

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Eks Karesidenan Surakarta)

Bambang Sriyanto^{1*}, Sumadi²⁾, Muhammad Thoin³⁾
^{1,2,3} Ekonomi Bisnis, Institut Teknologi Bisnis AAS Surakarta
*Email korespondensi: kenzierb002@gmail.com

Abstract

Global technological developments make business competition increasingly competitive. The emergence of competitors in the same industry poses a threat to companies running their business. Ease of access to banking facilities makes it easy for consumers to differentiate the quality of bank services from other banks. For this reason, Islamic banking is competing fiercely to improve the quality of its services so that customer loyalty can be achieved. Facts have been found that customer loyalty can increase competitiveness. The role of customer loyalty is very crucial for companies, many experts examine the important contribution of customer loyalty to companies. The aim of this research is to find out whether service quality (Reliability, Guarantee, Physical Evidence, Empathy and Responsiveness) influences loyalty in Sharia Banks in the Surakarta Residency area. The research method uses quantitative primary data, multiple linear regression analysis approach and the SPSS program. From the test results, the number of respondents for this study was 75 respondents. These findings show that Reliability, Guarantee and physical evidence do not have a significant effect on Loyalty, while Empathy and Responsiveness have a significant effect on Loyalty in the former Surakarta Residency area.

Keywords: Reliability, Guarantee, Physical Evidence, Empathy Responsiveness and Loyalty

Saran sitasi: Sriyanto, B., Sumadi., & Tho'in, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Eks Karesidenan Surakarta). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(03), 2697-2708. Doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.13850>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.13850>

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi menjadikan persaingan bisnis dalam lingkungan global semakin kompetitif dan semakin sulit. Banyaknya bermunculan pesaing baru dalam industri yang sama, menjadi ancaman bagi perusahaan yang sedang menjalankan bisnisnya. Lahirnya perbankan syariah di Indonesia, menjadikan perbankan konvensional semakin meningkatkan kualitas layanannya agar tidak kehilangan pangsa pasarnya. Kemudahan dalam mengakses fasilitas perbankan, menjadikan konsumen dengan mudah membedakan kualitas layanan dari sebuah bank dengan bank lain. Untuk itu, perbankan syariah harus bersaing ketat dalam meningkatkan kualitas layannya agar kepuasan yang berujung pada loyalitas pelanggan dapat tercapai. Loyalitas pelanggan merupakan keadaan yang diharapkan oleh setiap perusahaan, terutama perusahaan jasa seperti perbankan. Tingginya loyalitas pelanggan, dapat

mengindikasikan keberhasilan sebuah perusahaan. Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai keinginan yang kuat dari pelanggan untuk membeli kembali produk atau jasa dan tidak akan berpindah ke perusahaan lain (Oliver, 1999). Pelanggan yang loyal akan selalu melakukan pembelian ulang dikemudian hari, jika mereka membutuhkan produk atau jasa yang sama. Pendapat ini sejalan dengan penelitian Porral & Lang (2015) yang membuktikan bahwa pelanggan yang loyal terhadap sebuah produk, akan berniat untuk membeli ulang produk tersebut di kemudian hari. Secara tidak langsung, loyalitas pelanggan dapat meningkatkan daya saing dari sebuah perusahaan.

Melihat peran loyalitas pelanggan sangat krusial bagi perusahaan, banyak ahli telah memeriksa kontribusi penting loyalitas pelanggan bagi perusahaan (He & Lai, 2014; Martinez et al., 2014; Lee & Lee, 2013). Kepuasan pelanggan merupakan faktor utama dalam membentuk loyalitas pelanggan. Para

ahli telah membuktikan pengaruh positif kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas akan membeli produk yang ditawarkan dan mempengaruhi calon pelanggan lain untuk membeli produk dan jasa dari sebuah perusahaan. Sejalan dengan penelitian Bunker et al. (2013) yang membuktikan bahwa pelanggan yang puas akan menyarankan/berkata positif mengenai perusahaan kepada orang lain/word of mouth (WOM). Oliver, (1980) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai keadaan psikologis yang dirasakan oleh pelanggan terhadap produk berupa barang atau jasa yang ditentukan oleh perbedaan antara harapan yang dimiliki pelanggan dengan pengalaman mengkonsumsi produk atau layanan tersebut. Untuk membentuk kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, perbankan syariah yang merupakan industri jasa, harus meningkatkan kualitas layanannya. Kualitas layanan didefinisikan sebagai sejauh mana layanan sebuah perusahaan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Parasuraman et al., 1985; Parasuraman dll menjelaskan bahwa kualitas layanan dapat diukur dengan lima dimensi (SERVQUAL) yaitu, reliability (kehandalan), assurance (jaminan), tangibles (bukti langsung), empathy (empati) dan responsiveness (daya tanggap). Namun dalam perbankan syariah Othman & Owen (2002) telah menambahkan satu dimensi lagi dari SERVQUAL yaitu compliance (pemenuhan) yang kemudian disingkat menjadi CARTER. Compliance adalah kepatuhan terhadap hukum-hukum dasar dalam bermuamalah. Untuk itu, produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah harus sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah. Penambahan dimensi compliance ini dikarenakan perbankan syariah memiliki keunikan tersendiri dalam melayani nasabahnya.

