

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *BRAND IMAGE* DAN
RELIGIUSITAS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi Pada BSI KC Kendari A Silondae 2)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat meraih gelar Sarjana
Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah

OLEH

ELFINASARI
NIM :18050102053

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KENDARI

2022



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KENDARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jln. Sultan Qaimuddin No. 17 Kelurahan Baruga - Kota Kendari
Telp/Fax (0401) 3193710E-mail iainkendari@yahoo.co.id
Website: <http://iainkendari.ac.id>

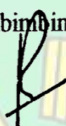
PERSETUJUAN PEMBIMBING


Skripsi dengan judul **“Pengaruh Service Quality, Brand Image dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada BSI KC Kendari A Silonda 2)”**. Atas nama Elfinasari NIM.18050102053, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah (PBS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari, telah dikonsultasikan dan disetujui oleh pembimbing I dan Pembimbing II, untuk selanjutnya siap mengikuti Ujian Munaqasyah

Kendari, Juni 2022

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. H. Rusdin Muhalling, M.El
NIP. 196310292000031001


Muljibr Rahman S.EI, M.E.Sy
NIP.198810082019031005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Sultan Qaimuddin No. 17 Kelurahan Baruga, Kendari Sulawesi Tenggara
Telp/Fax. (0401) 3193710 (tel:(0401) 3193710)/ 3193710 email :
iainkendari@yahoo.co.id website : <http://iainkendari.ac.id>


PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan Judul "Pengaruh Service Quality, Brand Image dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada BSI KC Kendari A. Silondae 2)" yang ditulis oleh ELFINASARI NIM. 18050102053 (tel:18050102053) Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari, telah diuji dan dipresentasikan dalam Skripsi yang diselenggarakan pada hari Rabu tanggal 29 Juni 2022 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar (SE).

Dewan Penguji Skripsi

Ketua	:	Dr. H. Rusdin Muhalling M.El	(..... )
Sekretaris	:	Muljibir Rahman S.El, M.E.Sy.	(..... )
Anggota1	:	Muhammad Imran SE, M.Ak	(..... )
Anggota2	:	Nurjannah S. Kom, M.Pd,	(..... )

Kendari, 15 Juli 2022
&Dekan


Dr. H. Rusdin Muhalling M.El
NIP. 196310292000031004

Visi Program Studi Perbankan Syariah (PBS) :

"Menjadi program studi unggul dalam pengembangan ilmu perbankan syariah yang transdisipliner"

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa segala informasi dalam skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Service Quality*, *Brand Image* dan Relegiusitas Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada BSI KC Kendari A Silondae 2)” melalui pembimbing Dr. H. Rusdin Muhalling, M.EI dan Muljibir Rahman, S.EI, M.E.Sy., yang telah memberikan arahan sesuai dengan pedoman keilmuan dan kode etik IAIN Kendari. Saya menyatakan yang sebenar-benarnya bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak ada karya yang sudah diajukan sebelumnya untuk mendapatkan sertifikasi empat tahun di perguruan tinggi. Semua sumber referensi yang digunakan dalam skripsi ini telah direferensikan dalam daftar Pustaka. Dengan penuh perhatian, skripsi ini saya kerjakan dan selesaikan sendiri. Jika kemudian terbukti bahwa skripsi ini adalah Salinan, pemalsuan, peniruan, yang dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau tingkat tertentu, maka skripsi dan judul yang diperoleh selanjutnya menjadi tidak sah dan batal.

Kendari, 09 Juni 2022

Penulis

Elfinasari
ELFINASARI
NIM. 18050102053

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Institut Agama Islam Negeri Kendari, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elfinasari
NIM : 18050102053
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Kendari **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*nonexclusive royalty-free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

“Pengaruh *Service Quality*, *Brand Image* dan Relegiusitas Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada BSI KC Kendari A Silondae 2)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Kendari berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Kendari, 09 Juni 2022

Yang menyatakan,



ELFINASARI
NIM. 18050102053

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin puji syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Yang selalu mencurahkan rahmat dan hidayahnya, dan kepada-Nya kami memohon bantuan atas segala urusan duniawi dan agama, sholawat dan salam penulis panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, serta seluruh keluarga dan sahabatnya.

Penulisan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Service Quality*, *Brand Image* Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada BSI KC Kendari A Silondae 2)”** ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari.

