

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN  
KEUNGGULAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS  
NASABAH  
PADA PT. PEGADAIAN SYARIAH UNIT  
PANGKALPINANG**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh:**

**NAMA : AMBAR LESTARI**

**NIM : 302 12 11 006**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
2016**



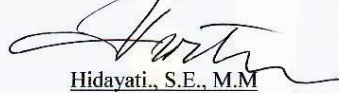


UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN

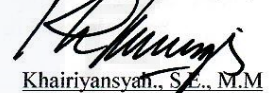
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : AMBAR LESTARI  
NIM : 302 12 11 006  
Jurusan : Manajemen  
Judul Usulan Penelitian : Pengaruh *Relationship marketing* dan Keunggulan Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pangkalpinang

Pembimbing Utama

  
Hidayati, S.E., M.M  
NP. 506306010

Pembimbing Pendamping

  
Khairiyansyah, S.E., M.M  
NIP. 197903152012121005

Balun Ijuk, 15 Agustus 2016  
Ketua Jurusan Manajemen

  
Maya Yushita, S.E., M.Si  
NIP. 198605082014042001



**PENGESAHAN SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN KEUNGGULAN  
PRODUK TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. PEGADAIAN  
SYARIAH UNIT PANGKALPINANG**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh: **Ambar lestari**  
Nomor Induk Mahasiswa: **302 1211 006**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 8 Agustus 2016 dan  
telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

**Tim Penguji**

Ketua

Hidayati, S.E., M.M  
NP. 506306010

Anggota

Dian Prihardini, S.E., M.M  
NIP. 198207222014042002

Anggota

H. Sumar Toyib, S.E., M.M  
NP. 506808015

Balun Ijuk, 15 Agustus 2016  
Universitas Bangka Belitung  
Fakultas Ekonomi  
Jurusan Manajemen

Dekan

Dr. Reniati, S.E., M.Si.  
NP. 507206007

Ketua Jurusan Manajemen

Maya Yusnita, S.E., M.Si  
NIP. 198605082014042001

#### PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul **“Pengaruh Relationship Marketing dan Keunggulan Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pangkalpinang”** ini, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Pangkalpinang, Agustus 2016

Penulis



Ambar Lestari



## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

Barang siapa yang menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu, maka Allah memudahkannya mendapat jalan ke surga. ( H.R Muslim)

Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang berilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan

(Al-Mujadillah:11)

Jadikanlah ilmu berguna bagi diri sendiri dan orang lain

Selalu ada harapan bagi mereka yang berdoa, dan selalu ada jalan bagi mereka yang berusaha...

### PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan:

1. Kepada sang pencipta Allah swt yang telah menuntun jalan saya untuk mengenal arti sebuah perjuangan, tantangan, kerja keras dan pelajaran dalam kehidupan serta selalu memberikan kemudahan disetiap kesulitan yang saya hadapi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dengan penuh cinta dan kasih sayang untuk kedua orangtuaku

"Sumardi dan Ady yanti", terimakasih yang setulus-tulusnya atas semua keikhlasan doa yang terus dipanjatkan untukku, dukungan yang memotivasiku, nasehat yang menuntun jalanku, kalian adalah inspirasiku, penguat hidupku. Semua yang telah kalian lakukan mungkin takkan pernah terbalas sepadan dengan apa yang ku lakukan, ku hanya berusaha membahagiakan kalian, memberikan yang terbaik dengan nilai studi ini, selalu ku panjatkan do'a untuk kalian agar sehat selalu, agar kelak ku bisa membahagiakan kalian.

