

**Analisis Kepuasan Terhadap Kualitas Layanan dan Loyalitas Nasabah Bank
Syariah Mandiri (BSM) di Wilayah Yogya dan Sleman Yogyakarta**

SKRIPSI



Ditulis Oleh :

Nama Mahasiswa : Denis Suci Atmoko
Nomor Mahasiswa : 15311505
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA**

2018

**Analisis Kepuasan Terhadap Kualitas Layanan dan Loyalitas Nasabah Bank
Syariah Mandiri (BSM) di Wilayah Yogya dan Sleman Yogyakarta**

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama Mahasiswa : Denis Suci Atmoko
Nomor Mahasiswa : 15311505
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2018

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain seperti dimaksud dalam buku pedoman penyusunan skripsi Jurusan Manajemen FE UII. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka Saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 8 November 2018

Penulis



Denis Suci Atmoko

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
ANALISIS KEPUASAN TERHADAP KUALITAS LAYANAN DAN LOYALITAS
NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI (BSM) DI WILAYAH YOGYA DAN SLEMAN
YOGYAKARTA

Nama Mahasiswa : Denis Suci Atmoko

Nomor Mahasiswa : 15311505

Program Studi : Manajemen

Yogyakarta, 8 November 2018

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing.



Drs. Suwarsono Muhammad, M.A.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS KEPUASAN TERHADAP KUALITAS LAYANAN DAN LOYALITAS NASABAH
BANK SYARIAH MANDIRI (BSM) DI WILAYAH YOGYA DAN SLEMAN YOGYAKARTA.**

Disusun Oleh : **DENIS SUCI ATMOKO**

Nomor Mahasiswa : **15311505**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Rabu, tanggal: 12 Desember 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Suwarsono, Drs., MA.



Penguji : Sumadi, Dr., M.Si.



Mengetahui

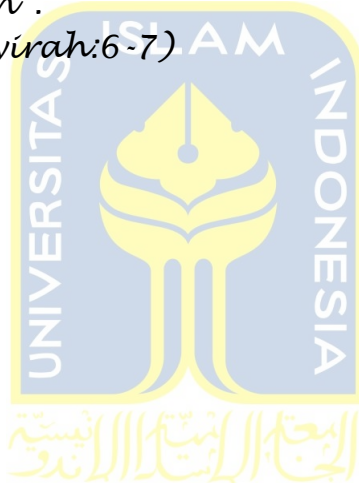
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

MOTTO

- ☞ *Siapa yang mengerjakan kebaikan sebesar biji dzarah sekalipun, niscaya ia akan melihat balasannya”.*
(QS. Al-Zalzalah:7)
- ☞ *Janganlah kamu berduka cita, sesungguhnya Allah senantiasa bersama kita:.*
(QS. At-Taubah :40)
- ☞ *Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”.*
(QS. Al-Insyirah:6-7)



HALAMAN PERSEMBAHAN

- ✚ *Terima kasih terbesar dalam hidupku selalu kuhaturkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan banyak kebahagiaan dan kemudahan dalam hidupku.*
- ✚ *Bapak dan Ibukku Tercinta yang dengan sepenuh hati membesarkan dan mendidikku hingga tak mungkin aku dapat membalasnya.*
- ✚ *Teman-teman dan sahabat-sahabat saya yang selalu memotifasi saya ketika bosan.*



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur tak hentinya penulis hatirkan kepada Allah SWT, berkat rahmat dan kasih sayang-Nya yang tak berkesudahan penulis dapat menyelesaikan penelitian yang menjadi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Strata-1 . Shalawat serta salam selalu tercurah kepada Rasulullah SAW, Karena perjuangan beliau kini umatnya dapat tercerahkan dengan berbagai ilmu pengetahuan dengan berbagai ilmu pengetahuan sebagai media pencarian kebenaran.

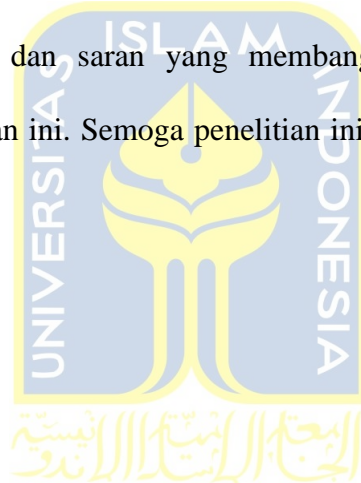
Penelitian ini yang berjudul *Aanalisis kepuasan Terhadap Kualitas Layanan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Wilayah Yogya Dan Sleman*. Penelitian ini dibuat untuk mengetahui bagaimana lembaga tersebut dalam mempertahankan dan menjalankan kualitas pelayanan kepada para konsumen. Semoga hasil penelitian ini bisa memberikan sumbangan pemikiran kepada lembaga perbankan lainnya dalam mengembangkan kualitas layanan bagi kemajuan perbankan.

Proses penyusunan skripsi ini melibatkan banyak pihak yang memberikan dukungan baik doa, moril, dan materil. Oleh karena itu penulis mengucapkan rasa terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada berbagai pihak dibawah ini.

- Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia
- Bapak Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.d Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia
- Bapak Anjar Priyono, S.E., M.Si., Ph.d Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Islam Indonesia
- Bapak Drs. Suwarsono Muhammad, M.A. selaku dosen pembimbing yang senantiasa mencurahkan waktu, tenaga, ilmu, dan motivasi kepada penulis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
- Bapak Djinarto dan Ibu Sunarti yang tidak kenal lelah, selalu mendukung cita-cita penulis sedari kecil hingga dewasa kini. Serangkaian kata-kata pun cukup untuk menggambarkan besarnya rasa syukur penulis telah memiliki orangtua seperti kalian yang dengan berbagai macam rintangan dan kesulitan hingga akhirnya penulis sampai ketitik ini.
- Meilita Rossabel Parahita, Adiku tersayang yang paling manja. Termakasih selalu bikin pusing Abangmu dengan kemanjaan yang bertubi-tubi. Abang sayang Abel.
- Kepada Kakak saya, Pepi Yusseva Dewi A dan Mas Ngadiyono terimakasih banyak sudah membantu Bapak dan Ibu membiayai kuliah adikmu ini. Semoga dikemudian hari mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.

- Ferdinni Inggit Kurniasari, Terimakasih banyak selalu mendukung, dan mensupport penulis, terimakasih sudah banyak membantu dan mengisi hari-hari penulis bersama dalam susah maupun senang.
- Untuk teman-teman saya Ama Kip-Kip Family, Wisnu, Om wempi, faisal adnan, Mas dadi, Muhandis, Al-muataqim, Ibnu, Gagaz JF, Masri, Ihsan, Haris, Amin, rizqon, Owed, Rudi terimakasih banyak sudah memberikan semangat dan keceriaan dalam setiap keonaran yang kita buat bersama.

Akhirnya, penulisan penelitian ini tidak luput dari kekurangan. Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.



Yogyakarta 8 November 2018

Denis Suci Atmoko

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Berita Acara.....	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar.....	xvii
Daftar Lampiran	xviii
<i>Abstract</i>	xix
Abstrak	xx
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8

2.2	Landasan Teori.....	9
2.2.1	Bank Syariah	9
2.2.2	Pengertian Jasa	11
2.2.3	Karakteristik Jasa	12
2.2.4	Kualitas Layanan	13
2.2.5	Dimensi Kualitas Layanan	13
2.2.6	Kepuasan Konsumen	15
2.2.7	Loyalitas Konsumen	20
2.2.8	Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	21
2.3	Model Kerangka Penelitian	24
BAB III.	METODE PENELITIAN.....	26
3.1	Jenis Penelitian	26
3.2	Lokasi dan Obyek Penelitian	26
3.3	Populasi dan Sampel.....	26
3.4	Teknik Pengambilan Sampel	27
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	28
3.6	Pengukuran Variabel	30
3.7	Sumber Data.....	31

3.8 Teknik Pengumpulan Data	31
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	31
3.10 Teknik Analisis Data	33
3.10.1 Structural Equation Modeling (SEM)	33
3.10.2 Analisis Perbedaan Kualitas Layanan, Kepuasan, dan Loyalitas	38
BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Uji Instrumen	39
4.1.1 Uji Validitas	39
4.1.2 Uji Reabilitas	43
4.2 Gambaran Umum Responden	44
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden	44
4.2.2 Presepsi Nasabah Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Konsumen	51
4.3 Analisis Struktur Equation Model	58
4.3.1 Uji Indikator	58
4.3.2 Uji Kesesuaian Model Structural (<i>Goodness of Fit</i>).	61
4.3.3 Hasil Pengujian Hipotesis	64

4.3.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	65
4.3.3.2 Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah.....	66
4.3.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah.....	66
4.4 Pembahasan dan Implikasi	67
4.4.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah	67
4.4.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah.....	69
4.4.3 Pengaruh Kepuasan Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah	69
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

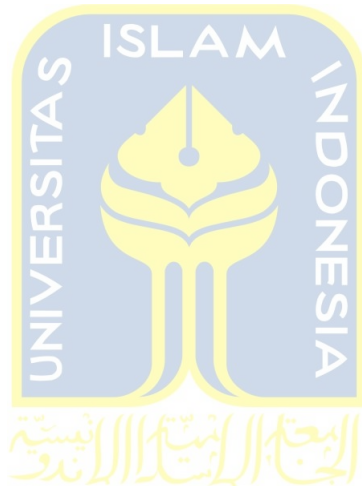
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	28
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan	40
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kepuasan.....	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Loyalitas.....	42
Tabel 4.4 Ringkasan Hasil Uji Reabilitas	43
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat pendidikan.....	47
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	47
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama	48
Tabel 4.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menjadi Nasabah Bank Mandiri Syariah	49
Tabel 4.12 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	50
Tabel 4.13 Karakteristik Responden Berdasarkan LamanMenjadi Bank Konvensional.....	50
Tabel 4.14 Karakteristik Responden Berdasarkan Menjadi Bank Utama.....	51
Tabel 4.15 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	52

Tabel 4.16 Deskriptif Variabel Kepuasan Pelayanan	55
Tabel 4.17 Deskriptif Variabel Loyalitas.....	57
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Penelitian	60
Tabel 4.19 Goodnes Of Fit Index.....	61
Tabel 4.20 Hasil Estimasi Dengan Variabel Amos.....	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4.1. Hasil Model Penelitian.....	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Lampiran 2: Matriks Tabulasi Data

Lampiran 3: Hasil Uji SPSS



ABSTRACT

This study aims to improve the quality of service to customer satisfaction and loyalty of Bank Syariah Mandiri (BSM) in the Yogya and Sleman areas of Yogyakarta. The number of research samples is 100 customers of Bank Syariah Mandiri (BSM) in the Yogya Region and 100 people in the Sleman area of Yogyakarta with an accidental sampling method. The data source in this study is primary data with research instruments in the form of a questionnaire (research questionnaire). Data analysis in this study used Structural Equation Modeling (SEM). The summary of this study are: 1) There is a positive and significant influence between the quality of service on the satisfaction of customers of Bank Syariah Mandiri in Yogya and Sleman. This means that the higher the quality of service, the greater the customer's money. 2) there is a positive and significant relationship between satisfaction with loyalty to Bank Syariah Mandiri customers in Yogya and Sleman. This means that the higher the number of customers, the greater the customer loyalty. 3) there is a positive and significant relationship between service quality towards customer loyalty of Bank Syariah Mandiri in Yogya and Sleman. This means that the higher the quality of service, the greater customer loyalty.

Keywords: Service Quality, Satisfaction, Loyalty, BSM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri (BSM) Di wilayah Yogya dan Sleman Yogyakarta. Jumlah sampel penelitian sebanyak 100 nasabah Bank Syariah Mandiri (BSM) Di Wilayah Yogya dan 100 nasabah di wilayah Sleman Yogyakarta dengan metode *accidental sampling*. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dengan instrumen penelitian berupa kuesioner (angket penelitian). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). Kesimpulan penelitian ini adalah : 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogya dan Sleman. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin besar kepuasan nasabah. 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan terhadap loyalitasnasabah Bank Syariah Mandiri di Yogya dan Sleman. Hal ini berarti semakin tinggi kepuasan nasabah yang semakin meningkat maka semakin besar loyalitas nasabah. 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogya dan Sleman. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin besar loyalitas nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan, Loyalitas, BSM

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi pada saat ini, persaingan dalam lembaga keuangan semakin meningkat dan ketat. Salah satunya adalah perbankan syariah yang telah memasuki persaingan berskala global. Semakin pesatnya perkembangan bank syariah di Indonesia, pada tahun 2015 jumlah bank Umum Syariah di Indonesia kurang lebih telah mencapai 12 bank Syariah. Yang sudah beroperasi diantaranya adalah Bank BNI Syariah, Bank Bukopin Syariah, BPD Syariah, Panin Bank Syariah, Bank Victoria Syariah, BCA Syariah, BRI Syariah, Bank Mega Syariah, Bank Mandiri Syariah, May Bank Indonesia Syariah dan terakhir Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah (BTPN). Dengan banyaknya bank syariah di Indonesia maka semakin banyak pula produk-produk alternatif yang bisa ditawarkan, sehingga dapat memberikan alternatif pilihan bagi nasabah bank konvensional dalam hal kualitas pelayanannya.

Bank syariah telah beroperasi selama kurang lebih lima dekade disamping bank konvensional. seperti bank komersial tradisional lainnya, mereka memobilisasi simpanan dan menghasilkan kredit. Tapi bentuk operasi mereka berdasarkan hukum Islam (syariah), berbeda dengan bank konvensional atau komersial lainnya. Oleh karena itu, perbankan syariah

berbeda dari perbankan konvensional dalam beberapa cara, seperti larangan transaksi berdasarkan tingkat suku bunga dan persyaratan bahwa operasi bank dilakukan sesuai dengan prosedur tertentu melalui penggunaan instrumen keuangan tertentu.

Perkembangan perbankan Syariah di Indonesia sekarang mengalami kemajuan yang sangat pesat sebagai salah satu infrastruktur sistem perbankan nasional. maka pihak manajemen bank perlu meningkatkan evaluasi terhadap kinerja bank syariah, agar tercipta bank dengan prinsip syariah yang sehat dan efisien. Mulai dari meningkatkan kualitas pelayanan/*Service quality* hingga bisa meningkatkan produk-produk dari bank syariah untuk konsumen mereka, dengan harapan konsumen akan mendapatkan *excellent services* atau pelayanan yang baik dari bank.

