

**PENGARUH KEPERCAYAAN, *SERVICESCAPE* DAN *CUSTOMER  
RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* TERHADAP  
LOYALITAS NASABAH TABUNGAN BPR  
SYARIAH BANGKA BELITUNG  
KPO SUNGAILIAT**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh:**

**NAMA : ARYADI BASKARA K  
NIM : 302 12 11 011**

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

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




**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**

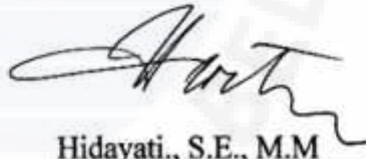
**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Aryadi Baskara K  
NIM : 302 12 11 011  
Jurusan : Manajemen  
Judul Usulan Penelitian: Pengaruh Kepercayaan, *Servicescape* dan *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap Loyalitas Nasabah Nabungan BPR Syariah Bangka Belitung KPO Sungailiat.

Pembimbing Utama

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

Pembimbing Pendamping

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

Balunijuk, 12 Agustus 2016

Ketua Jurusan Manajemen

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

## PENGESAHAN SKRIPSI

### SKRIPSI BERJUDUL

#### **PENGARUH KEPERCAYAAN, *SERVICESC*CAPE DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN BPR SYARIAH BANGKA BELITUNG KPO SUNGAILIAT**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh : Aryadi Baskara K  
Nomor Induk Mahasiswa : 302 12 11 011


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 12 Agustus 2016 dan telah memenuhi syarat untuk diterima


#### Tim Penguji :


Ketua

Anggota

Anggota

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

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

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

Balun Ijuk, 19 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

“Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan, *Servicescape*, dan *Customer Relationship Management (CRM)* Terhadap Loyalitas nasabah Tabungan Hidayah BPRS Bangka Belitung KPO Sungailiat”** ini, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan 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 di acu dalam naskah ini dan dicantumkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya siap menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Balun Ijuk, 12 Agustus 2016  
Penulis



Aryadi Baskara K

## MOTTO

“Allah meninggikan orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.”

*(QS. Al-Mujadalah : 11)*

“Ilmu itu ibarat cahaya. Ia hanya dapat menerangi gelas yang bening dan bersih.”

*(KH. Abdullah Gymnastiar)*

“Apa yang bisa diukur pasti bisa ditingkatkan.”

“Cara terbaik memprediksi masa depan adalah dengan menciptakannya.”

*(Peter F. Drucker)*

“Cara Ikhlas paling mudah dilakukan adalah dengan berfikir positif.”

*(Aryadi Baskara K)*

## *Persembahan*

*Penelitian sederhana dan bersejarah ini, Penulis persembahkan untuk:*

- 1. Alm. Ayah (H. Juratlan) dan Ibu (Hj. Elly Suarsih) yang telah memberikan dukungan serta motivasi kepada Penulis.*
- 2. Keempat kakak tercinta (Priadisurya K, SE, Dwi Anestria K, SE, Satria Dimas K, Jatiningtyas K, SE) yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.*
- 3. Teristimewa Rahmawati Utami yang selalu memberi dukungan, nasihat, motivasi dan doa kepada penulis.*
- 4. Keluarga Fam MN 1 yang sama-sama berjuang selama 4 tahun menempuh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Bangka Belitung ini.*
- 5. Teman serta sahabat terdekat (Riko Susanto, Hermila Harzalia, Lingga, Bervan Gibo, Lutfi Hakim dan sahabat lain yang selalu memberi bantuan dan kritik serta saran selama proses pengerjaan skripsi.*
- 6. Keluarga Besar PSHT Cab. Bangka, Mas Hairul, S.Sos, Rizky Haqiqi, A.md dan saudara lain yang senantiasa memberi bantuan apapun dalam pembuatan skripsi.*
- 7. Almamaterku tercinta Universitas Bangka Belitung.*

## **ABSTRACT**

**Aryadi Baskara K. 302.12.11.011. *The Effect of Trust, Servicescape, and Customer Relationship Management (CRM) to Customer Loyalty of Hidayah Saving Account in BPR Syariah Bangka Belitung KPO Sungailiat, Bangka regacy.***