3. Untuk kakak-kakak ku **"Mamik utami dan Retno Pratiwi"**, terimakasih kalian sumber semangat dan motivasi skripsi ini.
4. Untuk keluarga besarku terimakasih untuk segala masukan, kesediaan waktu yang diberikan ketika saya mengalami kesulitan, dengan semangat dari kalian maka penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
5. Untuk pembimbingku **"Hidayati S.E.,M.M."** dan **"Khairiyansyah S.E.,M.M"**, terimakasih untuk segala masukan, kesediaan waktu yang diberikan ketika saya mengalami kesulitan, terimakasih untuk semua dukungan yang tak henti diberikan dan keyakinan bahwa penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
6. Untuk sahabat-sahabat seperjuanganku **"Kelas MN1"** angkatan 20112 terimakasih untuk waktu dan kebersamaannya, terus semangat meraih mimpi dan cita-cita untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk sahabat dan teman terbaik Febriansyah, Siska marcelawati, Said rahman hidayat, yurika aramti, alif primadiyansyah dini anggraini, irmawati, windi agustiar, mauhdy anantama dan veni wahyuni serta sahabat-sahabat ku *lainnya* terima kasih atas support

kalian bahwa penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

8. Untuk Almamaterku tercinta Universitas Bangka Belitung yang menjadi kebanggaanku dalam perjuangan di masa perkuliahan.





## **ABSTRACT**

*Ambar Lestari 302 12 11 006 The Effect Of Relationship Marketing and Excellent Product to Customer Loyalty in PT. Pegadaian Syariah Unit Pangkalpinang.*

*Pegadaian Syariah (Islamic fiduciary) is one of non-bank financial institutions provide financial services based on syariah (Islamic Law) as a financial service provider alternative to solve middle and low society needs.*

*Things research is a descriptive quantitative research with 226 respondents as a sample by using nonprobability sampling method with accidental sampling technique. In this research, the free variables consist of relationship marketing and excellent product. The bound variable is customer loyalty. The data was analyzed by descriptive statistical analysis, verivicative analysis with instrument test used classical assumption test and multiple regression t and f tests.*

*The result showed that free variable have affected customer loyalty significantly. The result og f test  $F_{value} (203,938) > from f_{table} (3,030116)$ , with significance  $(0.00) < from alpha$  on level 5% or 0,05. So that  $H_1$  was accepted and  $H_0$  was rejected . Coefficient of determination (Adjusted R square) is 0.608 or 60,8% , the effect of variable X to variable Y is 60,8%. Meanwhile Ttes varable  $X_1 t_{value} 4,507 > t_{table} 1,90690$  is it effected positivity to Y (bounded) significantly, variable  $X_2 t_{value} 8,181 > t_{table} 1,9690$  it is effected to valuable Y (it is effected variable Y (bounded) significantly).*

**Keywords : Relationship Marketing, Excellent Product and Customer Loyalty**

## ABSTRAK

### **Ambar Iestari. 302 12 11 006. Pengaruh *Relationship Marketing* Dan Keunggulan Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pangkalpinang. Fakultas ekonomi**

Pegadaian Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan bukan bank yang selama ini menyalurkan bantuan dana pinjaman berdasarkan syariat islam, tampil sebagai alternatif penyandang dana untuk mengatasi kebutuhan masyarakat kecil dan menengah.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jumlah sampel sebanyak 266 responden, dengan menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik pengambilan sampling *accidental sampling*. Pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri dari *relationship marketing* dan keunggulan produk. Sedangkan untuk variabel terikatnya loyalitas nasabah. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, analisis inferensial dengan pengujian instrument menggunakan uji asumsi klasik metode analisis data menggunakan regresi berganda dengan uji f dan uji t

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas *relationship marketing* dan keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Seperti hasil dari perhitungan uji f bahwa  $f_{hitung} (203,938) >$  dari  $f_{tabel} (3,030116)$ , dengan signifikansi  $(0,00) <$  dari alpha pada taraf 5% atau 0,05. Sehingga  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Sedangkan Koefisien determinan (Adjusted Rsquare) sebesar 0,608 atau 60,8%, maka pengaruh variabel X secara serentak terhadap variabel Y sebesar 60,8%. Sedangkan uji T diketahui variabel  $X_1$   $t_{hitung} 4,507 >$   $t_{tabel} 1,9690$  maka dikatakan variabel ini berpengaruh secara signifikan dan kearah positif terhadap variabel Y(terikat), variabel  $X_2$   $t_{hitung} 8,181 >$   $t_{tabel} 1,9690$  maka dikatakan variabel ini berpengaruh secara signifikan dan kearah positif terhadap variabel Y(terikat).