Kepatuhan perbankan syariah akan prinsip-prinsip bermuamalah yang telah diatur dalam Al-Qurandan Sunnah, menjadikan daya tarik tersendiri bagi nasabahnya. Penelitian mengenai kualitas layanan perbankan syariah belum banyak yang menggunakan compliance dalam mengukur kualitas layanan yang diberikan bank syariah kepada nasabah. Melihat perbankan Syariah merupakan lembaga keuangan yang islami, maka peneliti menganggap compliance merupakan hal yang penting untuk menilai kualitas layanan. Dalam rangka membuat pelanggan mempercayai layanan yang diberikan, maka pelanggan harus merasakan kualitas layanan

sebagai hal yang positif. Dalam hal ini menjelaskan bahwa kepuasan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan (Kehandalan, Jaminan, Bukti Fisik, Empati dan Daya Tanggap) dapat berpengaruh terhadap Loyalitas. pada Bank Umum Syariah di wilayah Karesidenan Surakarta. Metode penelitian menggunakan data primer kuantitatif, pendekatan analisis regresi linier berganda dan program SPSS. Dari hasil pengujian, jumlah responden penelitian ini sebanyak 75 responden.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Populasi dan Sampel

2.1.1. Populasi

Populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek suatu penelitian atau subyek penelitian yang memiliki kualitas serta karakteristik yang dapat diterapkan oleh peneliti nantinya untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah pihak-pihak nasabah atau masyarakat yang terlibat dalam kualitas pelayanan Bank Syariah

2.1.2. Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang akan diteliti oleh seorang peneliti. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan *Random sampling* yaitu jenis pengambilan sampel probabilitas di mana setiap orang di seluruh populasi target memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Penelitian ini mengambil dari data responden nasabah Bank Syariah yang ada di Eks Karesidenan Surakarta.

Sedangkan dalam penentuan jumlah sampel, penelitian ini menggunakan pendapat sugiyono (2017:91) menyarankan tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel dependen dan independent yang diteliti.

Variable penelitian ini ada 6 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 6 = 60$. Artinya penelitian ini minimal ada 70 sampel.

Jumlah sampel penelitian ada 75 sampel responden, artinya memenuhi sampel minimal menurut pendapat Sugiyono diatas.

2.2. Data Penelitian

2.2.1. Jenis dan Sumber Data

Untuk menunjang kelengkapan pembahasan dalam penulisan proposal ini. Penulis memperoleh data yang bersumber dari data primer. Data primer menurut Sugiyono (2017:91) adalah sumber data langsung memberikan data pada pengumpul data. Data yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian ini sebagai dasar untuk menguji hipotesis adalah data yang diperoleh langsung dari subjek yang diteliti. Data ini diperoleh dari, hasil observasi secara langsung, wawancara, penyebaran angket kepada pihak lain.

Data primer diperoleh melalui observasi langsung dan data dari kuesioner yaitu berupa hasil jawaban responden atas kuesioner yang diajukan kepada nasabah Bank. Tujuannya adalah untuk mengetahui pelayanan yang diberikan Bank Syariah di Jawa Tengah kepada nasabahnya.

2.2.2. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik penyebaran kuesioner, peneliti menyebarkan daftar pertanyaan kepada nasabah yang menabung di Bank Syariah daerah Jawa Tengah yang menjadi responden dalam penelitian ini.

Penelitian ini akan diukur dan dijabarkan menggunakan skala likert. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi sangat positif sampai sangat negatif. Adapun pengukuran skala likert. dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) SS = Sangat Setuju diberi Skor 5
- 2) ST = Setuju diberi Skor 4
- 3) N = Netral diberi Skor 3
- 4) TS = Tidak Setuju diberi Skor 2
- 5) STS = Sangat Tidak Setuju diberi Skor 1

2.3. Lokasi dan Waktu Penelitian

2.3.1. Lokasi

Penelitian ini dilakukan diwilayah Jawa Tengah Tepatnya di daerah Eks Karesidenan Surakarta

2.3.2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pertengahan bulan Februari 2024 sampai dengan selesai.

2.4. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan 2 variabel independen dan 1 variabel dependen. Untuk variabel independen yaitu:

2.4.1. Kualitas Pelayanan (X 1-5)

Kualitas pelayanan adalah totalitas pelayanan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Kualitas layanan adalah variabel independen (X) pada penelitian ini. Terdapat lima indikator kualitas layanan ialah sebagai berikut:

- a. Daya Tanggap (Responsiveness): Kecepatan dalam menanggapi kebutuhan nasabah
- b. Keandalan (Reliability): Kehandalan dalam melayani nasabah
- c. Jaminan (Assurance): Keamanan yang dirasakan nasabah
- d. Perhatian (Emphaty): Empati yang didapat nasabah
- e. Kemampuan Fisik (Tangible): Fasilitas yang dimiliki