Dalam penyusunan skripsi ini terdapat berbagai kendala yang dihadapi. Namun segala proses tersebut dapat dijalani dengan bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan partisipasi aktif dari semua pihak berupa saran dan kritik yang bersifat membangun demi penyempurnaannya.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan kontribusi, yakni : Ayah saya dan ibu serta saudara saya yang telah membantu baik moral maupun materil dengan iringan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan hasil ini. Serta terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak terkait, yakni :

1. Prof. Dr. Faizah Binti Awad, M.Pd. Selaku Rektor IAIN Kendari yang telah memberikan arahan dan pembinaan guna keberhasilan studi penulis.
2. Dr. H. Rusdin Muhalling, M.EI Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari yang telah memberikan dukungan.
3. Nurjannah S. Kom, M. Pd, selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri (IAIN) Kendari yang senantiasa memberikan Motivasi, nasehat serta saran Kepada penulis.
4. Pembimbing I Dr. H. Rusdin Muhalling, M.EI dan Pembimbing II Bapak Muljibir Rahman S.EI, M.E.Sy yang telah bersedia membimbing dalam penyusunan Skripsi.
5. Penguji I Muhammad Imran S.E, M. Ak dan Penguji II Ibu Nurjannah S. Kom, M. Pd yang telah menguji sekaligus memberikan arahan dalam penyusunan Skripsi.
6. Kepada seluruh dosen dan tenaga kerja kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN kendari yang ramah dan cekatan dalam melayani setiap keluhan penulis dalam menyelesaikan Skripsi.
7. Seluruh staf Fakultas Ekonomi dan bisnis islam yang telah melayani setiap keperluan penulis dalam menyelesaikan Skripsi.
8. Kepada kepala perpustakaan IAIN Kendari yang telah menyediakan fasilitas studi perpustakaan.

9. Kepada sahabat saya Andi Sherina Riadja yang sudah memotivasi, mensupport, dan selalu memberikan semangat.
10. Kepada teman saya Nur Ana febrianti, Muhammad Abkur Anggarullah dan beserta seluruh angkatan 2018 Program Studi Perbankan Syariah yang selalu mendoakan dan memberi semangat serta memberikan bantuan kepada penulis dalam penyusunan hasil penelitian ini. Terimakasih untuk kebersamaannya.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmatnya kepada kita semua. Dengan segala kerendahan hati dan senantiasa mengharapkan Ridhanya karena hanya kepada-Nya lah tempat kembalinya segala sesuatu. Akhir kata, meskipun telah bekerja dengan semaksimal mungkin, hasil penelitian ini tentunya tidak luput dari kekurangan. Harapan penulis kiranya Skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca dan diri pribadi penulis.

Kendari, Juni 2022

Penulis,



Elfinasari

NIM. 18050102053

ABSTRAK

Elfinasari, NIM :18050102053. Pengaruh Service Quality, Brand Image dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Pelanggan BSI (Studi Pada BSI KC Kendari A Silondae 2), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Kendari, Dibimbing Oleh: Dr. H. Rusdin Muhalling, M.EI dan Muljibir Rahman S.EI, M.E.Sy

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *pengaruh Service Quality, Brand Image* dan Religiusitas terhadap Loyalitas Pelanggan BSI (Studi pada BSI KC Kendari A Silondae 2). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer kuesioner.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena bertujuan untuk mengkonfirmasi data yang didapatkan di lapangan dengan teori yang ada. Sampel diperoleh sebanyak 97 responden nasabah BSI dengan teknik *Purposive sampling*. Sedangkan untuk teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner, dokumentasi dan studi pustaka. Data diolah menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis menggunakan program IBM SPSS 26 for windows.

Dari hasil pengolahan data tersebut menunjukkan bahwa *Service Quality* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan BSI yang ditunjukkan dengan besarnya nilai t test sebesar $-0,838 < 1,986$. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan BSI sebesar $6,094 > 1,986$. Selanjutnya Religiusitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan BSI sebesar $1,148 < 1,986$. Dengan hasil uji t tersebut menunjukkan bahwa variabel *Brand Image* menjadi variabel yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan BSI KC Kendari A Silondae 2, sedangkan untuk uji f test semua variabel yang berada pada rumusan masalah berpengaruh secara simultan baik perantar variabel maupun keseluruhan variabel.

Kata Kunci : *Service Quality, Brand Image*, Religiusitas, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Elfinasari, NIM:18050102053. The Influence of Service Quality, Brand Image, and Religiosity on Customer Loyalty of BSI (Study at BSI KC Kendari A Silondae 2), Faculty Of Economics and Islamic Business, Kendari State Islamic Institut, Supervised by: Dr. H. Rusdin Muhalling, M.EI and Muljibir Rahman S.EI, M.E.Sy

This study aims to determine the effect of Service Quality, Brand Image, and religiosity on customer loyalty BSI (Study at BSI KC Kendari A Silondae 2). The sources of data used in this study are primary data questionnaires.

This study uses quantitative methods because it aims to confirm the data obtained in the field with existing theories. The sample was obtained from as many as 97 respondents from BSI customers with the purposive sampling technique. Meanwhile, the data collection technique was carried out using the questionnaire, documentation, and literature study methods. The data was processed using a validity test, reliability test, classical assumption test, and hypothesis testing using IBM SPSS 26 for the windows program.