Kata Kunci : *Relationship Marketing*, Keunggulan produk dan Loyalitas Nasabah

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan rasa puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena atas segala rahmat dan karunia-Nya jualah akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Bangka Belitung.

Skripsi ini berjudul “Pengaruh *Relationship Marketing* Dan Keunggulan Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pangkalpinang.”, dengan menyadari segala keterbatasan atas kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki, maka dalam penyusunan skripsi ini juga tidak terlepas dari kekurangan-kekurangan, baik itu dalam isi/materi atau susunan kalimat, untuk itu penulis mohon dimaklumi atas kekurangan-kekurangan tersebut, serta segala saran dan kritik maupun masukan lainnya dari semua pihak akan penulis terima dengan senang hati demi perbaikan skripsi ini kearah yang lebih sempurna.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih serta penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu serta membimbing penulis, sehingga penyusunan skripsi ini tepat waktu, yaitu:

1. Bapak. Dr. Ir. Muh. Yusuf, M.Si, selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Ibu Dr. Reniati, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung
3. Bapak Khairiyansyah, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan, serta Pembimbing akademik MN 1 angkatan 2012 dan dosen Pembimbing II yang telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Maya Yusnita, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
5. Ibu Hidayati, S.E., M.M, selaku dosen Pembimbing I yang telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staf Akademik pada Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung, khususnya jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga bagi penulis.
7. Pengelola UPS Pegadaian Syariah Pangkalpinang Bapak Tommy Zulhardi yang telah memberikan izin Penulis melakukan penelitian serta para pegawai PT. Pegadaian Syariah Unit Pangkalpinang yang telah memberikan data serta informasi mengenai penelitian ini.

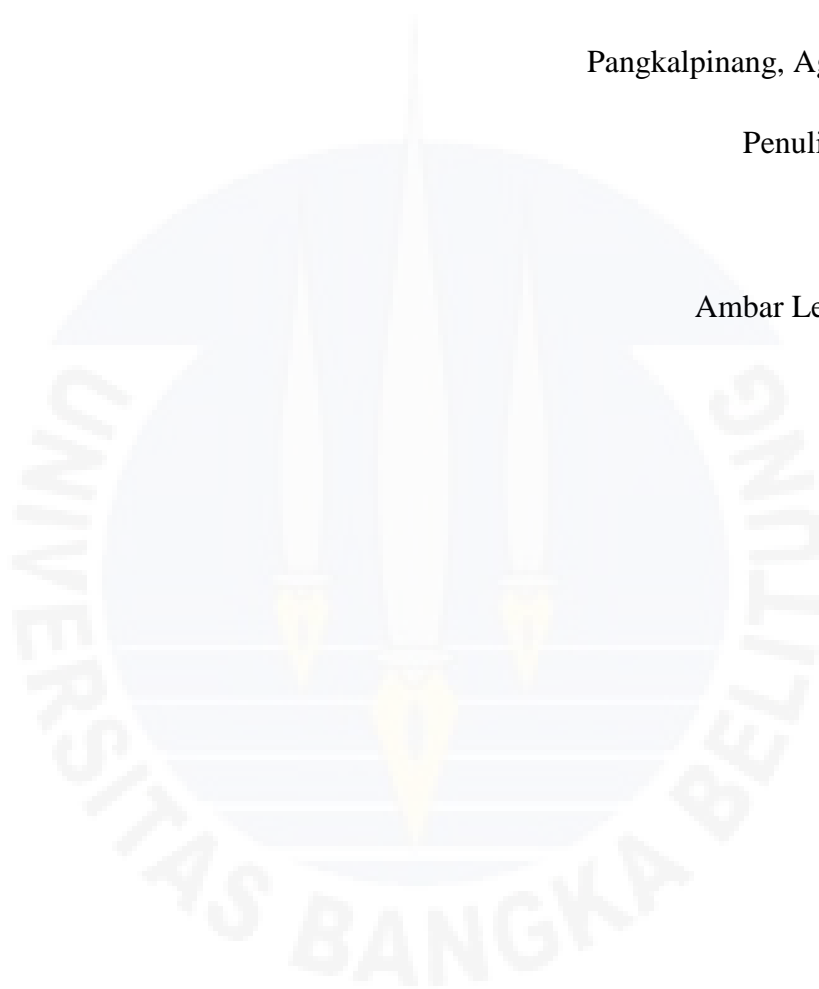
Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah khasanah pengetahuan kita dan semoga