Dengan adanya kualitas pelanggan yang baik dalam suatu perusahaan, akan menciptakan suatu kepuasan bagi para konsumennya. Di dalam membentuk citra hubungan yang baik dengan para pelanggannya adalah dengan melalui kualitas pelayanan yang baik. Setiap perusahaan harus dapat memperhatikan masalah pelayanan dengan sebaik mungkin. Karena dengan pelaksanaan pelayanan yang baik maka akan dapat memelihara hubungan yang baik dengan para pelanggan yang akan berdampak positif dalam usaha meningkatkan kepuasan pelanggan.. (Alma, 2012, hal. 204)

Pentingnya kualitas konsumen adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk belanganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang,

meskipun situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. (Hurriyati, 2010, hal. 128-129)

Kotler dan Keller (2009:138) mengungkapkan loyalitas adalah “komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih”.

Seperti kita ketahui banyak dimensi kualitas layanan untuk mempelajari pelayanan di bank, untuk mengukur dimensi kualitas layanan bank Syariah di butuhkan semacam alat ukur untuk menilainya. CARTER merupakan instrumen yang dapat digunakan untuk mendefinisikan dan mengukur kualitas layanan perbankan Syari’ah dan untuk menciptakan alat ukur penilaian. Model ini mencakup semua prinsip-prinsip SERVQUAL yang terdiri dari lima dimensi yang terdiri dari *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* serta ditambahkan satu dimensi yaitu *compliance* (Othman dan Owen, 2001, Hal. 12-36). CARTER di konseptualkan untuk mengukur kualitas layanan di Bank Islam. bentuk 6 dimensi untuk mengukur mutu layanan di Bank Islam sebagai berikut :

1. *Compliance* (Kepatuhan)

Yang berarti kemampuan dalam mematuhi segala ketentuan hukum islam dan beroperasi di bawah prinsip perbankan syariah islam dan ekonomi.

2. *Assurance* (Jaminan)

Mencangkup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang di miliki oleh para staf karyawan, bebas dari bahaya,

resiko, dan keragu-raguan. Hal ini mencakup komunikasi verbal dan tertulis antara staff dan nasabah.

3. *Reliability* (Reliabilitas)

Yaitu kemampuan memberikan layanan yang di janjikan dengan segera/tepat waktu, akurat serta memuaskan.

4. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Bukti fisik ini meliputi perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi yang ada di kantor.

5. *Empathy* (Empati)

Meliputi kemudahan untuk menjalin sebuah relasi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para nasabah/pelanggan.

6. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Yaitu keinginan para staff dan karyawan untuk membantu para nasabah/pelanggan untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan tanggap.

Bank Syariah Mandiri (BSM) adalah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membayarkan maupun membebaskan bunga kepada nasabah, imbalan yang diterima maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank. Bank Syariah Mandiri (BSM) harus bisa melayani konsumennya sesuai dengan syariat Islam yang di milikinya. Dan juga perlu memberikan pelayanan yang baik sehingga konsumen merasa puas

akan layanan yang di berikan, hal ini bertujuan agar kepuasan dan loyalitas konsumen/nasabah dapat tercapai.

Bank Syariah Mandiri (BSM) wilayah Yogya lebih luas dari Sleman dengan keadaan demografi yang melatarbelakangi perkotaan sedangkan wilayah Sleman sebagian keadaan demografi nya masih perdesaan. Hal ini tentunya sangat berpengaruh pada nasabah ke dua kota tersebut, karena ke dua kota ini berbeda kebiasaan dan budayanya, wilayah Yogya di domisili oleh penduduk kota tentunya pendapatannya juga berbeda dengan wilayah Sleman yang sebagian penduduknya adalah petani. Bisa jadi dengan kualitas pelayanan Bank Syariah Mandiri (BSM) kepada nasabah yang ada di wilayah Yogya dan Sleman tersebut berbeda karena di domisili penduduk yang berbeda juga.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis mengevaluasi perlu adanya penelitian di kedua kota tersebut yang berhubungan dengan kualitas jasa pelayanan perbankan syari'ah, untuk mengetahui seberapa kualitas layanan yang di berikan pihak bank kepada nasabahnya. Sehingga penulis mengambil judul : **“Analisis Kepuasan Terhadap Kualitas Layanan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri (BSM) Di Wilayah Yogya dan Sleman Yogyakarta”**, guna untuk mengetahui kualitas layanan yang di berikan dan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tingkat kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri (BSM) di Yogya dan Sleman Yogyakarta?
2. Apakah kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri (BSM) di Wilayah Yogya dan Sleman Yogyakarta?
3. Apakah kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri (BSM) di Wilayah Yogya dan Sleman Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui tingkat kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas nasabah pada Bank Syariah mandiri di Yogya dan Sleman Yogyakarta.
2. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah bank BRI Syariah di Wilayah Yogya dan Sleman Yogyakarta.
3. Mengetahui pengaruh layanan terhadap loyalitas nassabah Bank Mandiri Syariah di Wilayah Yogya dan Sleman Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Bagi Perbankan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi bagi perbankan untuk memberikan kualitas layanan yang terbaik untuk nasabah.

2. Bagi pemerintah

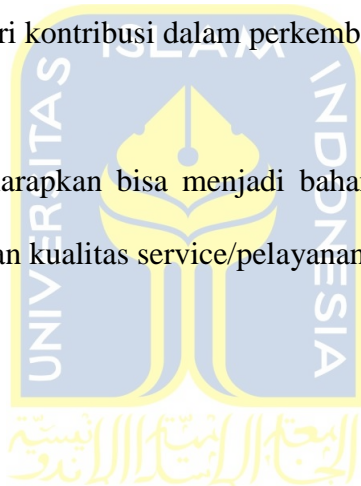
Penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan pemerintah dalam memutuskan kebijakan-kebijakan terutama terkait perbankan syariah.

3. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi untuk penelitian-penelitian yang akan datang selanjutnya untuk membentuk gagasan-gagasan baru serta memberi kontribusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan

4. Bagi Nasabah

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan bagi nasabah untuk mendapatkan kualitas service/pelayanan yang terbaik dari bank.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sebagai kajian bagi penulis sangat penting untuk mengetahui hubungan antara penelitian yang dilakukan sebelumnya dengan penelitian saat ini serta dapat terhindar dari duplikasi. Hal ini bermanfaat untuk menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan tersebut mempunyai arti penting sehingga dapat diketahui kontribusi ini terhadap perkembangan ilmu pengetahuan.

Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya, penelitian tersebut sebagai berikut: Kazi Omar Siddiqi (2011 hal : 12-36) pernah melakukan penelitian tentang “Keterkaitan Antara Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di Sektor Perbankan di Bangladesh”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan keterkaitan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di sektor perbankan di Bangladesh. Data di peroleh dengan melakukan survei melalui, ukuran sampel, kuisioner yang digunakan sebanyak 100 nasabah bank, dan analisis data menggunakan korelasi product moment. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan terkait positif dengan kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan secara positif terkait dengan loyalitas pelanggan. Dimensi Empati menunjukkan memiliki nilai tertinggi dengan

kepuasan konsumen dan Tangibility menunjukkan berkorelasi paling rendah dengan kepuasan pelanggan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bank Syariah merupakan bank yang pelaksanaannya berdasarkan hukum islam (Syariah) dan di dalam kegiataannya tidak membayarkan maupun membebankan bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank, Perjanjian akad yang terdapat diperbankan syariah harus tunduk kepada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariah (Ismail, 2013 : 31).

Bank syariah sebagai lembaga intermediasi antara pihak investor yang menginvestasikan dananya di bank kemudian bank syariah menyalurkan dananya kepada pihak lain yang membutuhkan dana. Investor yang menempatkan dananya akan mendapatkan imbalan dari pihakpihak bank dalam bentuk bagi hasil atau bentuk lainnya yang disahkan dalam syariah islam. Bank syariah menyalulurkan dananya kepada pihak yang membutuhkan pada umumnya dalam akan jual beli dan kerjasama usaha. imbalan yang diperoleh dalam margin keuntungan, bentuk bagi hasil, dan atau bentuk lainnya sesuai dengan syariah islam.

b. Landasan Hukum

Pada dasarnya, pendirian perbankan syariah mempunyai dua tujuan utama. Yang pertama yaitu menghindari riba dan yang kedua yaitu mengamalkan prinsip-prinsip syariah.

Rasullah SAW dalam beberapa sabdanya banyak yang menyinggung tentang pengharaman riba, seperti sabda Rasulullah yang artinya:

“Rasulullah melaknat orang yang memakan riba, orang yang member makan dengan riba, penulis dan saksi riba. Kemudian mereka bersabda mereka semua adalah sama” (HR. Muslim).

c. Fungsi dan Peranan Bank Syariah

Fungsi bank syariah adalah sebagai lembaga perantara keuangan dari pihak yang membutuhkan dana dan pihak yang memiliki dana. Sebagai lembaga perantara keuangan, bank syariah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan investasi, serta menyalurkan dalam bentuk pembiayaan diperbolehkan dalam syariah. Penghimpunan dana yang dilakukan oleh bank syariah pada umumnya dapat dilakukan dengan menggunakan akad *wadiah* dan *mudharabah* (Ismail, 2013 : 39).

d. Kegiatan Bank Syariah

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan Syariah pada bab IV pasal 19 ayat 1 di jelaskan usaha bank umum syariah meliputi:

1. Menghimpun dana dalam bentuk simpaan berupa tabungan, giro atau dalam bentuk lainnya yang di persamakan itu dengan akad waldi'ah atau akad yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
2. Menghimpun dana dalam bentuk investasi berupa tabungan, deposito atau bentuk lainnya yang di persamakan dengan itu dengan prinsip mudharabah atau akad yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
3. Menyalurkan pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad mudharabah, akad musyarakah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah
4. Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad murabahah, akad salam, akad istihna atau akhad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
5. Melakukan pengembalian utang berdasarkan akad hawalah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

2.2.2 Pengertian Jasa

Definisi pelayanan menurut William J Stanton yang dikutip oleh Basu Swasta (2005 ; 182), mengatakan bahwa pelayanan adalah kegiatan yang dapat didefinisikan secara tersendiri, yang pada hakekatnya bersifat tidak teraba yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain menghasilkan pelayanan mungkin perlu atau mungkin pula tidak terdapat adanya perpindahan hak milik atas benda tersebut.”

Selanjutnya menurut Kotler & Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2009; 42) definisi pelayanan adalah ‘setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik.’

Dari definisi pelayanan tersebut pelayanan dapat dipahami bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen.

2.2.3 Karakteristik Jasa

Gilbert (2003, hal. 88) mendefinisikan bahwa 3 karakteristik dibedakan dari barang, yaitu tidak tampak secara fisik (*intangible*) tidak tahan lama (*personalibility*) dan dapat berubah setiap saat (*variability*).

Oleh karena itu dari definisi tersebut, maka jasa bisa dikarakteristikan sebagai berikut (Gilbert, 2003 hal. 90):

- a. Lebih bersifat tidak berwujud daripada berwujud (*more intangible than tangible*).
- b. Produksi dan konsumsi bersamaan waktu (*simultaneous production and consumption*).
- c. Kurang memiliki standar dan keseragaman (*less standardized and uniform*).

2.2.4 Kualitas Layanan

Kualitas layanan yang baik dikatakan sebagai salah satu faktor penting dalam keberhasilan suatu bisnis. Fandy Tjiptono (2014; 268) merumuskan kualitas jasa sebagai berikut: “Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.”

Menurut Wyckof yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2014; 268), kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Dari definisi diatas dapat dipahami bahwa kualitas layanan ditunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Pelanggan yang merasa puas dengan kualitas pelayanan akan menggunakan kembali jasa yang di keluarkan oleh perusahaan dan akan memberikan informasi kepada orang lain mengenai produk jasa yang di nikmatinnya sehingga dapat menarik pelanggan yang baru.

2.2.5 Dimensi Kualitas Layanan

Othman *et al* (2001, hal. 12-36) mengemukakan bahwa CARTER merupakan instrumen yang dapat digunakan untuk mendefinisikan dan mengukur kualitas layanan perbankan syariah dan untuk menciptakan alat berkualitas penilaian berguna. Ini mencakup di samping sesuai dengan hukum dan prinsip-prinsip semua SERVQUAL lima dimensi Islam.

Carter yang di kembangkan oleh Othman *et al* (2001, hal. 12-36)

yaitu:

a. *Compilance* (Kepatuhan)

Dimensi ini menjelaskan kemampuan untuk memenuhi dengan Hukum Islam dan beroperasi di bawah prinsip-prinsip perbankan dan ekonomi Islam.

b. *Assurance* (Jaminan)

Dimensi ini adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan. Ini juga termasuk verbal dan tertulis komunikasi antara staf bank dan pelanggan.

c. *Reability* (Reabilitas)

Merupakan kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan, ketergantungan dan akurasi.

d. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Merupakan penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan materi komunikasi.

e. *Empaty* (Empati)

Merupakan kepedulian, perhatian individual yang bank syariah menyediakan untuk pelanggannya.

f. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Dimensi ini adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.

2.2.6. Kepuasan konsumen

a. Pengertian Kepuasan

Menurut (Kotler & Armstrong, 2001, hal. 46) mendefinisikan kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Pentingnya kepuasan konsumenn saling berkaitan dengan persaingan yang semakin ketat dari segi keuntungan dan kerugian. Keuntungan memang tidak selalu ditentukan oleh faktor kepuasan konsumen, akan tetapi oleh kepercayaan dan kesetiaan konsumen terhadap suatu jasa perusahaan. Faktor yang mempengaruhi di tengah ketatnya persaingan, kesetiaan konsumen menjadi hal yang sangat sulit dipertahankan. (Tjiptono, 2011, hal. 349) mendefinisikan bahwa : 'Kepuasan konsumen adalah tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa'.

Kepuasan pelanggan sangat berkontribusi pada aspek krusial. Seperti meningkatnya reputasi perusahaan, elastisitas harga, terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya efisiensi dan berkurangnya biaya transaksi masa depan dan produktifitas karyawan, disamping itu kepuasan pelanggan juga dipandang sebagai salah satu indikator laba terbaik untuk di masa depan. Ketidakpuasan bisa berpengaruh negatif terhadap merek maupun produsen/penyedia jasa sebab kepuasan pelanggan berpengaruh pada berkurangnya pembelian ulang atas merek tersebut dan penyedia jasa

karena loyalitas pelanggan yang kecewa terhadap penyedia jasa maupun produsen.

b. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler yang dikutip dalam (Tjiptono, 2011, hal. 315) ada empat metode yang dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

1) Sistem Keluhan dan Saran

Media yang di gunakan bisa kontak sarang yang di letakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah di akses atau sering di kunjungi pelanggan) informasi yang di peroleh dari metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga untuk perusahaan.