2.4.2. Loyalitas Nasabah (Y)

Loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan untuk melakukan simpan pinjam pada suatu bank dan merekomendasikannya kepada orang lain untuk memakai produk pada bank tersebut. Loyalitas nasabah adalah variabel dependen (Y) pada penelitian ini. Menurut Sugiyono, variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

2.5. Metode Analisis

2.6. Uji Instrumen

2.6.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Signifikan atau tidaknya penelitian ini dapat dilihat pada kolom atau baris total score, jika pada kolom atau baris tersebut masing-masing total butir pertanyaan mnghasilkan tanda bintang,

Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu ukur dalam melakukan fungsi alat ukurnya. Kriteria yang dipergunakan pada uji validitas sebagai berikut:

- a. Jika $\text{sign } \alpha < 0,05$ maka butir pernyataan tersebut valid
- b. Jika $\text{sign } \alpha < 0,05$ maka butir pernyataan tersebut tidak valid.

2.6.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator

dari variabel atau konstruk. Teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas ini adalah teknik cronbach alpha.

2.6.3. Uji Asumsi Klasik

Hasil uji asumsi klasik dapat digunakan dalam penelitian ini yaitu meliputi; uji Normalitas, Multikolinearitas, Autokorelasi dan Heteroskedastisitas.

2.6.3.1. Uji Normalitas

Uji Normalitas memiliki tujuan mengetahui apakah suatu model regresi variabel pengganggu/residual berdistribusi secara normal atau tidak. Pada umumnya, normalitas suatu variabel dapat dideteksi melalui grafik atau uji statistik (non-parametrik) Kolmogorof-Smirnov (one sample K-S). suatu variabel dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya $> 0,05$ (Ghozali, 2013: 160).

Metode grafik dapat dilakukan dengan melihat grafik histogram dan normal probability plot. Grafik histogram akan membandingkan antara data observasi dengan data distribusi yang mendekati distribusi normal. Sedangkan normal probability-plot akan membandingkan data distribusi kumulatif dari data distribusi normal. Data Distribusi normal membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data residual dan dibandingkan dengan garis diagonal, dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

Jika data yang menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model memenuhi asumsi normalitas.

Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model tidak memenuhi asumsi normalitas.

2.6.3.2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah situasi dimana terdapat korelasi variabel-variabel bebas diantara satu dengan lainnya. Uji multikolinearitas dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode auxiliary regresi antar variabel dependen dalam mendapatkan (r^2) kemudian dibandingkan dengan R^2 persamaan utama (Bawono, 2006: 120).

2.6.3.3. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan suatu hubungan yang terjadi antara anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam rangkaian waktu atau time series. Dalam mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi

dapat dilakukan dengan uji Run test. Jika nilai sign $\alpha > 0,05$ maka data tidak terjadi autokorelasi.

2.6.3.4. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi apabila varian dari variabel pengganggu tidak sama dalam semua observasi. Untuk melihat ada tidaknya gejala penyakit heteroskedastisitas dengan grafik scatterplot, adalah dengan melihat grafik scatterplot antara ZPRED (nilai prediksi variabel dependen) dan SRESID (residualnya). Untuk mendeteksi grafik scatterplot tersebut, adalah dengan melihat pola pergerakan grafik tersebut, kalau polanya beraturan (gelombangnya melebar dan menyempit), hal tersebut cenderung ada gejala penyakit heteroskedastisitas. Tetapi jika polanya tidak beraturan, hal tersebut cenderung tidak ada gejala penyakit heteroskedastisitas.

2.6.4. Pengujian Hipotesis

Teknik analisis yang dipakai dalam penelitian ini ialah teknik analisis regresi linier berganda dalam memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel satu dengan variabel yaang lain. Variabel dependen yang digunakan adalah *Loyalitas Nasabah* dan variabel independennya adalah Rasio Kulaitas Pelayanan. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh atau tidaknya dari variabel independen terhadap variabel dependen maka digunakan model regresi linier berganda atau *multiple linier regression metho*) (Ghozali, 2011: 223). Dari nilai-nilai diatas, dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + er$$

Dimana:

Y	: Loyalitas Nasabah
β_0	: Konstanta
X1	: Realibility (kehandalan)
X2	: Assurance (Jaminan)
X3	: Tangibles (Bukti Fisik)
X4	: Emphaty (Empati)
X5	: Responsivess (Daya Tanggap)
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$: Koefisien X1, X2, X3, X4, dan x5

Pengambilan keputusan atas hipotesis dapat dilihat dari nilai profitabilitas dimasing-masing variabel yang terdapat pada output hasil analisis regresi menggunakan SPSS jika angka signifikansi $< \alpha$ (0,05) maka dikatakan bahwa ada pengaruh antara variable bebas terhadap variabel terikat.

a. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis yang dilakukan secara parsial bertujuan untuk mengetahui pengaruh

setiap masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian tersebut sebagai berikut:

Ho: apabila p-value > 0,05 maka Ho diterima

Ha: apabila p-value < 0,05 maka Ho ditolak

b. Uji Simultan (Uji F) atau Uji ketepatan Model

Dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen secara beersama-sama atau seiring dapat mempengaruhi variabel dependen, jika F hitung < F tabel, maka Ho diterima yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen secara bersama-sama atau seiring (Bawono, 2006: 91).

c. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) adalah yang pada intinya dapat mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan sebuah variabel dependen. Dalam nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai yang lebih kecil berarti kemampuan variabel - variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangatlah terbatas (Ghozali, 2009: 87).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

3.1.1. Deskripsi Data Responden

Deskripsi data responden ini terdiri dari data responden berdasarkan jenis kelamin, data responden berdasarkan umur, data responden berdasarkan pendidikan, data responden berdasarkan pekerjaan, data responden berdasarkan lama menabung dan data responden berdasarkan kabupaten. Berikut hasil data responden:

Tabel 1. Data responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	19	25,3%
2	Perempuan	56	74,5%
		75	100%

Tabel 2. Data responden berdasarkan umur

No	Umur (tahun)	Jumlah	Persentase
1	<20	3	4%
2	20-29	8	10,6%
3	30-39	59	78,6%
4	40-49	5	6,6%
5	>50	0	0%
6	Jumlah	75	100%

Tabel 3. Data responden berdasarkan pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SMA/ sederajat	46	61,3%
2	D1-D3	1	1,33%
3	S1/ Sederajat	27	0,36%
4	S2	1	1,33%
5	S3	0	0%
6	Jumlah	75	100%

Tabel 4. Data responden berdasarkan pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar/mahasiswa	42	56%
2	Wiraswasta	5	6,6%
3	Pegawai Swasta	23	3,06%
4	ASN	0	0
5	Lainnya	5	6,6%
6	Jumlah	75	100%

Tabel 5. Data responden berdasarkan lama menabung

No	Lama Menabung	Jumlah	Persentase
1	<1 Tahun	41	54,6%
2	1-2 Tahun	14	18,6%
3	2-3 tahun	3	4%
4	>3 tahun	17	22,6%
	Jumlah	75	100%

Tabel 6. Data responden berdasarkan kabupaten

No	Kabupaten	Jumlah	Persentase
1	Boyolali	45	60%
2	Karanganyar	14	18,6%
3	Sukoharjo	4	5,3%
4	Klaten	4	5,3%
5	Sragen	4	5,3%
	Wonogiri	0	0%
	Surakarta	4	5,3%
6	Jumlah	75	100%

3.1.2. Hasil Uji Validitas

Berikut hasil uji validitas penelitian ini:

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Kehandalan (Reliability) (X1)

Variabel	Item	Sign α		Ket
Kehandalan (Reliability)	X1.1	0,000	0,05	Valid
	X1.2	0,000	0,05	Valid
	X1.3	0,000	0,05	Valid
	X1.4	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data Pengolahan SPSS 23, (2023)

Berdasarkan Tabel 7, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel Kehandalan (Reliability) status valid, karena semuanya sign α < 0,05.

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Jaminan (Assurance) (X2)

Variabel	Item	Sign α		Ket
Jaminan (Assurance)	X2.1	0,000	0,05	Valid
	X2.2	0,000	0,05	Valid
	X2.3	0,000	0,05	Valid
	X2.4	0,000	0,05	Valid
	X2.5	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data Pengolahan SPSS 23, (2023)

Berdasarkan Tabel 8, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel Jaminan (Assurance) status valid, karena semuanya sign $\alpha < 0,05$.

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Bukti Fisik (Tangible) (X3)

Variabel	Item	Sign α		Ket
Bukti Fisik (Tangible)	X3.1	0,000	0,05	Valid
	X3.2	0,000	0,05	Valid
	X3.3	0,000	0,05	Valid
	X3.4	0,000	0,05	Valid
	X3.5	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data Pengolahan SPSS 23, (2023)

Berdasarkan Tabel 9, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel Bukti Fisik (Tangible) status valid, karena semuanya sign $\alpha < 0,05$.

Tabel 10. Hasil Uji Validitas Empati (Empathy) (X4)

Variabel	Item	Sign α		Ket
Empati (Empathy)	X2.1	0,000	0,05	Valid
	X2.2	0,000	0,05	Valid
	X2.3	0,000	0,05	Valid
	X2.4	0,000	0,05	Valid
	X2.5	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data Pengolahan SPSS 23, (2023)

Berdasarkan Tabel 10, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel Empati (Empathy) status valid, karena semuanya sign $\alpha < 0,05$.

Tabel 11. Hasil Uji Validitas Daya Tanggap (Responsiveness) (X5)

Variabel	Item	Sign α		Ket
Daya Tanggap (Responsiveness)	X5.1	0,000	0,05	Valid
	X5.2	0,000	0,05	Valid
	X5.3	0,000	0,05	Valid
	X5.4	0,000	0,05	Valid
	X5.5	0,000	0,05	Valid
	X5.6	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data Pengolahan SPSS 23, (2023)

Berdasarkan Tabel 11, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel Daya Tanggap (Responsiveness) status valid, karena semuanya sign $\alpha < 0,05$.