Universitas Bangka Belitung ini dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan sehingga dapat membangun peradaban bagi Provinsi Bangka Belitung.

Pangkalpinang, Agustus 2016

Penulis

Ambar Lestari



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
1.1   Latar Belakang.....	1
1.2   Rumusan Masalah.....	12
1.3   Batasan Masalah .....	12
1.4   Tujuan Penelitian .....	13
1.5   Manfaat Penelitian .....	13
1.6   Sistematika Penulisan .....	14
<b>BAB II    LANDASAN TEORI</b>	
2.1   Pengertian Manajemen .....	16
2.1.1   Manajemen Pemasaran .....	16
2.1.2   Pengertian Pemasaran .....	16
2.2   Pegadaian .....	21
2.2.1   Pengertian Pegadaian .....	21
2.2.2   Pengertian Pegadaian Syariah.....	22
2.2.3   Produk Pegadaian Syariah .....	22
2.3 <i>Relationship Marketing</i> ( Hubungan Pemasaran).....	22
2.3.1   Pengertian <i>Relationship Marketing</i> .....	22
2.3.2   Tujuan <i>Relationship Marketing</i> .....	24
2.3.3   Konsep <i>Relationship Marketing</i> .....	24
2.3.4   Dimensi <i>Relationship Marketing</i> .....	27
2.4   Keunggulan Produk .....	28
2.4.1   Pengertian Produk.....	28
2.4.2   Pengertian Keunggulan Produk .....	32
2.4.3   Tingkatan Produk.....	33
2.5   Loyalitas Pelanggan.....	35
2.5.1   Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	35

2.5.2	Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	36
2.5.3	Merancang dan Menciptakan Loyalitas.....	36
2.5.4	Tahap Loyalitas Pelanggan.....	38
2.5.5	Dua belas Hukum <i>Loyalty</i> .....	39
2.6	Penelitian Terdahulu.....	42
2.7	Kerangka Pemikiran .....	44
2.7.1	Hubungan <i>Relationship Marketin</i> , Keunggulan Produk dan Loyalitas Pelanggan .....	46
2.7.2	Hubungan antara <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	46
2.7.3	Hubungan antara Keunggulan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	47
2.7.4	Hubungan antara <i>Relationship Marketing</i> dan Keunggulan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan .	49
2.8	Hipotesis .....	50
 <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Pendekatan Penelitian .....	51
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian.....	51
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	52
3.3.1	Populasi.....	52
3.3.2	Sampel.....	52
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.5	Jenis dan Sumber Data .....	54
3.6	Variabel Penelitian.....	55
3.7	Definisi Operasional Variabel .....	56
3.8	Pengukuran Variabel .....	59
3.9	Teknik Analisis Data .....	60
3.9.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	60
3.9.2	Analisis Verifikatif.....	60
3.9.3	Uji Asumsi Klasik.....	61
3.9.4	Analisis Regresi Linier Berganda .....	64
3.9.5	Uji Hipotesis .....	64
3.10	Koefisien Determinasi.....	66
3.10	Koefisien Determinasi.....	66
3.10	Koefisien Determinasi.....	66
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Gambaran Umum Pegadaian .....	68
4.1.1	Sejarah Singkat Pegadaian Syariah .....	68