2) *Ghost shopping*

Dengan cara memperkerjakan beberapa orang Ghost Shoppers untuk berperan sebagai pelanggan potensial jasa perusahaan dan pesaing. Mereka diminta melaporkan berbagai temuan penting berdasarkan pengalaman mengenai kekuatan dan kelemahan jasa perusahaan dibandingkan para pesaing.

3) *Lost Costumer Analysis*

Perusahaan seharusnya menghubungi para pelanggan yang telah membeli atau yang telah beralih ke pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penempurnaan selanjutnya.

4) *Survei* Kepuasan Pelanggan

Melalui metode survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka.

c. Skala Pengukuran

Menurut Hanan dan Karap dikutip dalam (Tjiptono, 2011, hal. 103) mengidentifikasi beberapa di antara nya yang banyak di terapkan sebaagai berikut :

1) Skala 2 poin

Apakah perusahaan XYZ mengantar produknya tepat waktu

Ya - Tidak

2) Skala 4 point

Berdasarkan pengalaman anda hari ini, seberapa puas anda dengan kunjungan kepusat kebugaran kampus

1 sangat tidak puas 2 tidak puas 3 puas 4 sangat puas

3) Skala 5 point

Secara keseluruhan bagaimana penilaian anda kualitas layanan PT PQR selama tiga bulan terakhir?

1 sangat tidak memuaskan 2 tidak memuaskan 3 Netral

4 memuaskan 5 sangat memuaskan

4) Skala 7 point

Bagaimana penilaian anda terhadap kualitas layanan room-service hotel kami?

1 sangat tidak puas 2 tidak puas 3 agak tidak puas 4 biasa-biasa saja 5 agak puas 6 puas 7 sangat puas

5) Skala 10 point

Berdasarkan pengalaman anda sebagai nasabah XYZ, seberapa puas anda terhadap pelayanannya?

1 sangat tidak puas-----10 sangat puas

6) Skala 101 point

Secara keseluruhan, seberapa puas anda terhadap jasa pengiriman paket PT.DFT ?

0% Tidak Puas sama sekali----- 100% Sangat Puas

d. Manfaat Kepuasan Pelanggan

(Tjiptono, 2011, hal. 140) mengungkapkan bahwa Kepuasan pelanggan melalui berbagai riset, bahwa retensi pelanggan yang di landasi kemampuan membangun orientasi pelanggan dapat memberikan manfaat

1) Kesiediaan untuk membayar harga premium

Pelanggan yang puas cenderung menghadapi biaya pengalihan (*switching cost*), baik yang sifatnya ekonomis maupun psikologis, jika pindah ke pemasok lain. Dalam banyak kasus pelanggan yang puas tidak akan mudah tergiur untuk beralih ke perusahaan lain yang menawarkan harga yang lebih murah.

2) Loyalitas pelanggan

Dalam masa sulit atau kritis, pelanggan yang loyal dan committed bisa sangat membantu perusahaan untuk bangkit kembali. Pengalaman merek analgesik Tylenol sewaktu menghadapi krisis korporasi bahwa dukungan dan kepercayaan pelanggan menjadi salah satu sumber kekuatan yang bisa mempengaruhi daya survival perusahaan

3) Gethok tular positif (*positive word of-mouth*)

Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa perusahaan sangat berharga dan bisa menjadi semacam “duta besar” perusahaan yang berpotensi menyebarkan pengalaman dan gethok tular positifnya kepada orang lain.

4) *One-stop shopping*

Pelanggan yang puas dan loyal cenderung tidak mudah beralih ke pemasok lain. Kenyamanan dan kemudahan one-stop shopping di tunjang juga dengan customer trust akan mewujudkan ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang.

5) Inovasi produk dan jasa baru

Pelanggan bisa menjadi ide potensial bagi pengembang produk dan jasa baru. Kebutuhan yang belum terpenuhi dan permasalahan yang di hadapi pada produk dan jasa saat ini.

2.2.7 Loyalitas Konsumen

a. Pengertian Loyalitas

Konsep loyalitas pelanggan adalah pelanggan lebih banyak di kaitkan dengan perilaku (behaviour) dari pada sikap (attitude) Bila seseorang merupakan pelanggan yang loyal, maka orang tersebut akan menunjukkan perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian non random (tidak acak) yang di ungkapkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan (Griffin, 2005 hal. 5).

Loyalitas didefinisikan sebagai suatu komitmen yang mendalam untuk mengulang pembelian terhadap suatu produk atau jasa tertentu secara konsisten dimasa mendatang, walaupun pengaruh situasional dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk mengubah perilaku tersebut. Terdapat 4 jenis loyalitas (Griffin, 2005 hal. 22)

1. Tanpa Loyalitas

Terdapat pada pelanggan yang terindikasi tidak mengembangkan loyalitasnya terhadap suatu produk atau jasa tertentu. Secara umum perusahaan harus menghindari pembelian jenis ini, karena mereka tidak akan pernah menjadi pelanggan yang loyal.

2. Loyalitas Lemah

Keterkaitan yang rendah dibuang dengan pembelian berulang yang tinggi akan menghasilkan loyalitas yang lemah. Ini adalah jenis pembelian karena kami selalu menggunakannya atau karena sudah terbiasa.

3. Loyalitas Tersembunyi

Tingkat potensi yang relative tinggi digabung dengan tingkat pembelian yang rendah menunjukkan loyalitas tersembunyi.

4. Loyalitas Premium

Adalah jenis loyalitas yang paling dapat ditingkatkan, terjadi bila tingkat keterkaitan yang tinggi, dan tingkat pembelian yang berulang pula. Ini merupakan jenis loyalitas yang paling disukai perusahaan. Pada tingkat preferensi tersebut, orang bangga karena menemukan dan menggunakan prosuk tertentu dan senang membagi pengetahuan mereka dengan rekan, keluarga maupun orang lain.

2.2.8 Hubungan Antar Variabel Penelitian

a. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Untuk menjadikan perusahaan jasa yang bersaing dan mempunyai kualitas yang baik tentunya perusahaan jasa tersebut harus mengedepankan kualitas layanan yang baik, banyak pakar meneliti seperti Parasuraman *et al* (1985, hal. 41-50) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan merupakan fungsi dari perbedaan antara harapan dan kinerja sepanjang dimensi kualitas, dalam dimensi kualitas tersebut kualitas layanan sangat berpengaruh dalam kepuasan pengguna jasa tersebut.

Perusahaan jasa yang baik tentunya tidak luput dalam mengedepankan kepuasan konsumennya, kepuasan konsumen merupakan salah satu penilaian yang di berikan oleh konsumen kepada kualitas layanan yang di berikan oleh pihak perusahaan jasa seperti bank. Dalam literatur pelayanan, oliver dalam Amin dan Isa (2008 hal. 191-209)

menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan mensyaratkan penuh atas harapan pelanggan pada produk dan jasa yang diinginkan. Jika kinerja pelayanan yang diberikan melebihi harapan pelanggan, mereka merasa puas. Jika tidak, mereka tidak merasa puas De wulf dalam Amin dan Isa (2008 hal. 191-209).

Hal ini sependapat dengan Beerli *et al* dalam Siddiqi (2011 hal. 12-36) yang menyatakan ada hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Banyak peneliti menemukan bahwa kualitas pelayanan adalah anteseden dari kepuasan pelanggan (Bedi dalam Siddiqi, 2011 hal. 12-36). Jamal dan Naser dalam Siddiqi (2011 hal. 12-36) menyatakan bahwa kualitas adalah anteseden dari kepuasan pelanggan. Yee *et al* dalam Siddiqi (2011 hal. 12-36) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

b. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah

Dalam mengedepankan kualitas layanan yang baik tentunya kepuasan nasabah perlu diutamakan, karena kepuasan pelanggan adalah hal yang berharga bagi perusahaan untuk merekomendasikan kepuasan atas jasa yang di berikan perusahaan kepada pelanggan. Semakin puas seorang konsumen akan menjadikan loyalitasnya menjadi semakin tinggi. Kepuasan konsumen adalah salah satu hal penting dalam pemasaran, yang berfungsi untuk menghubungkan puncak proses pembelian dan konsumsi

pembeli dengan fenomena seperti perubahan sikap, pembelian ulang, dan kesetiaan merek (Mishra dalam Siddiqi, 2011 hal : 12-36).

Prabhakaran dalam Siddiqi (2011 hal : 12-36) menyebutkan bahwa konsumen adalah raja, tingginya kepuasan konsumen adalah penting dalam menjaga pelanggan yang setia. Banyak peneliti menemukan adanya hubungan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen, Pont dan Mcquilken dalam Siddiqi (2011 hal : 12-36) menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan terkait dengan kepuasan konsumen. Kumar *et al* dalam Siddiqi (2011 hal : 12-36) menyimpulkan bahwa tingginya kepuasan konsumen akan menyebabkan tingginya loyalitas konsumen. Penelitian Siddiqi (2011 hal : 12-36) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan secara positif terkait dengan loyalitas pelanggan. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

H2: Kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

c. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah

Untuk menjadi perusahaan jasa yang bersaing secara kompetitif dengan perusahaan lainya, tentunya perusahaan jasa harus mengedepankan *service quality* pada pelanggan/nasabahnya. Karena kualitas layanan yang baik akan mempengaruhi nasabah tersebut loyal dan tidak dan juga salah satu faktor untuk menjadi kunci sukses sebuah perusahaan jasa seperti bank.

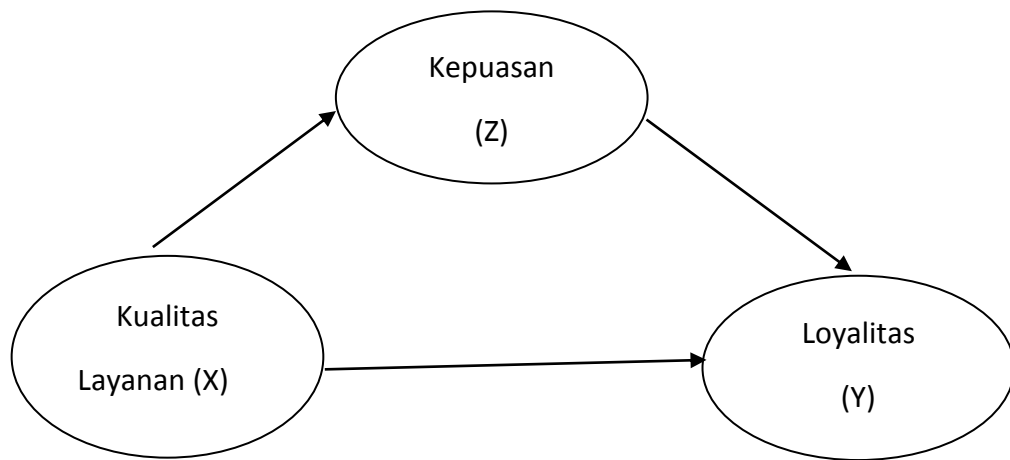
Kualitas layanan yang di berikan perusahaan tentunya akan meningkatkan loyalitas konsumen, beberapa penelitian menyebutkan

bahwa kualitas pelayanan dapat meningkatkan loyalitas seorang konsumen. Penelitian Siddiqi (2011 hal : 12-36) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terkait positif dengan loyalitas pelanggan. (Chang *et al* dalam Siddiqi (2011 hal : 12-36) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. (Tariq and Moussaoui dalam Siddiqi (2011 hal : 12-36) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah prediktor dari loyalitas kosnumen. Veloutsou *et al* dalam Siddiqi (2011 hal : 12-36) menemukan hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah bank. Dan Caruan dalam Siddiqi (2011 hal : 12-36) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen saling berhubungan. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

H3: Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

2.3 Model Kerangka Penelitian

Berdasarkan rumusan dan tujuan penelitian maka dapat disusun kerangka pemikiran dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan mempengaruhi langsung terhadap loyalitas konsumen atas produk atau jasa tertentu. Bila kualitas layanan produk/jasa tersebut di mata konsumen baik atau tinggi, maka menyebabkan tingginya loyalitas konsumen. Kemudian dari hubungan kedua variabel ini, akan dimediasi oleh variabel kepuasan konsumen. Dengan adanya mediasi ini, akan diketahui bagaimana kontribusi dari variabel kepuasan konsumen terhadap hubungan langsung antara kualitas layanan terhadap loyalitas. Sehingga di dalam penelitian ini akan di peroleh kesimpulan pengaruh langsung kualitas layanan terhadap loyalitas dan pengaruh tidak langsung dari kualitas layanan terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan konsumen.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukann dengan penelitian eksplanatori yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel yang diteliti serta hubunngan antara satu dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2005, hal.21).

3.2 Lokasi dan Obyek Penelitian

1. Lokasi penelitian ini terdapat di Kota Yogya dan Kab.Sleman
2. Obyek penelitian yang akan diambil adalah nasabah Bank Mandiri Syariah yang tinggal di Wilayah Kota Yogya dan Kab.Sleman.

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut pendapat (Kuncoro, 2009, hal.118) populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian di mana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Mandiri Syariah yang tinggal di Wilayah Kota Yogya dan Kab.Sleman.

2. Sampel

Definisi sampel menurut (Agung, 2012, hal.33) adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Ukuran sampel memegang peranan penting dalam estimasi dan interpretasi hasil-hasil SEM. Berdasarkan asumsi *Structural Equation Modelling* (SEM), (Ghozali, 2006) menganjurkan ukuran sampel untuk kepentingan pengujian hipotesis yang menggunakan SEM berkisar 100-200 responden. Berdasarkan pedoman ini, maka sampel yang diambil pada penelitian ini terdiri dari 100 nasabah Bank Mandiri Syariah di Wilayah Yogya dan 100 nasabah Syariah di Wilayah Sleman.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Metode yang digunakan dalam mengambil sampel ini adalah dengan *non random sampling* dimana peneliti tidak memberikan kesempatan yang sama pada anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel (Sugiyono, 2003, hal.74-78). Penggunaan *non random sampling* diketahui berdasarkan banyaknya jumlah populasi nasabah Bank Mandiri Syariah di Wilayah Yogya dan Sleman Yogyakarta tidak diketahui. Dengan pertimbangan tersebut maka teknik sampling yang sangat mendukung adalah *accidental sampling*. Metode *Sampling Aksidental* adalah teknik yang menentukan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2001, hal.60).

Penggunaan teknik ini dikarenakan cara pengambilan sampel dilakukan secara kebetulan ditemui ditempat penelitian dan hal ini dianggap sudah dapat mewakili sampel penelitian, sehingga mempermudah peneliti dalam pengambilan sampel, menghemat tenaga dan waktu.

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan penentuan variabel, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran penentuan variabel yang lebih baik (Indriantoro & Supomo, 2002, hal.61).

