan yang selama ini beliau berikan, sehingga anakmu ini telah melewati semua proses yang sedang di perjuangkan.
8. Alm ayah tercinta, yang tenang di sana terimah kasih sudah mendidik ku mulai kecil, doakan aku selalu kuat dalam mnghadapi segala proses dan menjadi anak hebat.
9. Kakak-kakaku terimah kasih tanpa kalian tidak akan bisa berproses sampai detik ini.
10. Untuk diya, yang selalu menyemangat untuk peneliti dalam menyelesaikan skripsi
11. Sahabat seperjuanganku lala, evi, tewul, uyin, lihun, bell, nurul, rikza, mukhid dan yoyol yang selalu sering support dan membantu dalam setiap kesulitan.
12. Semua saudaraku di kamar H.01 & H.16 yang selalu menghibur dan memberi semangat.
13. Teman-teman Administrasi Bisnis yang selalu membantu dan memberi dukungan pada peneliti dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
14. Seluruh teman-teman yang tidak dapat disebut satu-persatu, secara tidak langsung membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini baik berupa waktu, tenaga, atau tempat.

Akhir kata kami ucapkan banyak terimakasih semoga laporan ini dapat bermanfaat. Amin

Purwosari, 10 Agustus 2020

Penyusun

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : “Pengaruh *customer moslim perceived value* dan perilaku religious terhadap kepuasan nasabah“ surcey pada nasabah Bank Syariah di wilayah Jawa Timur

Disusun Oleh : Ilmiah

NIM : 201669100025

Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik

Jurusan : Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

di depan tim penguji

Pasuruan, 13 September 2020

Menyetujui,

Kaprodi,

Pembimbing,

(Nur Ajizah, S.Sos., M.AB)

NIP.Y.0691502001

(Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB)

NIP.Y.0691103037

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DIDEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
YUDHARTA PASURUAN, PADA :

HARI : Selasa

TANGGAL : 11 Agustus 2020

JAM : 10.00- selesai

JUDUL : PENGARUH MOESLIM CUSTOMER PERCEIVED VALUE
DAN PERILAKU RELIGIOUS TERHDAPA KEPUASAN
NASABAH

DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI

PENGUJI UTAMA

PENGUJI 1

Dr. Khoirul Huda, SH., M.Hum
NIP. Y 0690601046

Miftahul Huda, M.AB
NIP. Y 0691508056

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik

Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB
NIP. Y 0691103037

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ilmiah
NIM : 20166910025
Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri; bukan merupakan pengambilan alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

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

Pasuruan,

Yang membuat pernyataan,

Materai

Rp. 6000

Ilmiah

MOTTO



SUCCESS IS A JOERNAY NOT
A DESTINATION

~ mich

PERSEMBAHAN...

Skripsi ini ku persembahkan untuk

Alm ayah,ibu dan kakak-kakak ku tercinta,

Love you so much.

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah	5
1.3 Tujuan penelitian	5
1.4 Manfaat penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian teori	7
2.1.1. Pengertian Jasa	7
2.1.2. Perilaku Konsumen Dalam Konteks Jasa	8
2.1.3. Jasa Perbankan	9
2.1.4. Pengertian Nilai Pelanggan	10
2.1.5. Dimensi Nilai Pelanggan	13
2.1.6. Perilaku Religius	15
2.2 Kajian empiris	23
2.3 Hubungan antar variabel	38
2.3.1 Hubungan antara muslim customer perceived religious terhadap kepuasan nasabah	38
2.3.2 Hubungan antara perilaku religi terhadap kepuasan nasabah	39
2.3.3 hubungan antara muslim customer religious dan perilaku religious terhadap kepuasan nasabah	39
2.4 Kerangka konseptual penelitian	40
2.5 Hipotesis Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian	42
3.2 Lokasi Penelitian	42
3.3 Variabel Penelitian dan Pengukuran	42
3.3.1 Variabel dalam penelitian ini menggunakan 2 variabel X sebagai variable bebas (independent) dan 1 variabel Y sebagai variable terikat (dependent).	42
3.3.2 Definisi Operasional	42
3.3.3 Skala Pengukuran	44

3.4	Populasi dan Sampel	45
3.5	Metode pengumpulan data	47
3.6	Teknik Analisis Data	49
3.6.1	Statistik Deskriptif	49
3.6.2	Uji Kualitas Data.....	49
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	50
3.6.4	Uji Regresi Linear Berganda.....	51
3.6.5	Uji Hipotesis	52
BAB IV		56
HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN		56
4.1	Gambaran Umum BANK Syariah.....	56
4.2	Visi dan misi BANK Syariah secara khusus	57
4.3	Gambaran umum BRI Syariah	59
4.4	Gambaran umum mandiri syariah	62
4.5	Gambaran Umum BMT.....	65
4.6	Gambaran Umum Responden	67
4.7	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	73
4.8	Analisis Data	77
4.9	Hasil Analisis Linier Berganda	84
4.10	Hasil Pengujian Hipotesis	85
4.11	Hasil Uji Parsial (Uji T).....	86
4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R square).....	89
4.13	Pembahasan Hasil Penelitian	89
BAB V		94
KESIMPULAN DAN SARAN		94
5.1	Kesimpulan	94
	5.2	Saran 94
DAFTAR PUSTAKA		96
LAMPIRAN-LAMPIRAN		100
CURICULUM VITAE.....		122

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	45
Tabel 3.2 Tabel Skala Libert	47
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	52
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	53
Table 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Umur	71
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Status.....	73
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis pendidikan.....	74
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	76
Tabel 4.7 Hasil Uji Linieritas	78
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden variable moslim customer perceived value	81
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden variable perilaku religious.....	83
Tabel 4.10 Hasil analisis linier berganda	85
Tabel 4.11 Hasil Uji Simultan.....	87
Tabel 4.12 hasil hipotesis 3	87
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 kerangka konseptual kerangka.....	42
Gambar 4.1 Grafik Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Gambar 4.2 Grafik Deskriptif Berdasarkan Usia Responden.....	72
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Status	73
Gambar 4.4 Grafik Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan	74
Gambar 4.5 Grafik Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan	75