Tabel 12. Hasil Uji Validitas Loyalitas (Y)

Variabel	Item	Sign α		Ket
Loyalitas	Y1	0,000	0,05	Valid
	Y2	0,000	0,05	Valid
	Y3	0,000	0,05	Valid
	Y4	0,000	0,05	Valid
	Y5	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data Pengolahan SPSS 23, (2023)

Berdasarkan Tabel 12, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel loyalitas status valid, karena semuanya sign $\alpha < 0,05$

3.1.3. Hasil Uji Reliabilitas

Adapun hasil yang telah diolah peneliti adalah sebagai berikut berikut:

Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Ket
1.	Kehandalan	0,896	Reliabel
2.	Jaminan	0,858	Reliabel
3.	Bukti Fisik	0,895	Reliabel
4.	Empati	0,929	Reliabel
5.	Daya Tanggap	0,927	Reliabel
6.	Loyalitas (Y)	0,885	Reliabel

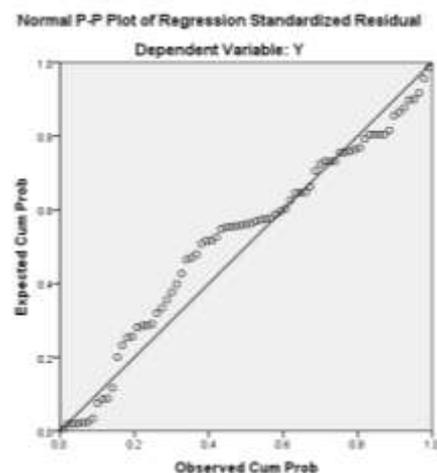
Sumber: Data Pengolahan SPSS 23, (2023)

Berdasarkan tabel 13, dapat diketahui bahwa semua variabel dinyatakan reliabel karena berada diatas *cronbach alpha* $> 0,60$, sehingga dapat dikatakan bahwa item yang digunakan pada tiap-tiap variabel dapat digunakan sebagai alat ukur.

3.1.4. Hasil Uji Asumsi Klasik

3.1.4.1. Hasil Uji Normalitas

Perhatikan Hasil Uji Normalitas P-PLOT berikut:



Grafik 1. Hasil Uji Normalitas

Dari hasil grafik diatas menunjukkan penyebaran titik-titik menyebar pada garis lurus (diagonal), sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data ini berdistribusikan normal.

3.1.4.2. Hasil Uji Multikolinieritas

Perhatikan Hasil Uji Multikolinieritas berikut:

Tabel 14. Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.744	1.620		.459	.648		
X1	.018	.172	.013	.102	.919	.231	4.324
X2	-.007	.150	-.006	-.046	.963	.243	4.115
X3	-.004	.136	-.004	-.030	.976	.257	3.895
X4	.423	.145	.435	2.918	.005	.183	5.476
X5	.393	.150	.439	2.624	.011	.145	6.888

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel 14, dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah, memiliki nilai *tolerance* diatas 0,10 yaitu masing-masing berturut-turut sebesar 0,231; 0,243; 0,257; 0,183; 0,145. Selain itu nilai VIF pada setiap variabel memiliki nilai dibawah 10 yaitu masing-masing sebesar 4.324; 4.115; 3.895; 5.476; 6.888. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas antar variable independen.

3.1.4.3. Hasil Uji Autokorelasi

Hasil uji Run Test adalah sebagai berikut:

Tabel 15. Hasil Uji Autokorelasi Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.32881
Cases < Test Value	37
Cases >= Test Value	38
Total Cases	75
Number of Runs	39
Z	.118
Asymp. Sig. (2-tailed)	.906

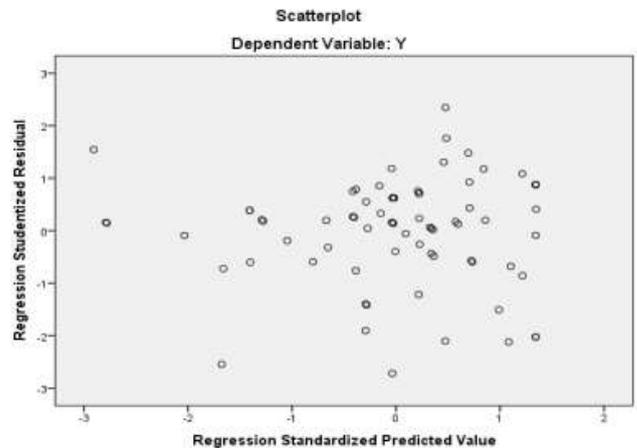
a. Median

Pada tabel 15, dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,906, atau lebih besar dari (>) 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terdapat gejala atau masalah autokorelasi. Sehingga analisis regresi linear dapat dilanjutkan.

3.1.4.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan menggunakan uji

scatterplot diperoleh hasil seperti pada tabel 17 berikut:



Grafik 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah SPSS 25 (2024)

Berdasarkan grafik 2, dapat diketahui bahwa:

- a. Titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0
- b. Titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja
- c. Penyebaran titik-titik tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- d. Penyebaran titik-titik data tidak berpola

Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, hingga model regresi yang baik dan ideal.