Operasional variabel ini meliputi persepsi kualitas produk, persepsi nilai yang meliputi (persepsi nilai fungsional, persepsi nilai emosional, dan persepsi nilai sosial), kepuasan, dan minat beli ulang.

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kualitas layanan	Kualitas layanan sebagai totalitas bentuk/karakteristik barang/jasa yang menunjukkan kemampuan untuk memuaskan kebutuhan tersebut	Indikator yang digunakan untuk pengukuran kualitas layanan menggunakan metode SERVQUAL yang diadopsi dari kuisisioner peneitian yang telah

		dilakukan oleh Siddiqi (2011, hal. 12-36), Othman dan Owen (2000), dan Amin dan Isa (2008, hal, 201-209)
Kepuasan	Kepuasan merupakan keseluruhan penilaian dari suatu pengalaman pembelian dan konsumsi atas barang ataupun jasa	Indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen adalah mengadopsi dari kuisisioner penelitian yang telah dilakukan oleh Amin dan Isa (2008, Hal. 201-209)
Loyalitas konsumen	Loyalitas konsumen merupakan komitmen yang mendalam untuk membeli ulang atau mengulangi preferensi produk atau layanan dimasa yang akan datang, yang menyebabkan pembelian berulang merek yang sama, walaupun ada keterlibatan faktor situasional dan upaya	Indikator loyalitas mengadopsi dari kuesioner penelitian yang telah dilakukan oleh Siddiqi (2011 Hal, 12-36)

	pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku berpindah merk.	
--	--	--

3.6 Pengukuran Variabel

Skala pengukuran (*measurement scale*) didefinisikan sebagai suatu alat yang digunakan untuk memberikan angka terhadap objek/kejadian empiris (Kuncoro, 2009, hal.169).

Dalam hal ini peneliti menggunakan skala likert yaitu untuk mengukur pendapat, sikap, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. (Agung, 2012, hal.44). Dalam skala likert variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Skala likert yang digunakan untuk mengukur variabel bebas dan variabel tidak bebas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut: 1. Sangat tidak setuju, 2. Tidak setuju, 3. Setuju, 4. Sangat setuju.

Dalam skala likert semua dari jawaban diberi bobot nilai yang relevan kemudian ditambah untuk mendapatkan suatu jumlah dan nilai rata-rata dari masing-masing responden dapat dikelompokkan dalam kelas interval dengan jumlah kelas = 4 sehingga intervalnya dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{NilaiMaksimal} - \text{NilaiMinimal}}{\text{JumlahKelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

Dari informasi perhitungan interval diatas dapat ditentukan skala distribusi kriteria pendapat, sehingga dapat diketahui penilaian responden sebagai berikut;

Nilai jawaban 1,00 s/d 1,74 = Sangat Rendah

Nilai jawaban 1,75 s/d 2,49 = Rendah

Nilai jawaban 2,50 s/d 3,24 = Tinggi

Nilai jawaban 3,25 s/d 4.00 = Sangat Tinggi

3.7 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yaitu, data di peroleh dari sumber pertama baik dari individu maupun perorangan, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisisioner (Indiantoro dan Supomo, hal. 146-147).

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Instrumen yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Menurut (Agung, 2012, hal.63) angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penyebaran angket kepada responden merupakan mekanisme pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan untuk mengukur variabel penelitian. Metode ini akan digunakan untuk memperoleh data mengenai kualitas layanan dan kepuasan dan loyalitas nasabah bank Mandiri Syariah di Wilayah Yogya dan Sleman.

3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Analisis ini digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan untuk dapat melakukan fungsi ukurannya semakin tepat pula pengukur tersebut mengenai sasaran, dan sebaliknya semakin rendah suatu alat ukur maka semakin jauh pula alat tersebut mengenai sasarannya. Validitas yang di uji dalam penelitian ini merupakan validitas kosntruk (*construct validity*). Validitas ini merupakan konsep pengukuran validitas dengan cara menguji apakah suatu instrumen mengukur *construct* sesuai dengan apa yang dipermasalahkan seberapa jauh item-item tes mampu mengukur apa yang hendak benar-benar diukur sesuai dengan konsep khusus atau definisi konseptual yang telah ditetapkan.

Untuk mengukur validitas kuisisioner diperlukan ketepatan atau kecermatan yang diberikan kepada responden maka diperlukan korelasi memonet menurut (Sugiyono, hal 2). Pengujian validitas ditunjukkan dengan adanya korelasi terhadap item. Yaitu dengan mengkorelasikan skor item dengan skor variabel. Teknik korelasinya menggunakan *pearson cirrelations*, menggunakan bantuan program SPSS versi 21 teknik pengujian yang sering d gunakan para peneliti untuk uji validitas. Item pertanyaan dinyatakan valid apabila memiliki nilai probabilitas tingkat signifikan $<5\%$ (0,05).

b. Uji Reabilitas

Reabilitas yang di uji dalam penelitian ini merupakan reabilitas konsistensi internal. Konsep reabilitas menurut pendekatan ini ialah konsistensi dari tes dalam mengukur apa yang seharusnya diukur dalam suatu instrumen.. Untuk mengukur konsistensi internal, peneliti hanya memerlukan sekali pengujian dengan cara menggunakan teknik statistik tertentu terhadap skor yang diperoleh dari jawaban responden yang dihasilkan dari penggunaan instrumen yang bersangkutan. Teknik yang digunakan untuk mengukur konsistensi internal dalam penelitian ini dengan teknik Cronbach's Alpha (Ghozali, 2005, Hal 41). Apabila nilai Cronbach's Coefficient Alpha lebih besar dari 0,6 maka kuisisioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan reliabel. Jika nilai Cronbach's Coefficient Alpha lebih kecil 0,6 maka kuisisioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan tidak reliabel. 0,6, maka kuisisioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan *reliabel*.

3.10 Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan:

3.10.1 Structural Equation Modeling (SEM)

SEM adalah teknik multivariate yang mengkombinasikan aspek regresi berganda dan analisis faktor untuk mengestimasi serangkaian hubungan ketergantungan secara stimulan (Hair et al, 1998, Hal. 41-50). Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan program AMOS

untuk menganalisis hubungan kausalitas dalam model struktural yang diusulkan. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan sebelum melakukan pengujian model struktural dengan pendekatan SEM, yaitu:

a. Asumsi Kecukupan Sampel

Sampel yang harus dipenuhi dalam permodelan ini berjumlah 100 hingga 200 sampel atau 5 kali estimated parameter yang digunakan (Hair et al, 1998, Hal. 41-50)

b. Asumsi Normalitas

Dalam SEM terutama bila estimasi dengan teknik maximum likelihood mensyaratkan sebaliknya asumsi normalitas pada data terpenuhi. Untuk menguji asumsi normalitas maka digunakan nilai Z statistik untuk skewen dan kurtosisnya. Curran et al (dalam Ghozali dan Fuad, 2005, Hal. 29) membagi distribusi data menjadi 3 bagian, yaitu:

1. Normal jika nilai skewness kurang dari 2 dan nilai kurtosis kurang dari 7.
2. Modertely non-normal, yaitu besarnya data yang tidak normal adalah sedang. Nilai skewness antara 2 sampai 3 dan nilai kurtosis antara 7 sampai 22.
3. Extremely non-normal, yaitu distribusi data yang tidak normal sangat besar dimana nilai skewness diatas 3 dan nilai kurtosis diatas 21.

c. Asumsi Outliers

Outliers adalah data yang menyimpang terlalu jauh dari observasi lainnya dan muncul dalam bentuk ekstrim, baik untuk variabel tunggal atau kombinasi. Adanya outliers ini akan membuat analisis terhadap serangkaian data menjadi bias, atau tidak mencerminkan fenomena yang sebenarnya. Hair et al (dalam Ferdinand, 2002, Hal 97). Dalam analisis multivariate adanya outliers dapat di uji dengan statistik Chi Square (χ^2) terhadap nilai Mahalanobis distance square pada tingkat signifikansi 0,001 dengan degree of freedom sejumlah variabel yang digunakan dalam penelitian (Ferdinand, 2002, hal 103). Didalam hal ini variabel yang dimaksud ialah jumlah pengukuran pada model, bila terdapat observasi yang mempunyai nilai Mahalanobis distance square yang lebih besar dari Chi Square maka observasi tersebut di keluarkan dari analisis. Umumnya perlakuan terhadap outliers adalah dengan mengeluarkan dari data dan tidak diikutsertakan dalam perhitungan berikutnya. Bila tidak terdapat alasan khusus untuk mengeluarkan outliers, maka observasi dapat diikutsertakan dalam analisis selanjutnya, evaluasi outliers ini dilakukan dengan bantuan program computer AMOS.

d. Evaluasi Atas Kriteria Goodness Of Fit.

Dalam analisisnya Structural Equation Modeling (SEM) tidak ada alat uji untuk menguji hipotesis mengenai model (Hair et al, 1998, 41-50) akan tetapi sebagai indeks yang digunakan untuk mengukur derajat

kesesuaian antara model yang di tampilkan. Fit indeks yang digunakan meliputi sebagai berikut:

1) Chi Square

Tujuan analisis ini ialah mengembangkan dan menguji apakah sebuah model yang sesuai dengan data, Chi square bersifat sensitif terhadap sampel yang terlalu kecil ataupun yang terlalu besar. Oleh karena itu pengujian ini di lengkapi dengan alat uji yang lain. Nilai Chi square merupakan ukuran mengenai buruknya fit suatu model (Ghozali dan fuad, 2005. Hal, 29).

2) Goodness Of Fit Index (GFI)

Indeks merupakan pengujian atau kecocokan model secara menyeluruh yang dihitung dari residual kuadrat dari model yang diprediksi dibandingkan data yang sebenarnya. Nilai GFI > 0,90 mengisyaratkan model yang di uji memiliki kesesuaian yang baik.

3) Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)

RMSEA merupakan ukuran yang mencoba memperbaiki kecenderungan statistic chi square menolak model dengan jumlah sampel yang besar. Nilai RMSEA antara 0,05 dan 0,08 menindikasikan indeks yang baik untuk menerima sebuah kesesuaian model.

4) Adjusted Goodness Fit Of Indeks

Indeks ini merupakan pengembangan dari Goodness Fit Of Indeks yang telah di sesuaikan dengan ratio dari degree of freedom

(Ghozali dan Fuad, 2005. Hal 31) . Analog dengan R^2 pada regresi berganda nilai yang direkomendasikan adalah $AGFI > 0,90$, Semakin besar nilai AFGI maka semakin baik kesesuaian yang dimiliki model

5) Tucker Lewis Index (TLI)

TLI merupakan indeks kesesuaian incremental yang membandingkan model yang diuji dengan baseline model. TLI digunakan untuk mengatasi permasalahan yang timbul akibat kompleksitas model. Nilai penerimaan yang direkomendasikan adalah nilai $TLI \geq 0,90$, TLI merupakan indeks yang kurang dipengaruhi oleh ukuran sampel.

6) Normed Fit Index (NFI)

Indeks ini juga merupakan ukuran perbandingan antara proposed model dan null model (Ghozali, 2005, Hal. 31). Nilai yang direkomendasikan adalah $NFI \geq 0,90$.

7) Comparatif Fit Index (CFI)

CFI juga merupakan indeks kesesuaian instrumental. Besaran indeks ini adalah dalam rentang 0 sampai 1 dan nilai yang mendekati 1 mengindikasikan model memiliki tingkat kesesuaian yang baik. Indeks ini sangat dianjurkan untuk dipakai karena indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi oleh kerumitan model. Nilai penerimaan yang direkomendasikan adalah $CFI \geq 0,90$ (Ghozali dan Fuad, 2005, Hal. 31).

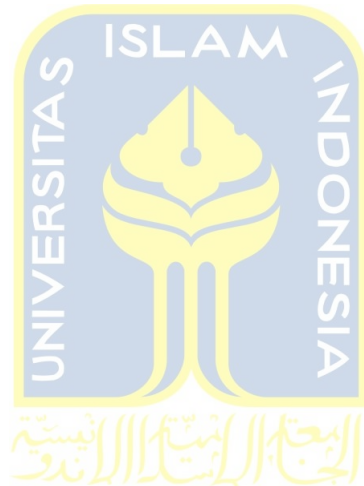
8) Normed Chi Square (CMIN/DF)

CMIN/DF adalah ukuran yang diperoleh dari nilai chi square dibagi dengan degree of freedom. Indeks ini merupakan indeks kesesuaian parsimonious yang mengukur hubungan goodness of fit model dan jumlah-jumlah koefisien estimasi yang diharapkan untuk mencapai yang diharapkan untuk mencapai tingkat kesesuaian. Nilai yang direkomendasikan untuk menerima adalah $CMIN/DF < 2,0$ atau $3,0$.

3.10.2 Analisis Perbedaan Kualitas Layanan, Kepuasan dan Loyalitas

Untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan hasil pengamatan pada kelompok nasabah Bank Mandiri Syariah di wilayah Yogya dan kelompok nasabah Bank mandiri Syariah di wilayah Sleman digunakan analisis uji t. Karena data bersifat independen maka digunakan uji t (*independent sample t-test*). Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Mandir Syariah di wilayah Yogya dan nasabah Bank Mandiri Syariah di wilayah Sleman. Uji t digunakan untuk membandingkan rata-rata kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas antara Bank Mandiri Syariah di wilayah Yogya dan Bank Mandiri Syariah di wilayah Sleman. Uji t dilakukan dengan bantuan program *SPSS 16 for windows* dengan taraf signifikansi 5%. Kriteria keputusan yang digunakan yaitu tolak H_0 dan terima H_a jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Adapun rumusan hipotesis:

- H_0 : Tidak terdapat perbedaan yang signifikan rerata kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas antara Bank Mandiri Syariah di wilayah Yogya dan Bank Mandiri Syariah di wilayah Sleman.
- H_a : Terdapat perbedaan yang signifikan rerata kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas antara Bank Mandiri Syariah di wilayah Yogya dan Bank Mandiri Syariah di wilayah Sleman.



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dan mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri di Yogya dan Sleman Yogyakarta. Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap yaitu analisis instrumen penelitian, analisis deskriptif dan analisis *Structural Equation Modelling* dengan program AMOS 21.

Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 200 eksemplar, dan seluruhnya dapat dikembalikan dengan baik, tidak ada kuesioner yang datanya rusak/cacat sehingga total data yang diolah sebanyak 200 data. Selanjutnya dari data yang diperoleh dilakukan analisis data yang terdiri dari uji instrumen, analisis deskriptif dan uji hipotesis.