*High customer loyalty is a valuable asset of businessmen moreover in service companies. Each company must compete to improve customer satisfaction and its competency as it is happened to BPRS Babel KPO Sungailiat. Customer loyalty becomes main target of the Bank. This research is to measure the effect of Trust, Servicescape and Customer Relationship Management (CRM) to customer loyalty of saving account Hidayah BPR Syariah Bangka Belitung KPO Sungailiat.*

*This is a descriptive-quantitative research using accidental sampling method. The population in this research is all customers of saving account Hidayah BPRS Babel KPO Sungailiat who have reached 17 years old and have had account at least a year. A sample is 382 respondents. The instrument test used validity and reliability tests. To analyze data, multiple regression method was used with t test, F test and determination analysis.*

*The result showed that variable Trust, Servicescape and Customer Relationship Management (CRM) had positive effect partially and customer loyalty significantly of saving account in Hidayah BPR Syariah Bangka Belitung KPO Sungailiat with  $t_{value}$  of Trust ( $X_1$ ) is  $4.716 > t_{table}$  is  $1,966$ , Servicescape is ( $X_2$ )  $t_{value}$  is  $3.278 > t_{table}$  is  $1.966$ , and Customer Relationship Management (CRM) ( $X_3$ )  $t_{value}$  is  $6.187 > t_{table}$  is  $1.966$ . Beside, the variable have positive effect simultaneously to customer loyalty of BPR Syariah Bangka Belitung KPO Sungailiat with test result of  $F_{value}$  is  $29.689 > F_{table}$  is  $2,628$  with a significance level  $0,000 < 0.05$ . the test result also has Adjusted R Square is  $0,184$  which means the independent variable could describe dependent variables  $18,4\%$  while the rest is described by other variables beyond this research.*

**Keywords: Trust, Servicescape, Customer Relationship Management (CRM), Customer Loyalty, BPRS Babel KPO Sungailiat**

## ABSTRAK

**Aryadi Baskara K. 302.12.11.011. Pengaruh Kepercayaan, *Servicescape*, dan *Customer Relationship Management (CRM)* terhadap Loyalitas nasabah Tabungan Hidayah BPR Syariah Bangka Belitung KPO Sungailiat.**

Nasabah yang memiliki loyalitas tinggi merupakan asset berharga bagi para pelaku bisnis terlebih perusahaan penyedia jasa. Perusahaan harus berlomba meningkatkan kepuasan pelanggannya serta sembari meningkatkan kompetensi perusahaan. Hal inilah yang terjadi pada BPRS Babel KPO Sungailiat. Loyalitas Nasabah menjadi orientasi bagi bank lokal Bangka Belitung ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan, *Servicescape* dan *Customer Relationship Management (CRM)* terhadap loyalitas nasabah tabungan Hidayah BPR Syariah Bangka Belitung KPO Sungailiat.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif-kuantitatif yang menggunakan metode *accidental sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Tabungan Hidayah pada BPRS Babel KPO Sungailiat yang telah berusia minimal 17 tahun serta telah menabung minimal satu tahun dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 382 orang. Pengujian instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan metode regresi berganda dengan uji t, uji f dan analisis determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan, *Servicescape* dan *Customer Relationship Management (CRM)* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Hidayah BPR Syariah Bangka Belitung KPO Sungailiat dengan nilai  $t_{hitung}$  variabel kepercayaan (X1) sebesar  $4.716 > t_{tabel}$  yang bernilai 1.966, *Servicescape* sebesar  $3.278 > t_{tabel}$  yang bernilai 1,966, dan *Customer Relationship Management (CRM)* sebesar  $6.187 > t_{tabel}$  yang bernilai 1.966. Variabel kepercayaan, *Servicescape*, dan *Customer Relationship Management (CRM)* secara simultan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Hidayah BPR Syariah Bangka Belitung KPO Sungailiat dengan hasil uji  $F_{hitung}$  sebesar  $29.689 > F_{tabel}$  sebesar 2.628 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0.050$ . Hasil pengujian juga mendapatkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,184 yang artinya variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 18,4% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel yang ada diluar penelitian.