3.1.5. Hasil Uji Hipotesis

3.1.5.1. Uji persamaan regresi linier berganda

Hasil Regresi Linear Berganda dan Pengujian Hipotesis, dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 16, Hasil Pengujian Hipotesis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.744	1.620		.459	.648		
Kehandalan (X1)	.018	.172	.013	.102	.919	.231	4.324
Jaminan (X2)	-.007	.150	-.006	-.046	.963	.243	4.115
Bukti Fisik (X3)	-.004	.136	-.004	-.030	.976	.257	3.895
Empaty (X4)	.423	.145	.435	2.918	.005	.183	5.476
Daya Tanggap(X5)	.393	.150	.439	2.624	.011	.145	6.888

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olah Output SPSS 23, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 16, dapat diperoleh model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,744 + 0,018X1 - 0,007X2 - 0,004X3 + 0,423X4 + 0,393X5 + e.$$

Keterangan:

Y : Loyalitas Nasabah

β_0 : Konstanta

X1 : Realibility (kehandalan)

X2 : Assurance (Jaminan)

X3 : Tangibles (Bukti Fisik)

X4 : Emphaty (Empati)

X5 : Responsivess (Daya Tanggap)

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$: Koefisien X1, X2, X3, X4, dan x5

Persamaan diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 0,744 memiliki arti tanpa dipengaruhi oleh variable apapun loyalitas nasabah sebesar 0,744 satuan
- b. Koefisien regresi Kehandalan (X1) sebesar 0,018 memiliki arti jika variable Kehandalan bertambah 1 satuan, maka akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,018 satuan, dengan variable lain dianggap konstan, dan sebaliknya

c. Koefisien regresi Jaminan (X2) sebesar - 0,007 memiliki arti jika variable jaminan bertambah 1 satuan, maka akan menurunkan loyalitas nasabah sebesar 0,007 satuan, dengan variable lain dianggap konstan, dan sebaliknya

d. Koefisien regresi Bukti Fisik (X3) sebesar - 0,004 memiliki arti jika variable bukti fisik bertambah 1 satuan, maka akan menurunkan loyalitas nasabah sebesar 0,004 satuan, dengan variable lain dianggap konstan, dan sebaliknya

e. Koefisien regresi Empati (X4) sebesar 0,423 memiliki arti jika variable empati bertambah 1 satuan, maka akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,423 satuan, dengan variable lain dianggap konstan, dan sebaliknya

f. Koefisien regresi Daya Tanggap (X5) sebesar 0,393 memiliki arti jika variable daya tanggap bertambah 1 satuan, maka akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,393 satuan, dengan variable lain dianggap konstan, dan sebaliknya

3.1.5.2. Uji Parsial (Uji t)

Hasil pengujian uji parsial adalah sebagai berikut:

Tabel 17. Hasil Uji t Secara Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.744	1.620		.459	.648		
Kehandalan (X1)	.018	.172	.013	.102	.919	.231	4.324
Jaminan (X2)	-.007	.150	-.006	-.046	.963	.243	4.115
Bukti Fisik (X3)	-.004	.136	-.004	-.030	.976	.257	3.895
Empaty (X4)	.423	.145	.435	2.918	.005	.183	5.476
Daya Tanggap(X5)	.393	.150	.439	2.624	.011	.145	6.888

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah SPSS 25 (2024)

Berdasarkan tabel 17, maka dapat diketahui sebagai berikut:

- a. Dari tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansi Kehandalan (X1) sebesar $0,919 > 0,005$ artinya sehingga H_{a1} ditolak. Dapat disimpulkan bahwa Kehandalan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Loyalitas.
- b. Dari tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansi Jaminan (X2) sebesar $0,963 > 0,05$ sehingga H_{a2} ditolak. Dapat disimpulkan bahwa Jaminan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Loyalitas.
- c. Dari tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansi Bukti Fisik (X3) sebesar $0,976 > 0,05$ sehingga H_{a3} ditolak. Dapat disimpulkan bahwa Bukti Fisik secara parsial tidak berpengaruh terhadap Loyalitas.
- d. Dari tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansi Empaty (X4) sebesar $0,005 < 0,05$ sehingga H_{a4} diterima. Dapat disimpulkan bahwa Empaty secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas.

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansi Daya Tanggap (X5) sebesar $0,011 < 0,05$ sehingga H_{a5} diterima. Dapat disimpulkan bahwa Daya Tanggap secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas

3.1.5.3. Uji Simultan (Uji F) atau Uji Kelayakan Model

Hasil pengujian uji simultan (uji F) adalah sebagai berikut:

Tabel 18. Hasil Uji Simultan (Uji F) ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	788.726	5	157.745	35.422	.000 ^b
Residual	307.274	69	4.453		
Total	1096.000	74			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X3, X2, X1, X4

Sumber: Data diolah SPSS 25 (2024)

Berdasarkan tabel 18, nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih rendah dibandingkan nilai signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,005$) sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis diterima, variabel Kehandalan, Jaminan, Bukti Fisik, Empaty dan Daya Tanggap, secara simultan berpengaruh terhadap variabel Loyalitas (Y). Uji F ini juga berarti model regresi sudah tepat dan layak digunakan.