4.1. Uji Instrumen

4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk memilih item-item pertanyaan yang relevan untuk dianalisis. Uji validitas dengan melihat korelasi antar skor masing-masing item pertanyaan dengan skor total (*item total corelatiaon*). Perhitungan validitas ini dilakukan dengan rumus teknik *korelasi product*

moment peron. Untuk mengetahui apakah nilai korelasinya signifikan atau tidak, maka diperlukan tabel signifikan nilai *r product moment*. Hasil uji validitas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.1. berikut :

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan

Dimensi	Item	r hitung	p-value	Keterangan
Compliance	KL1	0.536	0.000	Valid
	KL2	0.492	0.000	Valid
	KL3	0.328	0.000	Valid
	KL4	0.460	0.000	Valid
	KL5	0.383	0.000	Valid
	KL6	0.313	0.000	Valid
	KL7	0.510	0.000	Valid
Assurance	KL8	0.456	0.000	Valid
	KL9	0.475	0.000	Valid
	KL10	0.524	0.000	Valid
	KL11	0.519	0.000	Valid
	KL12	0.553	0.000	Valid
	KL13	0.524	0.000	Valid
Reliability	KL14	0.600	0.000	Valid
	KL15	0.548	0.000	Valid
	KL16	0.578	0.000	Valid
	KL17	0.602	0.000	Valid
	KL18	0.581	0.000	Valid
	KL19	0.585	0.000	Valid
Tangibles	KL20	0.596	0.000	Valid

	KL21	0.631	0.000	Valid
	KL22	0.540	0.000	Valid
	KL23	0.525	0.000	Valid
	KL24	0.561	0.000	Valid
	KL25	0.587	0.000	Valid
	KL26	0.438	0.000	Valid
Empathy	KL27	0.565	0.000	Valid
	KL28	0.480	0.000	Valid
	KL29	0.558	0.000	Valid
	KL30	0.570	0.000	Valid
	KL31	0.610	0.000	Valid
	KL32	0.529	0.000	Valid
Responsiveness	KL33	0.616	0.000	Valid
	KL34	0.500	0.000	Valid
	KL35	0.541	0.000	Valid
	KL36	0.455	0.000	Valid
	KL37	0.497	0.000	Valid

Sumber ; Data primer diolah, 2018

Dari Tabel 4.1 dapat diketahui seluruh butir pertanyaan kualitas pelayanan memiliki nilai p value $< 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan dalam kuesioner dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.2
Uji Validitas Kepuasan

Variabel	Item	r hitung	p-value	Keterangan
Kepuasan	KP1	0.681	0.000	Valid
	KP2	0.639	0.000	Valid
	KP3	0.782	0.000	Valid
	KP4	0.787	0.000	Valid
	KP5	0.675	0.000	Valid
	KP6	0.711	0.000	Valid
	KP7	0.739	0.000	Valid
	KP8	0.744	0.000	Valid
	KP9	0.786	0.000	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas, diperoleh nilai p_value dari semua item kuesioner variabel kepuasan menunjukkan lebih kecil dari nilai signifikan 0,05 sehingga item-item kuesioner dari variabel tersebut valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Tabel 4.3
Uji Validitas Loyalitas Nasabah

Variabel	Item	r hitung	p-value	Keterangan
Loyalitas	L1	0.805	0.000	Valid
	L2	0.852	0.000	Valid
	L3	0.735	0.000	Valid
	L4	0.762	0.000	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.3 diatas, diperoleh nilai p_value dari semua item kuesioner variabel loyalitas menunjukkan lebih kecil dari nilai signifikan 0,05 sehingga item-item kuesioner dari variabel tersebut valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan *Cronboach's Alpha*, instrumen penelitian dikatakan reliabel jika memiliki *Cranboach Alpha Coefisien* di atas 0,6 (Ghozali, 2005). Hasil uji reliabilitas pertanyaan tentang variabel kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan loyalitas dapat diringkas sebagaimana yang tersaji dalam Tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4
Ringkasan Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Koefisien <i>Alpha Cronbach's</i>	Keterangan
Kualitas Layanan	0.925	Reliabel/Handal
Kepuasan	0.889	Reliabel/Handal
Loyalitas	0.793	Reliabel/Handal

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam Tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien *alpha crobach* pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,6. Dengan mengacu pada pendapat yang dikemukakan oleh Ghozali (2005) semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal. Sehingga butir-butir

pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.2 Gambaran Umum Responden

4.2.1 Analisis Karakteristik Responden

Analisis ini untuk memberikan gambaran konsumen, apakah dengan karakteristik konsumen yang berbeda-beda mempunyai penilaian yang sama ataukah tidak. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai karakteristik konsumen tersebut, yaitu: jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan, pendapatan, agama, alasan menjadi nasabah di BSM, lama menjadi nasabah, menjadi nasabah bank lain, dan bank utama.

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 200 responden diperoleh data tentang jenis kelamin responden. Adapun secara lengkap deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Pria	122	61%
Wanita	78	39%
Total	200	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2018.

Berdasarkan karakter jenis kelamin, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden adalah pria dengan persentase sebesar 61%. Hal ini dapat menggambarkan bahwa nasabah Bank Syariah Mandiri masih banyak

didominasi oleh kaum pria, artinya transaksi perbankan baik menyimpan/meminjam dana di bank lebih banyak dilakukan oleh laki – laki dibandingkan wanita.

2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Hasil deskriptif responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
Kurang dari 20 tahun	10	5%
20 - 30 tahun	84	42%
31 - 40 tahun	50	25%
41 - 50 tahun	41	20.5%
Lebih dari 50 tahun	15	7.5%
Jumlah	200	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2018

Hasil penelitian ini menunjukkan sebagian besar responden berusia antara 20 - 30 tahun yang memiliki persentase sebesar 42%. Sedangkan distribusi usia yang lain kurang dari 20 tahun sebesar 5%, antara 31 – 40 tahun sebesar 25%, antara 41 – 50 tahun sebesar 20,5% dan lebih dari 50 tahun sebesar 7,5%. Mayoritas nasabah Bank Syariah Mandiri di Bantul dan Sleman Yogyakarta dalam usia masih muda dan produktif, nasabah yang masih berusia muda merupakan pasar potensial bagi Bank Syariah Mandiri, sehingga dengan pelayanan yang baik diharapkan akan terbentuk kepuasan dan loyalitas.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Hasil deskriptif responden berdasarkan pekerjaan dapat ditunjukkan pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS	49	24.5%
Pegawai swasta	60	30.0%
Pegawai BUMN/D	18	9.0%
Wiraswasta	31	15.5%
Pelajar/mahasiswa	21	10.5%
Petani	2	1.0%
Buruh	6	3.0%
Lainnya	13	6.5%
Jumlah	300	100,0

Sumber : Hasil Olah Data, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan bahwa dari 200 responden sebagian besar adalah pegawai swasta yaitu sebanyak 60 orang atau sebesar 30%. Sedangkan distribusi pekerjaan yang lain menunjukkan PNS sebesar 24,5%, pegawai BUMN/D sebesar 9%, wiraswasta sebesar 15,5%, pelajar/mahasiswa sebesar 10,5%, petani sebesar 1%, buruh sebesar 3%, dan lainnya sebesar 6,5%. Dengan demikian mayoritas nasabah Bank Syariah Mandiri di Bantul dan Sleman Yogyakarta adalah pegawai swasta, karena untuk memudahkan transaksi baik untuk mengirim uang, investasi, dan mengajukan kredit membutuhkan jasa layanan bank.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Hasil deskriptif responden berdasarkan pendidikan dapat ditunjukkan pada Tabel 4.8

Tabel 4.8
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
SMP	16	8.0%
SMA	76	38.0%
Sarjana	95	47.5%
Lainnya	13	6.5%
Total	200	100.0%

Sumber: Hasil Olah Data, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui mayoritas responden yang menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri di Bantul dan Sleman Yogyakarta memiliki pendidikan terakhir sarjana (S1, S2, S3) yaitu sebanyak 95 orang (47,5%). Sedangkan distribusi pendidikan yang lain yaitu SMP sebesar 8%, SMA sebesar 38%, dan lainnya sebesar 6,5%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merupakan lulusan perguruan tinggi, sehingga diharapkan tingkat pengetahuan dan informasi tentang jasa perbankan juga tinggi, dan berdampak positif pada keputusannya menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri.

5. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan

Berdasarkan tingkat pendapatan responden, secara lengkap diklasifikasikan sebagai berikut.

Tabel 4.9
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Pendapatan	Jumlah	Persentase
Kurang dari Rp. 1.000.000	16	8.0%
Rp. 1.000.001 - 2.000.000	85	42.5%
2.000.001 - 3.000.000	35	17.5%
3.000.001 - 4.000.000	25	12.5%
4.000.001 - 5.000.000	24	12.0%
Lebih dari 5.000.000	15	7.5%
Jumlah	200	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2018.

Pendapatan responden sebagian besar antara 1.000.001 – 2.000.000 yaitu sebesar 42,5%. Sedangkan kurang dari 1 juta sebesar 8%, antara 2.000.001 – 3.000.000 sebesar 17,5%, antara 3.000.001 – 4.000.000 sebesar 12,5%, antara 4.000.001 – 5.000.000 sebesar 12%, dan lebih dari 5 juta sebesar 7,5%. Sebagian besar pendapatan responden antara 1 – 3 juta, artinya responden memiliki pendapatan tetap per bulan diatas UMR untuk wilayah DIY, sehingga bisa menyisihkan sebagian dari penghasilannya untuk ditabung maupun membayar angsuran kredit jika memiliki pinjaman di Bank Syariah Mandiri.

6. Karakteristik responden berdasarkan agama

Berdasarkan agama responden, secara lengkap diklasifikasikan sebagai berikut.

Tabel 4.10
Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

Agama	Jumlah	Persentase
Islam	184	92.0%
Kristen/Katholik	13	6.5%
Hindu	1	0.5%

Budha	2	1.0%
Total	200	100.0%

Sumber: Hasil Olah Data, 2018

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa sebagian besar agama responden adalah Islam yaitu sebesar 92%, dan sisanya agama Kristen sebesar 6,5%, Hindu dan Budha sebesar 1%. Hal ini disebabkan didalam ajaran agama Islam dianjurkan untuk menghindari riba, dan bank syariah merupakan pilihan yang tepat untuk menggunakan jasa perbankan.

7. Karakteristik responden berdasarkan alasan menjadi nasabah BSM

Berdasarkan alasan menjadi nasabah BSM, secara lengkap diklasifikasikan sebagai berikut.

Tabel 4.11
Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menjadi Nasabah BSM

Alasan Menjadi Nasabah BSM	Jumlah	Persentase
Berbasis syariah	96	48.0%
Teknologinya	33	16.5%
Jaringannya	29	14.5%
Lokasi	42	21.0%
Total	200	100.0%

Sumber: Hasil Olah Data, 2018.

Alasan menjadi nasabah BSM sebagian besar karena berbasis syariah yaitu sebesar 48%, karena lokasi sebesar 21%, teknologinya sebesar 16,5%, dan jaringannya sebesar 14,5%. Hal ini menunjukkan bahwa alasan nasabah memilih Bank Syariah Mandiri karena faktor berbasis syariah.

8. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Berikut akan ditunjukkan identitas responden berdasarkan lama menjadi nasabah.

Tabel 4.12
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Lama Menjadi Nasabah	Jumlah	Persentase
Kurang dari 1 tahun	75	37.5%
1 - 2 tahun	67	33.5%
3 - 4 tahun	51	25.5%
lebih dari 4 tahun	7	3.5%
Jumlah	200	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2018

Berdasarkan Tabel 4.12 menunjukkan bahwa sebagian responden menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri di yogya dan Sleman Yogyakarta kurang dari 1 tahun, hal ini menunjukkan bahwa nasabah belum lama menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri.

9. Karakteristik responden berdasarkan menjadi nasabah bank konvensional

Berdasarkan karrakteristik menjadi nasabah bank konvensional, secara lengkap diklasifikasikan sebagai berikut.

Tabel 4.13
Karakteristik Responden Berdasarkan Menjadi Nasabah Bank Konvensional

Menjadi Nasabah Bank Konvensional	Jumlah	Persentase
Ya	150	75%
Tidak	50	25%
Total	200	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden selain menjadi nasabah dari Bank Syariah Mandiri juga masih menjadi nasabah dari bank konvensional yaitu sebanyak 150 orang atau sebesar 75%.

10. Karakteristik responden berdasarkan menjadi bank utama

Berdasarkan karakteristik menjadi bank utama, secara lengkap diklasifikasikan sebagai berikut.

Tabel 4.14
Karakteristik Responden Berdasarkan Menjadi Bank Utama

Menjadi Bank Utama	Jumlah	Persentase
Bank syariah	93	46.5%
Bank konvensional	107	53.5%
Total	200	100.0%

Sumber: Hasil Olah Data, 2016.

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah menjadikan bank konvensional sebagai bank utama yaitu sebesar 53,5%. Hal ini menggambarkan masih rendahnya kepercayaan nasabah pada kinerja bank syariah.