Kata kunci: Kepercayaan, *Servicescape*, *Customer Relationship Management (CRM)*, Loyalitas nasabah, BPRS Babel KPO Sungailiat.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kehadiran Allah S.W.T atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, *Servicescape*, dan *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Hidayah BPR Syariah Bangka Belitung KPO Sungailiat”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

Kelancaran dalam penyelesaian skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang telah mencurahkan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

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 dan sekaligus Dosen pembimbing utama yang telah berkenan menyediakan waktu demi membimbing dan memberikan pengarahan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Maya Yusnita, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
4. Bapak Khairiyansyah, SE.,MM selaku Wakil Dekan sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberi nasihat dan motivasi.

5. Ibu Hidayati, S.E., M.M selaku dosen pembimbing pendamping telah telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan petunjuk kepada Penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
6. Alm.Ayah, ibu dan keluarga yang telah memberikan dukungan materi dan moril bagi Penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Teman-teman dan sahabat yang telah memberikan masukan dan bantuan dalam pengerjaan skripsi ini.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua kalangan yang membutuhkan. Penulis sadar bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan yang dimiliki Penulis sebagai manusia. Maka dari itu, Penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran dari pembaca untuk membangun ilmu pengetahuan yang lebih baik. Penulis juga memohon maaf apabila didalam penelitian ini ada kata-kata yang kurang berkenan dihati pembaca. Demikian kata pengantar ini dibuat oleh Penulis.

Pemali, 12 Agustus 2016  
Penulis,

**Aryadi Baskara K**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Batasan Masalah .....	13
1.4 Tujuan Penelitian .....	13
1.5 Manfaat Penelitian .....	14
1.6 Sistematika Penelitian .....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>17</b>
2.1 Pemasaran Jasa .....	17
2.1.1 Konsep Pemasaran .....	17

2.1.2 Definisi Jasa .....	19
2.1.3 Definisi Pemasaran Jasa .....	20
2.1.4 Karakteristik Pemasaran Jasa .....	20
2.2 Kepercayaan .....	22
2.2.1 Definisi Kepercayaan Pelanggan .....	22
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Pelanggan .....	24
2.2.3 Dimensi Kepercayaan Pelanggan .....	24
2.3 <i>Servicescape</i> .....	27
2.3.1 Definisi <i>Servicescape</i> .....	27
2.3.2 Dimensi <i>Servicescape</i> .....	29
2.4 <i>Customer Relationship Managemenr</i> (CRM) .....	32
2.4.1 Definisi CRM .....	32
2.4.2 Konsep dan Program CRM .....	35
2.4.3 Strategi CRM .....	37
2.4.4 Dimensi CRM .....	38
2.5 Loyalitas Nasabah .....	41
2.5.1 Konsep Loyalitas Nasabah .....	41
2.5.2 Definisi Loyalitas Nasabah .....	43
2.5.3 Dimensi Loyalitas Nasabah .....	44
2.5.4 Tingkatan Loyalitas Nasabah .....	45
2.5.5 Jenis-Jenis Loyalitas Nasabah .....	55
2.6 Penelitian Terdahulu .....	56

2.7 Kerangka Berpikir .....	58
2.7.1 Hubungan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah ...	59
2.7.2 Hubungan <i>Servicescape</i> Terhadap Loyalitas Nasabah ...	60
2.7.3 Hubungan CRM Terhadap Loyalitas Nasabah .....	60
2.8 Hipotesis .....	62
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>63</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	63
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	63
3.3 Populasi dan Sampel .....	64
3.3.1 Populasi Penelitian .....	64
3.3.2 Sampel Penelitian .....	64
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	65
3.4.1 Definisi Operasional .....	65
3.4.2 Pengukuran Variabel .....	68
3.5 Teknik Pengambilan Data .....	69
3.5.1 Jenis dan Sumber Data .....	69
3.5.2 Metode Pengumpulan Data .....	70
3.6 Teknik Analisis Data .....	72
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	72
3.6.2 Analisis Verifikatif .....	73
3.6.3 Uji Asumsi Klasik .....	75
3.6.4 Analisis Regresi Berganda .....	77
3.6.5 Pengujian Hipotesis .....	78