From the results of data processing, it shows that Service Quality has no significant effect on the BSI customer loyalty variable, which is indicated by the magnitude of the t-test value of $-0.838 < 1.986$. Brand Image has a positive and significant effect on BSI customer loyalty of $6,094 > 1,986$. Furthermore, religiosity has no positive and significant effect on BSI customer loyalty of $1.148 < 1.986$. The results of the t-test show that the Brand Image variable is a variable that affects Customer Loyalty at BSI KC Kendari A Silondae 2, while for the f test, all variables in the problem formulation have a simultaneous effect on both intermediary variables and all variables.

Keywords: Service Quality, Brand Image, Religiosity, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	9
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Definisi Operasional.....	11
1.7 Sistematika Pembahasan	12
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Relevan.....	14
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Teori Tindakan Beralasan (<i>Theory of Reasoned Action</i>)	18

2.2.2 Teori Perilaku Terencana (<i>Theory Plan Behavior</i>).....	19
2.2.3 Teori Perilaku Konsumen	21
2.2.4 Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>).....	26
2.2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)	26
2.2.4.2 Prinsip Kualitas Pelayanan	27
2.2.4.3 Strategi Kualitas Pelayanan	28
2.2.4.4 Indikator Kualitas Pelayanan	30
2.2.5 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	32
2.2.5.1 Pengertian Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	32
2.2.5.2 Strategi Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	33
2.2.5.3 Indikator Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	34
2.2.6 Religiusitas	36
2.2.6.1 Pengertian Religiusitas	36
2.2.6.2 Prinsip Religiusitas	38
2.2.6.3 Indikator Religiusitas	41
2.2.7 Loyalitas Pelanggan	42
2.2.7.1 Definisi Loyalitas Pelanggan	42
2.2.7.2 Jenis-Jenis Loyalitas	43
2.2.7.3 Tahapan Loyalitas	44
2.2.7.4 Pengukuran Loyalitas	46
2.2.7.5 Indikator Loyalitas	47
2.2.8 Kerangka Pikir.....	49
2.2.9 Hipotesis.....	50

BAB III.....	55
METODOLOGI PENELITIAN	55
3.1 Jenis Penelitian	55
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	55

3.3 Populasi dan Sampel	56
3.4 Data dan Sumber Data.....	58
3.5 Variabel dan Desain Penelitian	59
3.6 Teknik Pengumpulan Data	60
3.7 Teknik Analisis Data	62
3.7.1 Analisis Kuantitatif	62
3.7.1.1 Uji Validitas.....	62
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	62
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	63
3.7.2.1 Uji Normalitas	63
3.7.2.2 Uji Multikolenioritas	64
3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas	65
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	66
3.7.4 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	67
3.7.5 Uji Hipotesis.....	68
3.7.5.1 Uji T.....	68
3.7.5.2 Uji F.....	68
3.8 Instrumen Penelitian.....	69
BAB IV	70
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	70
4.1.1 Sejarah Bank Syariah Indonesia (BSI).....	70
4.1.2 Visi dan Misi BSI KC Kendari A Silondae 2	71
4.2 Karakteristik Responden	72
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	76
4.3.1 Service Quality.....	76
4.3.2 Brand Image	78
4.3.3 Religiusitas	80

4.3.4	Loyalitas Pelanggan	81
4.4	Uji Kualitas Data	83
4.4.1	Uji Validitas	83
4.4.2	Uji Reliabilitas	87
4.5	Uji Asumsi Klasik	89
4.5.1	Uji Normalitas	89
4.5.2	Uji Multikolenioritas	91
4.5.3	Uji Heterokedastisitas	93
4.6	Uji Regresi Linear Berganda	96
4.7	Koefisien Determinan (R^2)	98
4.8	Uji Hipotesis	100
4.8.1	Uji T	100
4.8.2	Uji F	103
4.9	Pembahasan Hasil Penelitian	104
BAB V	112
PENUTUP	112
A.	Kesimpulan	112
B.	Saran	113
C.	Bagi Peneliti Selanjutnya	113
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN	127

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Halaman
1	Deskripsi Variabel Laten Service Quality.....	77
2	Deskripsi Variabel Laten Brand Image.....	78
3	Deskripsi Variabel Laten Religiusitas.....	80
4	Deskripsi Variabel Laten Loyalitas Pelanggan	82
5	Hasil Uji Validitas X1.....	84
6	Hasil Uji Validitas X2.....	85
7	Hasil Uji Validitas X3.....	86
8	Hasil Uji Validitas Y.....	87
9	Hasil Uji Reliabilitas.....	88
10	Hasil Uji Normalitas.....	90
11	Hasil Uji Multikolinieritas.....	93
12	Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser.....	95
13	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	97
14	Koefisien Determinan R^2	99
15	Hasil Uji T.....	101
16	Hasil Uji F.....	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Halaman
1	Kerangka Pikir.....	49
2	Jenis Kelamin Responden	72
3	Usia Responden.....	73
4	Pekerjaan Responden	74
5	Domisili Responden	75
6	Uji Normalitas P- Plot.....	91
7	Uji Heterokedastisitas Scatterplot	94