4.2.2. Persepsi Nasabah terhadap Variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pada Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta

Penilaian didasarkan pada nilai rata – rata skor variabel. Untuk menginterpretasikan variabel penelitian dapat ditentukan dengan nilai rata-rata yang berpedoman pada batasan-batasan sebagai berikut :

Skor persepsi terendah adalah : 1

Skor persepsi tertinggi adalah : 4

$$4 - 1$$

$$\text{Interval} = \frac{\quad}{\quad} = 0,75$$

Sehingga diperoleh batasan persepsi adalah sebagai berikut :

1,00 – 1,75 = Sangat tidak setuju

1,76 – 2,50 = Tidak setuju

2,51 – 3,25 = Setuju

3,26 – 4,00 = Sangat setuju

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 4.15
Deskriptif Variabel Kualitas pelayanan

Indikator Kualitas pelayanan	Mean	Kategori
Bank Syariah Mandiri dalam operasionalnya sudah sesuai dengan prinsip-prinsip dan hukum islam	3.22	Baik
Bank Syariah Mandiri menerapkan ketentuan layanan produk secara Islami	3.25	Baik
Tidak ada pembayaran bunga baik dalam bentuk simpanan maupun pinjaman	3.01	Baik
Bank Syariah Mandiri memberikan penjelasan hak dan kewajiban nasabah sesuai syariat Islam pada awal pembukaan rekening	3.38	Sangat baik
Bank Syariah Mandiri menerapkan bagi hasil yang adil untuk tabungan	2.98	Baik
Bank Syariah Mandiri menerapkan bagi hasil yg adil untuk pinjaman/ kredit	2.97	Baik
Bank Syariah Mandiri diawasi oleh Dewan Syariah yang bertugas mengawasi agar produk dan layanannya sesuai dg syariat Islam	3.40	Sangat baik
Mean dimensi compliance	3.17	Baik
Pegawai Bank Syariah Mandiri mempunyai keterampilan (pegawai meyakinkan) sehingga	3.17	Baik

menimbulkan kepercayaan kepada nasabah		
Pegawai Bank Syariah Mandiri memiliki pengetahuan dan pengalaman yang baik mengenai produk bank yang ditawarkan	3.11	Baik
Bank Syariah Mandiri memberi pelayanan yang nyaman bagi nasabah	3.25	Baik
Karyawan bank mengetahui dan memberikan jawaban tepat atas pertanyaan nasabah	3.19	Baik
Bank Syariah Mandiri menjamin kerahasiaan informasi data nasabahnya	3.51	Sangat baik
Bank Syariah Mandiri memiliki citra dan reputasi yang baik	3.21	Baik
Mean dimensi assurance	3.24	Baik
Administrasi rekening baru Bank Syariah Mandiri sangat cepat dan efektif	3.23	Baik
Pegawai Bank Syariah Mandiri memberikan pelayanan dengan cara baik	3.21	Baik
Bank Syariah Mandiri memberikan update data (catatan terbaru)	3.10	Baik
Bank Syariah Mandiri memberikan keamanan transaksi keuangan yang baik	3.35	Sangat baik
Bank Syariah Mandiri dapat menyelesaikan permintaan nasabah tepat waktu	3.20	Baik
Bank Syariah Mandiri memberikan pelayanan secara lebih terbuka	3.20	Baik
Mean dimensi reliability	3.21	Baik
Bank Syariah Mandiri mempunyai ruangan yang bersih dan terawatt	3.25	Baik
Bank Syariah Mandiri mempunyai lokasi strategis (mudah dijangkau)	3.26	Sangat baik
Bank Syariah Mandiri mempunyai ruang skat – skat teller yang jelas	3.20	Baik

Bank Syariah Mandiri mempunyai ruang tunggu yang nyaman	3.16	Baik
Peralatan teknologi yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri modern	3.13	Baik
Karyawan Bank Syariah Mandiri memakai pakaian sesuai dg syariat Islam	3.42	Sangat baik
Bank Syariah Mandiri memiliki tempat parkir yang cukup luas	2.88	Baik
Mean dimensi tangible	3.19	Baik
Bank Syariah Mandiri memberikan pelayanan yang baik	3.29	Sangat baik
Bank Syariah Mandiri memberi saran tentang produk dan layanan yang menguntungkan dan sesuai dengan kebutuhan nasabah	3.14	Baik
Bank Syariah Mandiri menyediakan fasilitas internet banking	3.30	Sangat baik
Mesin anjungan tunai (ATM) yang mudah diakses 24 Jam	3.44	Sangat baik
Pegawai Bank Syariah Mandiri sopan dan ramah melayani nasabah	3.28	Sangat baik
Bank Syariah Mandiri menjelaskan dan menyarankan tentang layanan pinjaman yang menguntungkan untuk para nasabahnya	3.05	Baik
Mean dimensi empati	3.25	Baik
Pegawai Bank Syariah Mandiri selalu siap dan cepat melayani nasabah	3.13	Baik
Bank Syariah Mandiri sangat tanggap dan bersedia membantu nasabahnya yang memiliki masalah atau mengalami kesulitan	3.18	Baik
Karyawan Bank Syariah Mandiri melayani nasabah secara baik dan benar	3.29	Sangat baik
Pegawai Bank Syariah Mandiri menanggapi permintaan nasabah dg cepat	3.08	Baik
Pegawai Bank Syariah Mandiri tidak merasa sibuk	3.04	Baik

(enggan) dlm melayani		
Mean dimensi responsiveness	3.14	Baik
Mean total	3.20	Baik

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.15 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap kualitas pelayanan adalah sebesar 3,20 (setuju/baik). Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada item Bank Syariah Mandiri menjamin kerahasiaan informasi data nasabahnya dengan rata-rata sebesar 3,51 (sangat baik), dan penilaian terendah terjadi pada Bank Syariah Mandiri memiliki tempat parkir yang cukup luas dengan rata – rata sebesar 2,88 (baik). Penilaian per dimensi menunjukkan nasabah memberikan penilaian tertinggi pada dimensi empati dan penilaian terendah pada dimensi tangible. Hal ini berarti konsumen telah memberikan penilaian yang tinggi terhadap kualitas pelayanan, karena pelayanan pada keseluruhan dimensi yaitu *complainece*, *assurance*, *tangible*, *reliability*, empati, dan *responsiveness* sudah sesuai harapan nasabah.

Tabel 4.16
Deskriptif Variabel Kepuasan

Indikator Kepuasan	Mean	Kategori
nasabah puas dengan produk dan layanan yang diberikan Bank Syariah Mandiri	3.17	Tinggi
nasabah puas dengan respon karyawan dalam memberikan layanan	3.03	Tinggi
nasabah puas dengan jasa keuangan Bank Syariah Mandiri	3.26	Sangat

		tinggi
nasabah puas terkait dengan dimensi Compliance (Kepatuhan)	3.22	Tinggi
nasabah merasa puas terkait dengan dimensi Assurance (Jaminan)	3.00	Tinggi
nasabah merasa puas terkait dengan dimensi Reliability (Reabilitas)	2.97	Tinggi
nasabah merasa puas terkait dengan dimensi Tangibles (Bukti Fisik)	3.14	Tinggi
nasabah merasa puas terkait dengan dimensi Empathy (Empati)	3.22	Tinggi
Secara keseluruhan kualitas pelayanan Bank Syariah Mandiri sangat baik	3.20	Tinggi
Mean total	3.13	Tinggi

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.16 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap kepuasan adalah sebesar 3,13 (setuju/baik). Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada item nasabah puas dengan jasa keuangan Bank Syariah Mandiri dengan rata-rata sebesar 3,26 (sangat baik), dan penilaian terendah terjadi pada nasabah merasa puas terkait dengan dimensi Reliability (Reabilitas) dengan rata – rata sebesar 2,97 (baik). Hal ini berarti konsumen telah memberikan penilaian yang tinggi terhadap kepuasan, karena puas dengan produk dan layanan yang diberikan, respon karyawan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah memuaskan, dan keseluruhan kualitas pelayanan Bank Syariah Mandiri sangat baik.

Tabel 4.17
Deskriptif Variabel Loyalitas

Indikator Loyalitas	Mean	Kategori
Nasabah akan terus menggunakan Bank Syariah Mandiri	3.08	Tinggi
Nasabah merekomendasikan Bank Syariah Mandiri kepada orang lain	3.14	Tinggi
Nasabah menyampaikan kesan positif Bank Syariah Mandiri kepada orang lain	3.13	Tinggi
Nasabah akan membela Bank Syariah Mandiri apabila ada pihak lain yang berusaha menjelekan atau merusak nama baik nya	2.98	Tinggi
Mean total	3.08	Tinggi

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.17 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap loyalitas adalah sebesar 3,08 (setuju/baik). Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada item nasabah merekomendasikan Bank Syariah Mandiri kepada orang lain dengan rata-rata sebesar 3,14 (tinggi), dan penilaian terendah terjadi pada nasabah akan membela Bank Syariah Mandiri apabila ada pihak lain yang berusaha menjelekan atau merusak nama baik nya dengan rata – rata sebesar 2,98 (loyal). Hal ini berarti konsumen telah memberikan penilaian yang tinggi terhadap loyalitas, sehingga nasabah akan terus menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri, merekomendasikan kepada orang lain, menyampaikan pesan positif, dan akan membela Bank Syariah Mandiri apabila ada pihak lain yang berusaha menjelekan atau merusak nama baik nya.

4.3. Analisis *Structural Equation Modeling*

Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur atau *Path Analysis* dan uji asumsi SEM. Model analisis jalur ini digunakan analisis SEM (*Structural Equation Model*) yaitu sekumpulan teknik-teknik statistikal yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit secara simultan. Analisis ini dipilih untuk mengetahui pengaruh secara bertahap yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, pengaruh kepuasan terhadap loyalitas dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri di wilayah Yogya dan Sleman. Analisis ini sekaligus untuk membuktikan hipotesis penelitian ini yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya.

Untuk melakukan analisis data dengan metode SEM diperlukan tahap-tahap pengujian yaitu :

4.3.1. Uji Indikator

Uji indikator meliputi pengujian validitas indikator dan reliabilitas indikator yang digunakan dalam analisis *Structural Equation Modelling*. Validitas adalah tingkat keabsahan yang dicapai oleh suatu indikator dalam menilai suatu konstruk atau secara sederhana dapat diartikan sebagai tingkat keabsahan pengukuran atas apa yang seharusnya diukur. Peneliti dianjurkan untuk melakukan uji validitas atau unidimensionalitas terhadap semua indikator konstruk yang masuk dalam model penelitian sebelum menilai reliabilitasnya.

Peneliti menguji validitas setiap *observed variable* atau indikator dengan pendekatan *convergent validity*. Validitas konvergen dapat dilihat dari *measurement model* dengan menentukan apakah setiap indikator yang diestimasi secara valid mengukur dimensi dari konsep yang diujinya. Sebuah indikator menunjukkan validitas konvergen yang signifikan apabila koefisien variabel indikator itu lebih besar dari dua kali *standard error*-nya (Anderson and Gerbing, 1988) atau memiliki *critical ratio* yang lebih besar dari dua kali *standard error*-nya (Ferdinand, 2002, Hal. 12-36). Program AMOS versi 21 juga menyediakan fasilitas menilai validitas dengan kriteria *standard loading* (λ) > 0,5 dan dinyatakan reliabel jika *Construct Reliability* > 0,7.

Pada penelitian ini reliabilitas konstruk diuji menggunakan pendekatan *construct reliability* dengan menghitung indeks reliabilitas instrumen yang digunakan dari model SEM yang dianalisis. *construct reliability* diperoleh dengan rumus Ghazali (2011) berikut :

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum \varepsilon_i}$$

Dimana:

λ_i = *Standard loading* masing-masing indikator (*observed variable*)

ε_i = Kesalahan pengukuran masing-masing indikator (1 – reliabilitas indikator).

Tabe 4.18

Uji Validitas & Conctruct Reliability Indikator Variabel Penelitian

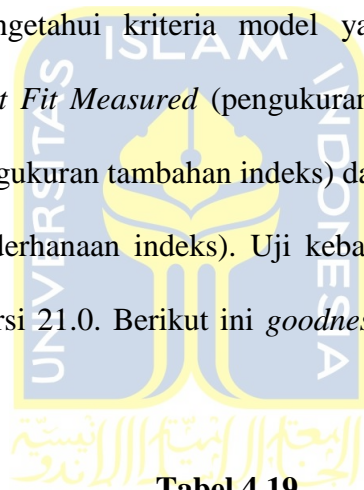
Variabel	Indikator	Loading Factor (λ)	Error (ϵ)	Total Loading ($\Sigma\lambda$)	Total Error ($\Sigma\epsilon$)	Construct Reliability	AVE
Kualitas Layanan	Com	0.540	0.093	4.456	0.345	0.98292	0.90801
	Ass	0.722	0.051				
	Rel	0.851	0.040				
	Tan	0.854	0.031				
	Emp	0.868	0.024				
	Res	0.621	0.106				
Kepuasan	KP1	0.638	0.167	6.166	1.614	0.95928	0.72571
	KP2	0.573	0.201				
	KP3	0.771	0.146				
	KP4	0.771	0.154				
	KP5	0.605	0.168				
	KP6	0.632	0.248				
	KP7	0.699	0.184				
	KP8	0.713	0.168				
	KP9	0.764	0.178				
Loyalitas	L1	0.705	0.211	2.827	0.630	0.92693	0.76163
	L2	0.803	0.146				
	L3	0.635	0.161				
	L4	0.684	0.112				

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.18 tersebut di atas dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki loading faktor (λ) > 0,50, sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada item-item pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas adalah valid. Bahwa koefisien *Construct Reliability* > 0,7 sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada item-item pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas adalah reliabel.

4.3.2. Uji Kesesuaian Model Struktural (*Goodness of Fit*)

Untuk mengetahui kriteria model yang baik (*Goodness of Fit*) digunakan: *Absolut Fit Measured* (pengukuran indeks mutlak), *Incremental Fit Measured* (Pengukuran tambahan indeks) dan *Parsimonious Fit Measured* (Pengukuran kesederhanaan indeks). Uji kebaikan model ini menggunakan software Amos versi 21.0. Berikut ini *goodness of fit index* yang dihasilkan setelah pengujian :



Tabel 4.19

Goodness of Fit Index

<i>Goodness of Fit Index</i>	Hasil	<i>Cut Off Value</i>	<i>Kriteria</i>
Likelihood Chi Square	220,767	Diharapkan kecil	
Probability	0,000	$\geq 0,05$	Tidak Baik
CMIN/DF	1,623	$\leq 3,00$	Baik
RMSEA	0,056	$\leq 0,08$	Baik
GFI	0,898	$\geq 0,9$	Marginal
AGFI	0,857	$\geq 0,9$	Marginal
TLI	0,944	$\geq 0,90$	Baik
CFI	0,955	$\geq 0,90$	Baik

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Nilai X^2 – Chi Square dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang nilainya $p < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 yang menyatakan tidak terdapat perbedaan antara matrik kovarians sampel dengan matrik kovarians populasi yang diestimasi tidak dapat diterima. Artinya matrik kovarians sampel dengan matriks kovarians populasi yang diestimasi adalah tidak sama, sehingga model dinyatakan tidak fit.

The minimum Sampel Discrepancy Funcion – CMIN/DF merupakan indeks kesesuaian parsimonious yang mengukur hubungan *goodnes of fit* model dan jumlah koefisien-koefisien yang diestimasi yang diharapkan untuk mencapai tingkat kesesuaian. Hasil CMIN/DF sebesar 1,623 yang nilainya lebih kecil dari nilai yang direkomendasikan CMIN/DF < 3, sehingga menunjukkan model fit yang baik.

The Root Mean Square Error of Approximation – RMSEA, indeks yang digunakan untuk mengkompensasi Chi Square Statistik dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA menunjukkan *goodnes of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi. Nilai penerimaan yang direkomendasikan $\leq 0,08$, sementara hasil pengujian sebesar 0,056 yang menunjukkan bahwa model adalah baik.

Berdasarkan analisis terhadap *goodnes of fit* – GFI mencerminkan tingkat kesesuaian model secara keseluruhan. Tingkat penerimaan yang direkomendasikan GFI $> 0,90$. Hasil menunjukkan nilai GFI sebesar 0,898 berada diantara 0,8 - 0,9, sehingga model memiliki fit yang marginal.