4.2	Produk Pegadaian Syariah .....	71
4.2.1	Produk Mulia .....	71
4.2.2	RHAN .....	73
4.2.3	ARRUM .....	74
4.2.1	Produk Mulia .....	71
4.3	Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Unit Pangkalpinang	77
4.4	Hasil Deskriptif Penelitian .....	77
4.4.1	Hasil Deskriptif Karakteristik Responden .....	77
4.4.2	Hasil Deskriptif Karakteristik .....	82
4.4.3	Rekapitulasi Deskriptif variabel .....	109
4.5	Uji Validitas .....	110
4.6	Uji Reliabilitas .....	112
4.7	Uji Asumsi Klasik .....	113
4.7.1	Uji Normalitas .....	113
4.7.2	Uji Heterokedastisitas .....	115
4.7.3	Uji Multikoloniaritas .....	116
4.8	Uji Regresi Linear Berganda .....	117
4.9	Pengujian Hipotesis .....	118
4.10	Koefisien Determinai .....	122
4.11	Pembahasan Hasil .....	123
4.11.1	Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Pegadaian Syariah Mandiri Unit Pangkalpinang .....	123
4.11.2	Pengaruh Keunggulan Produk Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Pegadaian Syariah Mandiri Unit Pangkalpinang .....	124
4.11.3	Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> dan Keunggulan Produk Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Pegadaian Syariah Mandiri Unit Pangkalpinang .....	124
 <b>BAB V PENUTUP</b>		
5.1	Kesimpulan .....	126
5.2	Saran .....	127
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>128</b>
<b>LAMPIRAN</b>		



## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Data Jumlah Nasabah Aktif PT. Pegadaian Syariah Unit Pangkalpinang 31 Januari – 31 Desember 2015 .....	6
Tabel I.2	Data Produk PT. Pegadaian Syariah Unit Pangkalpinang.....	8
Tabel I.3	Data Pra Survey Terhadap 30 Nasabah PT. Pegadaian Syariah Unit Pangkalpinang .....	10
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel III.1	Definisi Operasional.....	57
Tabel IV.1	Pembiayaan Logam Mulia .....	72
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	78
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	78
Tabel IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	79
Tabel IV.5	Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Pekerjaan .....	80
Tabel IV.6	Tanggapan Responden Atas Ketergantungan Kedua Belah Pihak .....	82
Tabel IV.8	Tanggapan Responden Atas Kepedulian Kepada Nasabah .....	84
Tabel IV.9	Tanggapan Responden Atas Memperhatikan dan Mengatasi Masalah yang Di Hadapi .....	84
Tabel IV.10	Tanggapan Responden Atas Keuntungan Yang Diterima Perusahaan dan nasabah.....	85
Tabel IV.11	Tanggapan Responden Atas Hubungan Dapat Untuk saling Memberi Dan Menerima .....	86
Tabel IV.10	Tanggapan Responden Atas Keuntungan Yang Diterima Perusahaan dan nasabah.....	85
Tabel IV.11	Tanggapan Responden Atas Hubungan Dapat Untuk saling Memberi Dan Menerima .....	86
Tabel IV.12	Tanggapan Responden Atas Menciptakan Rasa Percaya.....	87
Tabel IV.13	Tanggapan Responden Atas Menciptakan Komitmen Yang Kuat .....	88
Tabel IV.14	Rata-Rata Penilaian Nasabah Terhadap <i>Relationship Marketing</i> .....	89
Tabel IV.15	Tanggapan Responden Atas Produk Sesuai dengan Harapan..	89
Tabel IV.14	Rata-Rata Penilaian Nasabah Terhadap <i>Relationship Marketing</i> .....	89
Tabel IV.16	Tanggapan Responden Atas Ketetapan Produk.....	90
Tabel IV.17	Tanggapan Responden Atas Produk yang Memuaskan.....	91