3.1.5.4. Uji Koefisien Determinasi R Square (R²)

Hasil uji koefisiensi determinasi dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 19. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	Durbin-Watson
1	.848 ^a	.720	.699	2.11027	.720	35.422	5	69	.000	2.095

a. Predictors: (Constant), X5, X3, X2, X1, X4

b. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah SPSS 25 (2024)

Berdasarkan tabel 19, dapat diketahui bahwa nilai *adjusted R Square* sebesar 0,699 atau 69,9%. Dapat disimpulkan bahwa variabel Kehandalan, Jaminan, Bukti Fisik, Empaty dan Daya Tanggap, berpengaruh 69,9% terhadap Loyalitas. Sedangkan 30,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Pengaruh Kehandalan terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, tabel pada uji t diatas menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,919 > 0,05$ artinya bahwa variabel Kehandalan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas.

Kehandalan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas. yang artinya penurunan maupun peningkatan keandalan karyawan bank syariah tidak mempengaruhi loyalitas nasabah. Hasil ini menolak hipotesis pertama. Tidak berpengaruhnya keandalan terhadap loyalitas dapat disebabkan kondisi responden serta persaingan bank lain yang amat ketat terutama dalam hal mengunggulkan Kehandalan. Bisnis handal belum tentu dapat memenuhi kebutuhan pelanggan secara konsisten dan membangun kepercayaan yang kuat dengan pelanggan, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya. Dalam hal ini sebuah bisnis yang dapat diandalkan yang dapat menangani perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan dengan cepat dan

efektif yaitu dengan membantunya untuk tetap relevan dan kompetitif dalam jangka panjang.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Linus Semar Sinuhaji (2023), bahwa Keandalan berpengaruh terhadap Loyalitas. Tetapi sejalan dengan penelitian Arry Dwi Handoko dan Ronny (2020); Eko Putro Budiyanto (2024); Yurico Novian Yahya (2022) dan Muhammad Aqso dkk (2018), bahwa Keandalan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas.

3.2.2. Pengaruh Jaminan Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, tabel pada uji t tabel di atas menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,963 > 0,05$ artinya bahwa variabel Jaminan tidak berpengaruh Loyalitas.

Hal ini bisa dijelaskan bahwa keamanan dana, kompetensi bank Syariah, dan kredibilitas bank, dan sebagainya terkait indicator variable jaminan belum tentu mempengaruhi nasabah untuk loyal terhadap bank Syariah.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Eko Putro Budiyanto (2024); Yurico Novian Yahya (2022), bahwa Jaminan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas. Namun tidak sejalan dengan penelitian Khusnul Khotimah (2021) dan Muhammad Aqso dkk (2018), bahwa Jaminan berpengaruh terhadap loyalitas.

3.2.3. Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, tabel pada uji t tabel di atas menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,976 > 0,05$ artinya bahwa variabel Bukti Fisik tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.

Hal ini bisa dijelaskan dengan adanya penampilan bersih, rapi, dan sopan, interior yang nyaman, ruang tunggu nyaman dan bersih, peralatan lengkap dan memadai, area parker luas dan aman belum tentu menjadi hal yang diperhatikan nasabah untuk loyal (setia) terhadap bank syariah.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yaitu Ganang Setianto Dan Sri Wartini (2017); Eko Putro Budiyanto (2024); Muhammad Aqso dkk (2018), bahwa bukti fisik tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, namun tidak sejalan dengan penelitian Yurico Novian Yahya (2022), bahwa bukti fisik berpengaruh terhadap loyalitas.

3.2.4. Pengaruh Empaty terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, tabel pada uji t tabel di atas menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$ artinya bahwa variabel Bukti Fisik berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.

Dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa dalam kualitas pelayanan perlu memperhatikan dan meningkatkan empathy dari karyawan. Misalnya karyawan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang bank syariah, bank Syariah memahami kebutuhan secara spesifik dari nasabah, waktu pengoperasioal bank syariah yang nyaman, bak Syariah harus menjaga hubungan baik dengan nasabah dan mitra kerjasama lainnya, memperlakukan nasabah mendapat pelayanan yang sama, dan lain sebagainya. Jika hal tersebut dilakukan, dapat meningkatkan loyalitas nasabah terhadap bank syariah

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yaitu Ganang Setianto Dan Sri Wartini (2017); Eko Putro Budiyanto (2024) dan Yurico Novian Yahya (2022), bahwa Empaty berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, namun tidak sejalan dengan penelitian Muhammad Aqso dkk (2018), bahwa Empaty tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

3.2.5. Pengaruh Daya Tanggap terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, tabel pada uji t tabel di atas menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$ artinya bahwa variabel Daya Tanggap berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.