Adjusted Goodness of fit Index – AGFI sebagai pengembangan indeks GFI, merupakan indeks yang telah disesuaikan dengan rasio *degree of freedom* model yang diusulkan dengan dengan *degree of freedom* dari null model. Hasil penelitian menunjukkan nilai AGFI sebesar 0,857 yang berada diantara 0,8 - 0,9, sehingga model memiliki fit yang marginal.

Tucker Lewis Index – TLI merupakan alternatif *incremental fit index* yang membandingkan model yang diuji dengan *baseline*. Nilai yang direkomendasikan sebagai tingkat kesesuaian yang baik adalah $\geq 0,90$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai TLI sebesar 0,944 sehingga dapat dinyatakan bahwa tingkat kesesuaian berada pada kriteria baik.

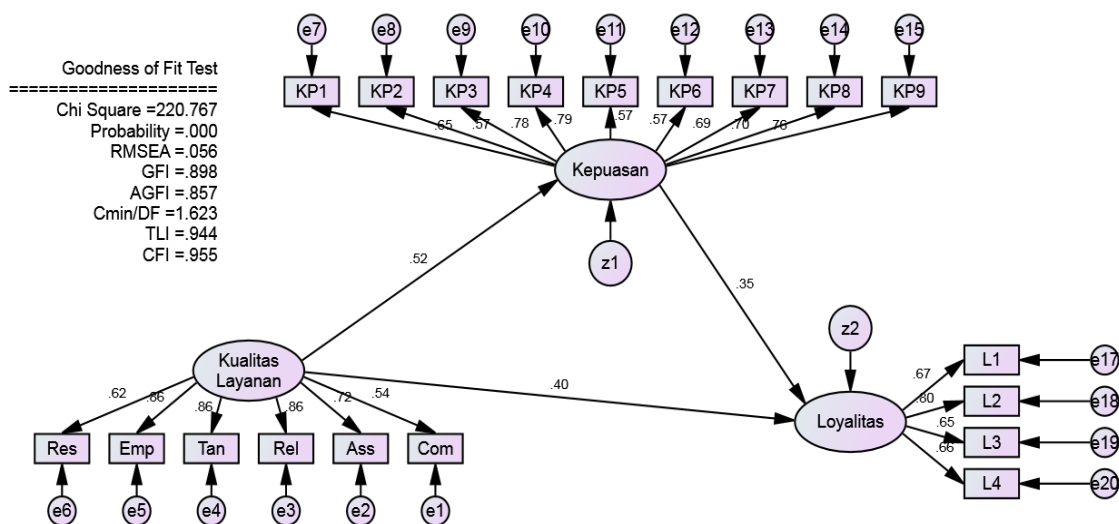
Comparative Fit Index – CFI , merupakan indeks kesesuaian *incremental* yang membandingkan model yang diuji dengan model null. Nilai yang direkomendasikan CFI $\geq 0,9$. Hasil pengujian sebesar 0,955, menunjukkan bahwa model adalah baik

Dari hasil pengukuran *Goodness of Fit Index* di atas, dapat disimpulkan bahwa hanya parameter Chi Square saja yang dinyatakan tidak fit. Namun menurut Ghozali (2006) menyatakan bahwa walaupun Chi Square signifikan, namun jika diukur dengan parameter yang lain, telah memenuhi kriteria goodness of fit, maka model penelitian ini telah memenuhi persyaratan yang diharapkan, sehingga telah memenuhi persyaratan *goodness of fit*.

4.3.3 Hasil Pengujian Hipotesis

Seperti dijelaskan pada bab II, hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini terdiri dari 3 hipotesis. Hipotesis penelitian dilakukan uji satu sisi, karena hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen dihipotesiskan berpengaruh positif. Untuk mengetahui apakah hipotesis didukung oleh data atau tidak, maka nilai probabilitas dari *Critical Ratio* (C.R) dibandingkan dengan $\alpha = 5\%$. Apabila *Standardized Koefisien* parameter bernilai positif dan nilai probabilitas dari *Critical Ratio* (C.R) kurang dari $\alpha = 5\%$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian didukung oleh data (terbukti secara signifikan).

Hasil pengujian terhadap model penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4.1. Hasil model penelitian

Berdasarkan analisis statistik dengan menggunakan program AMOS versi 21.0, diperoleh hasil uji hipotesis yang merupakan uji hubungan kausalitas dari masing-masing variabel penelitian sebagaimana disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.20
Hasil Estimasi Dengan Model AMOS

Pengaruh Antar Variabel	<i>Koefisien Standardized</i>	<i>Critical Ratio</i>	Nilai Probabilitas	Label
Kepuasan <--- Kualitas_Layanan	0.517	5.169	0.000	H1 didukung
Loyalitas <--- Kepuasan	0.346	3.670	0.000	H3 didukung
Loyalitas <--- Kualitas_Layanan	0.399	4.158	0.000	H2 didukung

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.20 dapat ditulis persamaan :

$$CL = 0,399SQ + 0,346 CS$$

$$CS = 0,517 SQ$$

4.3.3.1 Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Pada bab sebelumnya telah dikemukakan hipotesis alternatif pertama bahwa “*H1 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah*”. Hasil pengujian dengan analisis Jalur (SEM) dapat diketahui *Standardized Regression Weights* kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah positif sebesar 0,517 dengan nilai p-value ($0,000 < 0,05$) dan signifikan. Hal ini berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian hipotesis pertama dalam penelitian ini **didukung**. Jika dilihat dari nilai bobot pengaruh langsung (*standardized*) yang bernilai positif menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan maka semakin puas nasabah Bank Syariah Mandiri terhadap layanan jasa bank tersebut.

4.3.3.2 Pengaruh Kepuasan nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

Pada bab sebelumnya telah dikemukakan hipotesis alternatif kedua bahwa “*H2 : Kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah*”. Hasil pengujian dengan analisis Jalur (SEM) dapat diketahui *Standardized Regression Weights* kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah adalah positif sebesar 0,399 dengan nilai p-value ($0,000 < 0,05$) artinya signifikan. Hal ini berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dengan demikian hipotesis kedua dalam penelitian ini **didukung**. Jika dilihat dari nilai bobot pengaruh langsung (*standardized*) yang bernilai positif menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan nasabah Bank Syariah Mandiri maka semakin loyal nasabah dalam menggunakan jasa tersebut.

4.3.3.3 Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Pada bab sebelumnya telah dikemukakan hipotesis alternatif ketiga bahwa “*H3 : Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah*”. Hasil pengujian dengan analisis Jalur (SEM) dapat diketahui *Standardized Regression Weights* kepuasan nasabah terhadap loyalitas

nasabah adalah positif sebesar 0,346 dengan nilai p-value ($0,000 < 0,05$) dan signifikan. Hal ini berarti kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dengan demikian hipotesis ketiga dalam penelitian ini **didukung**. Jika dilihat dari nilai bobot pengaruh langsung (*standardized*) yang bernilai positif menunjukkan bahwa kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri yang semakin meningkat maka semakin tinggi loyalitas nasabah.

4.4. Pembahasan dan Implikasi

Hasil analisis AMOS menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman. Signifikansi tersebut dapat dilihat dari besarnya nilai *p value* yang lebih kecil dari nilai signifikansi 5%. Hal ini berarti kualitas pelayanan telah mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogya dan Sleman.

4.4.1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Kazi Omar Siddiqi 2011, Hal. 12-36) tentang Keterkaitan Antara Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di Sektor Perbankan di Bangladesh. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa kualitas pelayanan terkait positif dengan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian juga mendukung penelitian Bedi dalam (Siddiqi, 2011, Hal.12-36) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan adalah anteseden dari kepuasan

pelanggan, Jamal dan Naser yang menemukan bahwa kualitas adalah anteseden dari kepuasan pelanggan dan (Yee *et al* 2011, Hal. 12-36) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan.

Secara teori dikemukakan oleh (Kotler 2003, Hal. 54), bahwa kualitas pelayanan adalah bentuk dan karakteristik total dari sebuah produk barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan nasabah. Implementasi kualitas pelayanan yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah dengan memberikan kualitas pelayanan (*service*) yang terbaik bagi nasabah dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas nasabah. Kualitas yang diberikan oleh perusahaan akan menimbulkan persepsi nasabah. Persepsi yang baik akan kualitas pelayanan yang diterimanya, maka semakin besar harapan nasabah terpenuhi sehingga semakin besar pula kepuasan nasabahnya.

Kualitas pelayanan menurut (Othman *et al*, 2001, Hal. 12-36) meliputi *Compliance* (Kepatuhan) yang menjelaskan kemampuan untuk memenuhi dengan Hukum Islam dan beroperasi di bawah prinsip-prinsip perbankan dan ekonomi Islam, *Assurance* seperti pengetahuan dan kesopanan karyawan, *Reliability* tentang kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan, *Tangibles* yang berkaitan dengan penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan materi komunikasi, *Empaty* yang berkaitan dengan kepedulian, perhatian individual dari bank syariah dan *Responsiveness* yang berkaitan

kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat. Jika keenam dimensi ini dapat terpenuhi maka kepuasan nasabah akan cepat dirasakan.

4.4.2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil analisis juga menemukan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Prabhakaran dalam (Siddiqi 2011, Hal. 12-36) yang menyebutkan bahwa konsumen adalah raja, tingginya kepuasan konsumen adalah penting dalam menjaga pelanggan yang setia. Hasil penelitian juga mendukung penelitian Pont dan Mcquillen (dalam Siddiqi, 2011, Hal. 12-36) yang menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan terkait dengan kepuasan konsumen, Kumar *et al* (dalam Siddiqi, 2011, Hal. 12-36) yang menyimpulkan bahwa tingginya kepuasan konsumen akan menyebabkan tingginya loyalitas konsumen serta penelitian (Siddiqi, 2011, Hal. 12-36) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan secara positif terkait dengan loyalitas pelanggan. Menurut Zeithaml *et al.*, (1996) dan Fornel (1992) yang menemukan bahwa loyalitas yang tinggi dipengaruhi oleh tingginya kepuasan nasabah. Hal ini berarti jika kepuasan nasabah semakin meningkat maka loyalitas nasabah juga semakin meningkat. Hal ini disebabkan karena kepuasan terbentuk atas terpenuhi kinerja dengan harapan seseorang. Jika kinerja melebihi harapan, nasabah amat puas atau senang, sehingga akan merekomendasikan dan menceritakan hal yang baik tentang service Nasmoco Bantul.

4.4.3. Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil pengujian hipotesis ketiga menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian (Siddiqi, 2011, Hal. 12-36) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terkait positif dengan loyalitas pelanggan. (Chang *et al* (dalam Siddiqi, 2011, Hal.12-36) juga mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. (Tariq and Moussaoui dalam Siddiqi, 2011, Hal. 12-36) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah prediktor dari loyalitas konsumen. Veloutsou *et al* (dalam Siddiqi, 2011, Hal. 12-36) menemukan hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah bank. Dan Caruan (dalam Siddiqi, 2011, Hal. 12-36) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen saling berhubungan.

Loyalitas nasabah (*service loyalty*) yang memiliki efek terhadap penggunaan kembali suatu produk adalah suatu gagasan yang timbul dari jasa pemasaran. Secara lebih jauh lagi loyalitas nasabah berdasarkan kesukaan hati mereka yang menggunakan kembali produk tersebut adalah dasar dari bisnis. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas nasabah hal ini disebabkan karena kualitas pelayanan dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai keunggulan kompetitif. Dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan yang baik maka dapat menimbulkan suatu loyalitas nasabah, dan berkemungkinan besar menarik nasabah baru. Nasabah yang telah loyal pada suatu bank juga dapat diartikan nasabah tersebut merasa terpuaskan

kebutuhan sehingga melakukan transaksi lebih dari sekali dan akan secara kontinyu dalam menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri untuk waktu yang akan datang.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogya dan Sleman, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogya dan Sleman. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin besar kepuasan nasabah.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogya dan Sleman. Hal ini berarti semakin tinggi kepuasan nasabah yang semakin meningkat maka semakin besar loyalitas nasabah.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogya dan Sleman. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin besar loyalitas nasabah.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi manajemen Bank Syariah Mandiri

berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Mandiri hendaknya mempertahankan kualitas pelayanan terutama pada dimensi empati yang memiliki penilaian persepsi nasabah paling tinggi, seperti dalam kecepatan memberikan pelayanan, tersedianya fasilitas bank yang semakin lengkap, serta layanan ATM Mandiri Syariah yang semakin mudah dijangkau dan mudah didapatkan karena tersebar secara merata di wilayah Yogya dan Sleman. Selain itu melihat penilaian yang paling rendah pada dimensi tangible seperti ketersediaan tempat parkir yang luas, perlu menjadi perhatian serius, karena di wilayah Yogyakarta ini masalah parkir semakin lama menjadi permasalahan yang serius. Sulitnya mencari parkir, akan menjadi pertimbangan sendiri bagi nasabah untuk melakukan transaksi bank. Dengan demikian kedepan kantor cabang-kantor cabang yang akan di buka hendaknya memperhatikan faktor parkir, sebagai fasilitas yang wajib dipenuhi.
2. Dalam meningkatkan kepuasan nasabah, pihan bank dapat mempertahankan layanan jasa keuangan yang selama ini dilakukan sebagai layanan yang telah mampu memberikan kepuasan tertinggi. Namun layanan pada dimensi reliability masih dirasakan dengan kepuasan terendah. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kecepatan dalam layanan administrasi rekening baru, maupun kecepatan dalam

menyelesaikan permintaan nasabah serta pelayanan yang lebih terbuka, sehingga tidak terasa kaku.

3. Agar nasabah selalu loyal maka harus dipertahankan dan ditingkatkan kepuasan pelanggan.

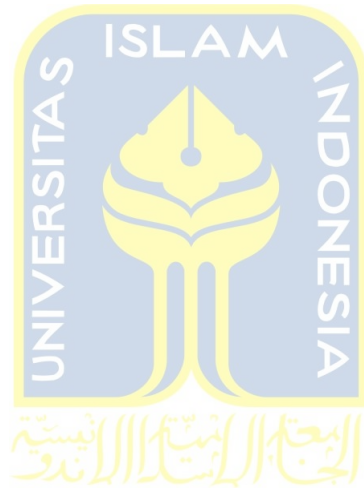


DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Muslim and Zaidi Isa, 2008, An Examination of the Relationship Between Servicequality Perception and Customer Satisfaction, *International, Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. 1 No. 3.
- Ferdinand, Augusty, 2002, *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang:FE UNDIP.
- Gilbert, David, 2003, *Retailing Marketing Management. 2th Edition*. England, Endinburgh Gate: Pearson Educated Limited.
- Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam, 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali dan Fuad, 2005, *Structural Equation Modeling Teori Konsep & Aplikasi Dengan Program Lisrel 8.54*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Griffin, J. 2005. *Customer Loyalty: menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*. Jakarta: Erlangga
- Hurriyati, Ratih, (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta
- Hair et al., 1998, *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River : New Jersey
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang, 2002, *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*. Edisi 1, Yogyakarta : BPFE
- Ismail, 2013, *Manajemen Perbankan*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Kencana.