Tabel IV.18	Tanggapan Responden Atas Keandalan Dalam Proses Layanan .....	92
Tabel IV.19	Tanggapan Responden Atas JAngka Waktu Pembayaran .....	92
Tabel IV.20	Tanggapan Responden Atas Waktu Penggunaan Produk .....	93
Tabel IV.21	Tanggapan Responden Atas Kecepatan Layanan .....	94
Tabel IV.22	Tanggapan Responden Atas Penejelasan Karyawan akan Produknya .....	95
Tabel IV.23	Tanggapan Responden Atas Keistimewaan Produk .....	95
Tabel IV.24	Tanggapan Responden Atas Kinerja Produk .....	96
Tabel IV.25	Tanggapan Responden Atas Produk Pelengkap .....	97
Tabel IV.26	Tanggapan Responden Atas Ketertarikan Nasabah Terhadap Produk .....	98
Tabel IV.27	Tanggapan Responden Atas Kualitas Produk .....	98
Tabel IV.28	Tanggapan Responden Atas Kesan Penggunaan Produk .....	99
Tabel IV.29	Tanggapan Responden Atas Keistimewaan Produk .....	100
Tabel IV.30	Tanggapan Responden Atas Ketepatan Dalam Memenuhi Janji .....	101
Tabel IV.31	Rata-rata Penilaian Nasabah Terhadap Keunggulan Produk ...	101
Tabel IV.32	Tanggapan Responden Atas Membeli Produk dan Jasa Dengan Banyak .....	102
Tabel IV.33	Tanggapan Responden Atas Membeli Produk Dan Jasa Dengan Pelayanan Yang Sama .....	103
Tabel IV.34	Tanggapan Responden Atas Merekomendasikan Penyedia Produk Dan Jasa Kepada Orang lain .....	104
Tabel IV.35	Tanggapan Responden Atas Menyampaikan Hal Positif Ke Orang Lain .....	104
Tabel IV.36	Tanggapan Responden Menggunakan Produk Dan Jasa Pada Perusahaan yang Sama .....	105
Tabel IV.37	Tanggapan Responden Atas Selalu Menggunakan Produk Dan Jasa Yang Tersedia .....	106
Tabel IV.38	Tanggapan Responden Atas Mendemonstrasikan Keunggulan Produk .....	107
Tabel IV.39	Tanggapan Responden Atas Menguji Produk dan Jasa Layanan yang Lain .....	108
Tabel IV.40	Rata-rata Penilaian nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah .....	108
Tabel IV.41	Hasil Rekapitulasi Deskriptif Variabel .....	109
Tabel IV.42	Hasil Rekapitan Variabel Relationship Marketing, Keunggulan Produk dan Loyalitas Nasabah .....	110
Tabel IV.43	Hasil Uji Validitas .....	111
Tabel IV.44	Hasil Uji Reliabilitas .....	112

Tabel IV.45	Hasil Uji Multikoloniaritas .....	116
Tabel IV.46	Hasil Analisis Regesi Linier Berganda .....	117
Tabel IV.47	Hasil Analisis Uji Parsial atau Uji T .....	120
Tabel IV.48	Hasil Analisis Uji Simultan atau Uji F.....	122
Tabel IV.49	Hasil Analisis Koefesien Determinasi ( $R^2$ ) .....	123



## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Presentase Jumlah Target Pencapaian Produk Tahun 2015 PT. Pegadaian Syariah Unit Pangkalpinang .....	9
Gambar II.1	Tingkatan Loyalitas Pelanggan .....	38
Gambar II.2	Kerangka Pemikiran .....	45
Gambar IV.1	Struktur Organisasi Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pangkalpinang .....	77
Gambar IV.2	Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	78
Gambar IV.3	Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia Responden .....	79
Gambar IV.4	Diagram Pie Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	80
Gambar IV.5	Diagram Pie Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan .....	81
Gambar IV.6	Hasil Pengujian Normalitas Dengan Menggunakan Grafik <span style="float: right;">Historgam</span> .....	114
Gambar IV.7	Hasil Pengujian Normalitas Dengan Menggunakan Grafik Plot .....	114
Gambar IV.8	Hasil Pengujian Heterokedastisitas .....	115

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner
Lampiran II	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden
Lampiran III	Hasil Deskriptif
Lampiran IV	Hasil Analisa Frekuensi
Lampiran V	Hasil Uji Validitas
Lampiran VI	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran VII,	Hasil uji Regresi Berganda
Lampiran VIII	Foto Penelitian
Lampiran IX	Surat Balasan
Lampiran X	Daftar riwayat Hidup
Lampiran XI	<i>Abstract</i>