3.6.6 Analisis Koefisien Determinasi .....	79
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>80</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	80
4.1.1 Sejarah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bangka Belitung (BPRS Babel) .....	80
4.1.2 Logo BPRS Babel .....	82
4.1.3 Visi dan Misi BPRS Babel .....	82
4.1.4 Struktur organisasi BPRS Babel .....	83
4.1.5 Produk perbankan BPRS Babel .....	85
4.2 Hasil Penelitian .....	85
4.2.1 Karakteristik Responden .....	85
4.3 Analisis Deskriptif .....	90
4.3.1 Deskripsi Variabel Kepercayaan .....	90
4.3.2 Deskripsi Variabel <i>Servicescape</i> .....	96
4.3.3 Deskripsi Variabel <i>CRM</i> .....	104
4.3.4 Deskripsi Variabel Loyalitas nasabah.....	112
4.3.4 Deskripsi Variabel Kepercayaan, <i>servicescape</i> <i>CRM</i> dan Loyalitas nasabah.....	120
4.4 Analisis Verifikatif .....	121
4.4.1 Uji Validitas .....	121
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	124
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	125
4.5.1 Uji Normalitas .....	125

4.5.2 Uji Multikolonieritas .....	128
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas .....	129
4.6 Teknik Analisis Data .....	130
4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	130
4.6.2 Hasil Uji Hipotesis .....	132
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	135
4.7 Pembahasan Hasil .....	136
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>146</b>
5.1 Simpulan .....	146
5.2 Saran .....	147
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>150</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel. 1.1	Data Jumlah dan Nama Bank Syariah di Bangka Belitung .....	3
Tabel. 1.2	Data Jaringan Kantor PT. BPRS Babel .....	4
Tabel. 1.3	Data Survey Pra Penelitian terhadap 30 Nasabah BPRS Babel KPO Sungailiat .....	7
Tabel. 2.1	Penelitian Terdahulu .....	57
Tabel. 3.1	Definisi Operasional .....	66
Tabel. 3.2	Skor Skala Likert .....	69
Tabel. 3.2	Kategori Skala Deskriptif .....	73
Tabel. 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	86
Tabel. 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	87
Tabel. 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	88
Tabel. 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	89
Tabel. 4.5	Hasil Penelitian Distribusi Indikator Niat/Motivasi .....	91
Tabel. 4.6	Hasil Penelitian Distribusi Indikator Integritas .....	91
Tabel. 4.7	Hasil Penelitian Distribusi Indikator Kompetensi .....	92
Tabel. 4.8	Hasil Penelitian Distribusi Indikator <i>Willingness to Depend</i> .....	93
Tabel. 4.9	Hasil Penelitian Distribusi Indikator <i>Subjective3</i> <i>Probability of Depending</i> .....	93
Tabel. 4.10	Rata-Rata Skor Variabel Kepercayaan per dimensi.....	94
Tabel. 4.11	Rata-Rata Skor Variabel Kepercayaan (X1) .....	95



Tabel. 4.12 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Kecukupan pencahayaan .	96
Tabel. 4.13 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Suhu udara sejuk .....	97
Tabel. 4.14 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Kesegaran aroma .....	98
Tabel. 4.15 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Tenang tidak ada kebisingan .....	98
Tabel. 4.16 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Penempatan Furniture sesuai tempatnya .....	99
Tabel. 4.17 Hasil Penelitian Distribusi Indikator tata letak furniture Memudahkan transaksi .....	100
Tabel. 4.18 Hasil Penelitian Distribusi Indikator penempatan papan Nama terlihat jelas .....	100
Tabel. 4.19 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Kejelasan Petunjuk arah (Pintu masuk/keluar,toilet,dll) .....	101
Tabel. 4.20 Rata-Rata Skor Variabel <i>Servicescape</i> (X2) per dimensi .....	102
Tabel. 4.21 Rata-Rata Skor Variabel <i>Servicescape</i> (X2) .....	103
Tabel. 4.22 Hasil Penelitian Distribusi Indikator mengenali pelanggan ....	104
Tabel. 4.23 Hasil Penelitian Distribusi Indikator mengidentifikasi Pelanggan potensial .....	105
Tabel. 4.24 Hasil Penelitian Distribusi Indikator pelayanan sesuai Keinginan nasabah .....	105
Tabel. 4.25 Hasil Penelitian Distribusi Indikator mendapat hadiah .....	106
Tabel. 4.26 Hasil Penelitian Distribusi Indikator pelayanan professiona Cepat menangani keluhan .....	107