Hal ini bisa dijelaskan bahwa dalam daya tanggap bank Syariah jika ditingkatkan dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Misalnya pelayanan yang cepat dari karyawan bank Syariah, kesigapan dalam melayani nasabah, bank selalu membantu keluhan nasabah dan memberikan solusi, bank Syariah mampu menanggapi dengan tepat setiap respon nasabah, bank Syariah selalu membarikan informasi jelas dan rinci, bank Syariah memiliki karyawan yang berpengetahuan luas dalam bank Syariah, dan sebagainya. Jika bank Syariah mampu melakukan dan meningkatkan beberapa hal tersebut dapat meningkatkan loyalitas (kesetiaan) nasabah terhadap bank syariah.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yaitu Khusnul Khotimah (2021) dan Yurico Novian Yahya (2022), bahwa Daya Tanggap berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah,

namun tidak sejalan dengan penelitian Muhammad Aqso (2018), bahwa Daya Tanggap tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

4. KESIMPULAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data yang telah dilakukan tentang pengaruh Kehandalan, Jaminan, Bukti Fisik, Empati dan Daya Tanggap terhadap Loyalitas Nasabah yang ada di daerah karesidenan Surakarta, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Kehandalan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah yang ada di daerah karesidenan Surakarta.
- b. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Jaminan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah yang ada di daerah karesidenan Surakarta.
- c. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Bukti Fisik tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah yang ada di daerah karesidenan Surakarta.
- d. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Empati berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah yang ada di daerah karesidenan Surakarta.
- e. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Daya Tanggap berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah yang ada di daerah karesidenan Surakarta.

4.2. Saran

Berdasarkan analisis yang disampaikan maka saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

- a. Semakin banyaknya persaingan bank dalam hal mengunggulkan sarana dan prasarana bank mereka masing-masing untuk menarik loyalitas nasabah, Oleh karena itu diperlukannya faktor lain agar Kehandalan, Jaminan dan Bukti Fisik dapat mempengaruhi loyalitas nasabah, seperti melakukan pembukaan cabang yang meningkat agar proses pengenalan bank lebih terdengar tidak asing bagi kalangan masyarakat serta memberikan fasilitas mudah terjangkau(dekat) dengan lokasi tempat tinggal masyarakat yang secara merata.
- b. Dalam menangani perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan dengan cepat dan efektif yaitu dengan membantunya untuk tetap relevan dan kompetitif dalam jangka panjang.

c. Berdasarkan hasil penelitian ini, perusahaan perbankan syariah perlu meningkatkan implementasi penerapan unsur-unsur komponen yang seharusnya ada dalam indikator Kehandalan, Jaminan, Bukti Fisik, Empati dan Daya Tanggap. Implementasi penerapan kelima variabel tersebut berdampak pada meningkatkan citra perbankan dimata masyarakat, meningkatkan reputasi masyarakat, dan sebagainya.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur yang tak terhingga diucapkan kepada Allah Subhana Wata'ala atas segala nikmat dan ilmu yang telah diberikan. Saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak atas dedikasinya yang telah membantu dalam penyusunan artikel ini dari awal hingga selesai khususnya kepada LPPM ITB AAS Indonesia yang telah menerbitkan artikel ini, semoga Allah Subhana Wata'ala menjadikan ini sebagai amal zariyah bagi kita semua. Penulis berharap mudah-mudahan artikel ini memberikan manfaat dalam dunia Pendidikan dan ekonomi umat khususnya Pendidikan ekonomi syariah.

6. REFERENSI

- Aviliani, R dan Wilfridus, L. 1997. Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan . Usahawan, No.5
- Abosag, I. & Lee, W. (2013). The Formation of Trust And Commitment In Business Relationships In The Middle East: Understanding Et-Moone Relationships. *International Business Review*, 22(3), 602-614
- Abosag, I. & Lee, W. (2013). The Formation of Trust And Commitment In Business Relationships In The Middle East: Understanding Et-Moone Relationships. *International Business Review*, 22(3), 602-614
- Bawono, Anton. 2006. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga press
- Parasuraman et al., (1985). "A conceptual model of service quality and its implications for future research" *Journal of marketing*. Vol. 49
- Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp 12- 37
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2009. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS ". Semarang: UNDIP
- Oliver, Richard L., 1999, "Whence Consumer Loyalty", *Journal of Marketing.*, Volume 63 Special Issue, pp. 33-44
- Lai, I. 2014. The Roles of Value, Satisfaction, and Commitment in the Effect Service Quality on Customer Loyalty in Hongkong Style Restaurant. Vol.56.No.1. *Journal of Cornell Hospitality*, 118-13
- Martinez, F.E. & Hooper, A.J., 2014. Drowning and immersion injury. *Anaesthesia and Intensive Care Medicine*, 15(9), pp.420–423.
- Oliver, R.L. (1980), "A cognitive model of the antecedence and consequences of satisfaction decisions", *Journal of Marketing Research*, Vol. 17, September, pp. 46-9.
- Othman, A. Q., & Owen, L. 2002. Adopting and measuring customer service quality (SQ) in Islamic Banking: A case study in Kuwait finance house. *Internasional Jurnal of Islamic Financial Service*, Vol 3, No. 1, 1-26.
- Porral, C. C., & Lang, M. F. (2015). Private labels: The role of manufacturer identification, brand loyalty and image on purchase intention. *British Food Journal*, Vol. 117 Issue: 2, pp.506-522.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.