Tabel. 4.27 Hasil Penelitian Distribusi Indikator menjalin hubungan	
Jangka panjang .....	107
Tabel. 4.28 Hasil Penelitian Distribusi Indikator transaksi dengan	
Media internet, website dan callcenter .....	108
Tabel. 4.29 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Ketersediaan ATM .....	109
Tabel. 4.30 Rata-Rata Skor Variabel <i>CRM (X3)</i> per dimensi .....	110
Tabel. 4.31 Rata-Rata Skor Variabel <i>CRM (X3)</i> .....	111
Tabel. 4.32 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Bertransaksi secara	
Teratur dan berulang .....	112
Tabel. 4.33 Hasil Penelitian Distribusi Indikator menggunakan produk	
Secara berkesinambungan .....	113
Tabel. 4.34 Hasil Penelitian Distribusi Indikator sudah mempunyai	
Lini produk lain .....	114
Tabel. 4.35 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Bersedia menggunakan	
Produk yang ditawarkan .....	114
Tabel. 4.36 Hasil Penelitian Distribusi Indikator menyarankan kepada	
Keluarga, teman dan kerabat .....	115
Tabel. 4.37 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Menceritakan hal	
Positif kepada orang lain .....	116
Tabel. 4.38 Hasil Penelitian Distribusi Indikator tidak tertarik tawaran	
Produk dari bank lain .....	116
Tabel. 4.39 Hasil Penelitian Distribusi Indikator tidak terpengaruh	
Keuntungan produk sejenis bank lain .....	117

Tabel. 4.40 Rata-Rata Skor Variabel Loyalitas nasabah per dimensi.....	116
Tabel. 4.41 Rata-Rata Skor Variabel Loyalitas nasabah .....	117
Tabel. 4.42 Hasil rekapitan Analisi Deskriptif Variabel .....	120
Tabel. 4.43 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan .....	121
Tabel. 4.44 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan .....	122
Tabel. 4.45 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Social Ties</i> .....	123
Tabel. 4.46 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	123
Tabel. 4.47 Hasil Uji Reliabilitas .....	124
Tabel. 4.48 Hasil Uji Normalitas dengan Uji Statistik Kolmogorov- Smirnov (K-S) .....	126
Tabel. 4.49 Hasil Uji Multikolonieritas .....	128
Tabel. 4.50 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	131
Tabel. 4.51 Hasil Uji T .....	133
Tabel. 4.52 Hasil Uji F .....	134
Tabel. 4.53 Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	135

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Hidayah BPRS Babel KPO Sungailiat tahun 2011-2015 .....	5
Gambar 2.1 Piramida Loyalitas Pelanggan Syafrudin Chan.....	50
Gambar 2.2 Piramida Loyalitas Pelanggan Jill Griffin.....	54
Gambar 2.3 Model Konseptual Hubungan Antara Kepercayaan, <i>Servicescape</i> dan CRM Terhadap Loyalitas Nasabah .....	59
Gambar. 4.1 Logo BPRS Babel .....	82
Gambar. 4.2 Struktur Organisasi BPRS Babel.....	83
Gambar. 4.3 Struktur Organisasi BPRS Babel.....	84
Gambar. 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	86
Gambar. 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	87
Gambar. 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	88
Gambar. 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	89
Gambar. 4.8 Hasil Uji Normalitas Histogram .....	127
Gambar. 4.9 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	127
Gambar. 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	130

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Riwayat Hidup
Lampiran 2	Kuesioner
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Servicescape</i>
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas Variabel <i>CRM</i>
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas nasabah
Lampiran 7	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 8	Hasil Analisis Regresi
Lampiran 9	Tabulasi Jawaban Responden
Lampiran 10	Struktur Organisasi BPRS Babel
Lampiran 11	Struktur Organisasi BPRS KPO Sungailiat
Lampiran 12	Kartu Bimbingan
Lampiran 13	Surat Izin Pengambilan Data