- Kotler, Philip, 2009, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Terjemahan Drs. Benyamin Molan. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 2, Edisi Kedelapan, Jakarta : Erlangga.
- Othman, A. and Owen, L. 2001, Adopting And Measuring Customer Service Quality (Sq) In Islamic Banks: A Case Study In Kuwait Finance House, *International Journal of Islamic Financial Services*, Vol. 3 No. 1.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., and Zeithaml, V. A., 1985, A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4).
- Siddiqi, Kazi Omar, 2011, Interrelations between Service Quality Attributes, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Retail Banking Sector in Bangladesh, *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 3.
- Sugiyono, 2005, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Cetakan Kelima, Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, 2014, *Manajemen Jasa*, Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2011, *Service, Quality Satisfaction*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Zeithaml, Valarie A and Mary Jo Bitner, 1996, *Services Management*, McGraw-Hill, New York.

LAMPIRAN



Lampiran 1

Kepada Yth.

Bapak/ Ibu/ Saudara/Saudari

Di Yogyakarta

Assalamualaikum, Wr. Wb

Dengan Hormat,

Perkenalkan, saya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Islam Indonesia, yang bermaksud melakukan penelitian untuk menyusun skripsi sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan studi S1 di Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta yang berjudul **“Analisis Kepuasan Terhadap Kualitas Layanan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri (BSM) Di Wilayah Yogya dan Sleman Yogyakarta”**

Terkait dengan hal tersebut, saya mohon bantuan Bapak/Ibu/Sdr/Sdri untuk membantu mengisi kuestioner yang saya berikan kepada Bapak/Ibu/Sdr/Sdri. Jawaban yang Bapak/Ibu/Sdr/Sdri berikan hanya untuk kepentingan akademis/ilmiah saja dan akan dijaga kerahasiannya. Untuk itu mohon kerelaan Bapak/Ibu/Sdr/Sdri untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan kuestioner dengan lengkap dan sesuai hati nurani Bapak/Ibu/Sdr/Sdri, karena jawaban Bapak/Ibu/Sdr/Sdri tidak dinilai benar atau salah.

Atas kerelaan, sumbangan waktu, tenaga serta pikiran Bapak/Ibu/Sdr/Sdri saya ucapkan terima kasih sedalam-dalamnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat saya,

Denis Suci Atmoko

KUESIONER

A. Identitas Responden

Mohon dijawab pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda silang (X) pada jawaban yang paling sesuai menurut Bapak/ Ibu/ Saudara/ Saudari

1. Apa jenis kelamin Bapak/ Ibu/ Sdr/ Sdri
 - a. Pria
 - b. Wanita

2. Berapakah usia Bapak/ Ibu/ Sdr/ Sdri sekarang ?
 - a. Kurang dari 20 tahun
 - b. 20 - 30 tahun
 - c. 31 - 40 tahun
 - d. 41 - 50 tahun
 - e. Lebih dari 50 tahun

3. Apa pekerjaan Bapak/ Ibu Sdr/ Sdri?
 - a. Pegawai Negeri (PNS)
 - b. Pegawai Swasta
 - c. Pegawai BUMN/BUMD
 - d. Wiraswasta
 - e. Pelajar / Mahasiswa
 - f. Petani
 - g. Buruh
 - h. Lainnya (sebutkan) :
.....

4. Apa pendidikan terakhir Bapak/ Ibu Sdr/ Sdri ?
 - a. Sampai SMP/ sederajat
 - b. Sampai SMA sederajat
 - c. Sampai sarjana (S1/S2/S3)
 - d. Lainnya, sebutkan:
.....

5. Berapa pendapatan (uang saku bila pelajar/ kiriman orang tua bila mahasiswa) per bulan Bapak/ Ibu Sdr/ Sdri?
 - a. Kurang dari Rp 1.000.000,-
 - b. 1.000.001 – 2.000.000
 - c. 2.000.001 – 3.000.000
 - d. 3.000.001 – 4.000.000
 - e. 4.000.001 – 5.000.000
 - f. Lebih dari 5.000.000

6. Apa agama Bapak/ Ibu Sdr/ Sdri? (boleh tidak di isi)
 - a. Islam
 - b. Kristen/ Protestan? Katholik
 - c. Hindu
 - d. Budha

7. Apa alasan Bapak/ Ibu /Saudara / i menjadi nasabah di BSM? Berikan urutan rangking / peringkat 1 (satu) untuk dasar pertimbangan yang paling penting – 5 (lima) yang tidak terlalu penting

6	Bank Syariah Mandiri menerapkan bagi hasil yg adil untuk pinjaman/ kredit				
7	Bank Syariah Mandiri diawasi oleh Dewan Syariah yang bertugas mengawasi agar produk dan layanannya sesuai dg syariat Islam				

Petunjuk Pengisian

Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan dasar penilaian sbb:

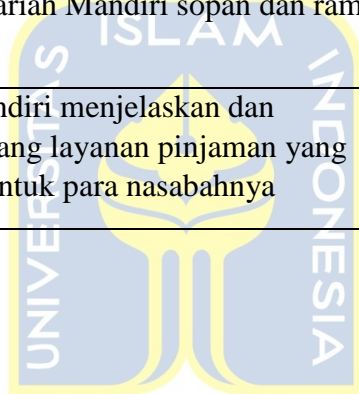
1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Setuju (S)
4. Sangat Setuju (SS)

No	Pernyataan ASSURANCE (Jaminan)	STS	TS	S	SS
8	Pegawai Bank Syariah Mandiri mempunyai keterampilan (pegawai meyakinkan) sehingga menimbulkan kepercayaan kepada nasabah				
9	Pegawai Bank Syariah Mandiri memiliki pengetahuan dan pengalaman yang baik mengenai produk bank yang ditawarkan				
10	Bank Syariah Mandiri memberi pelayanan yang nyaman bagi nasabah				
11	Karyawan bank mengetahui dan memberikan jawaban tepat atas pertanyaan nasabah				
12	Bank Syariah Mandiri menjamin kerahasiaan informasi data nasabahnya				
13	Bank Syariah Mandiri memiliki citra dan reputasi yang baik				

No	Pernyataan <i>RELIABILITY</i> (Dapat diandalkan)	STS	TS	S	SS
14	Administrasi rekening baru Bank Syariah Mandiri sangat cepat dan efektif				
15	Pegawai Bank Syariah Mandiri memberikan pelayanan dengan cara baik				
16	Bank Syariah Mandiri memberikan update data (catatan terbaru)				
17	Bank Syariah Mandiri memberikan keamanan transaksi keuangan yang baik				
18	Bank Syariah Mandiri dapat menyelesaikan permintaan nasabah tepat waktu				
19	Bank Syariah Mandiri memberikan pelayanan secara lebih terbuka				

No	Pernyataan <i>TANGIBLES</i> (Bukti Fisik)	STS	TS	S	SS
20	Bank Syariah Mandiri mempunyai ruangan yang bersih dan terawat				
21	Bank Syariah Mandiri mempunyai lokasi strategis (mudah dijangkau)				
22	Bank Syariah Mandiri mempunyai ruang skat – skat teller yang jelas				
23	Bank Syariah Mandiri mempunyai ruang tunggu yang nyaman				
24	Peralatan teknologi yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri modern				
25	Karyawan Bank Syariah Mandiri memakai pakaian sesuai dg syariat Islam				
26	Bank Syariah Mandiri memiliki tempat parkir yang cukup luas				

No	Pernyataan <i>EMPATHY</i> (Empati)	STS	TS	S	SS
27	Bank Syariah Mandiri memberikan pelayanan yang baik				
28	Bank Syariah Mandiri memberi saran tentang produk dan layanan yang menguntungkan dan sesuai dengan kebutuhan nasabah				
29	Bank Syariah Mandiri menyediakan fasilitas internet banking				
30	Mesin anjungan tunai (ATM) yang mudah diakses 24 Jam				
31	Pegawai Bank Syariah Mandiri sopan dan ramah melayani nasabah				
32	Bank Syariah Mandiri menjelaskan dan menyarankan tentang layanan pinjaman yang menguntungkan untuk para nasabahnya				



No	Pernyataan <i>RESPONSIVENESS</i> (Daya Tanggap)	STS	TS	S	SS
33	Pegawai Bank Syariah Mandiri selalu siap dan cepat melayani nasabah				
34	Bank Syariah Mandiri sangat tanggap dan bersedia membantu nasabahnya yang memiliki masalah atau mengalami kesulitan				
35	Karyawan Bank Syariah Mandiri melayani nasabah secara baik dan benar				
36	Pegawai Bank Syariah Mandiri menanggapi permintaan nasabah dg cepat				
37	Pegawai Bank Syariah Mandiri tidak merasa sibuk (enggan) dlm melayani				

B. KEPUASAN

Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan dasar penilaian sbb:

1. Sangat Tidak Puas (STP)
2. Tidak Puas (TS)
3. Puas (S)
4. Sangat Puas (SS)

No	Pernyataan tentang KEPUASAN	STP	TP	P	SP
38	Saya puas dengan produk dan layanan yang diberikan Bank Syariah Mandiri				
39	Saya puas dengan respon karyawan dalam memberikan layanan				
40	Saya puas dengan jasa keuangan Bank Syariah Mandiri				
41	Saya puas terkait dengan dimensi Compliance (Kepatuhan)				
42	Saya merasa puas terkait dengan dimensi Assurance (Jaminan)				
43	Saya merasa puas terkait dengan dimensi Reliability (Reabilitas)				
44	Saya merasa puas terkait dengan dimensi Tangibles (Bukti Fisik)				
45	Saya merasa puas terkait dengan dimensi Empathy (Empati)				
46	Secara keseluruhan kualitas pelayanan Bank Syariah Mandiri sangat baik				

C. LOYALITAS

No	Pernyataan tentang LOYALITAS	STS	TS	S	SS
47	Saya akan terus menggunakan Bank Syariah Mandiri				
48	Saya merekomendasikan Bank Syariah Mandiri kepada orang lain				
49	Saya menyampaikan kesan positif Bank Syariah Mandiri kepada orang lain				
50	Saya akan membela Bank Syariah Mandiri apabila ada pihak lain yang berusaha menjelekan atau merusak nama baik nya				

Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan dasar penilaian sbb:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Setuju (S)
4. Sangat Setuju (SS)

D. CITRA

No	Pernyataan tentang CITRA	STS	TS	S	SS
51	Saya memiliki kesan baik terhadap Bank Syariah Mandiri				
52	Bank Syariah Mandiri memiliki niat baik dan dapat dipercaya				
53	Bank Syariah Mandiri memiliki reputasi baik dibanding bank syariah lainnya				
54	Bank Syariah Mandiri memiliki citra lebih baik dibanding bank lainnya				

E. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

No	Pernyataan tentang CSR	STS	TS	S	SS
55	Saya peduli masalah social shg mendukung CSR				

	Bank Syariah Mandiri				
56	Saya peduli masalah lingkungan shg mendukung CSR Bank Syariah Mandiri				
57	Mendukung program CSR, berarti sy jg membantu masalah sosial				
58	Saya yakin kegiatan CSR akan membentuk hubungan yang lebih harmonis antara perusahaan dg masyarakat dan lingkungan alam				
59	Dalam jangka panjang, kegiatan CSR BSM syariah akan berdampak pada meningkatnya jumlah nasabah dan keuntungan				



IDENTITAS	Jenis kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendidikan	Pendapatan	Agama	Alasan 1	Alasan 2	Alasan 3	Alasan 4	Lama	Nasabah	Utama
1	2	3	3	4	5	1	2	3	2	1	2	1	2
2	2	2	3	2	2	1	4	3	2	2	3	2	1
3	2	2	2	3	4	1	3	2	2	1	2	1	2
4	2	3	1	3	1	1	3	2	2	3	2	1	2
5	1	4	1	3	5	1	2	2	1	2	2	1	2
6	1	3	4	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1
7	2	3	6	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2
8	2	3	4	2	3	1	2	3	2	1	1	2	1
9	2	2	5	4	2	1	3	2	1	1	1	2	1
10	2	3	2	3	4	1	3	3	2	1	2	1	2
11	2	2	5	2	2	1	3	4	2	2	3	1	1
12	1	2	3	3	4	1	3	3	2	3	1	1	2
13	2	4	4	3	4	1	3	3	2	3	3	1	1
14	1	4	4	3	4	1	3	3	2	3	3	1	1
15	1	4	1	3	5	1	3	4	2	3	1	1	3
16	1	3	2	1	3	1	3	4	3	2	3	1	2
17	1	3	1	3	5	1	3	4	2	2	3	1	2
18	1	5	4	3	4	1	3	4	2	3	3	1	1
19	1	3	2	3	5	1	2	3	3	3	3	2	2
20	1	2	4	2	2	1	3	4	2	3	3	1	1
21	2	3	3	3	5	1	3	4	2	3	3	1	2

22	2	2	5	2	2	1	3	4	3	4	2	1	1
23	1	2	5	2	2	1	3	3	2	3	2	1	2
24	2	4	1	3	6	1	3	4	2	3	3	1	2
25	1	1	5	2	2	1	4	4	2	3	1	2	1
26	2	5	1	3	6	1	3	4	2	4	3	1	2
27	1	3	3	3	6	1	3	4	2	4	3	1	1
28	1	3	3	3	5	1	3	4	2	3	2	1	2
29	2	4	1	3	4	2	4	4	2	3	4	1	1
30	1	2	2	3	4	2	3	4	2	3	2	1	2
31	1	4	1	2	2	1	1	3	3	1	2	1	1
32	1	3	1	2	3	1	2	2	2	1	1	1	2
33	1	2	7	2	1	1	3	3	3	3	1	1	2
34	2	2	1	3	3	1	2	2	3	1	3	1	2
35	2	2	1	3	5	1	1	2	2	1	3	1	2
36	1	3	1	3	4	1	2	1	2	1	3	1	2
37	1	5	1	4	4	1	3	2	2	1	3	1	1
38	2	4	1	3	4	1	2	2	2	2	1	1	2
39	1	5	1	2	4	1	2	2	2	2	2	1	2
40	1	4	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1
41	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1
42	1	2	7	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2
43	1	4	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2
44	1	3	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2
45	2	2	2	3	2	1	2	3	2	1	2	1	2

46	1	2	8	3	2	1	3	4	2	1	1	1	1
47	2	4	7	1	2	1	2	4	3	1	3	1	1
48	1	4	4	1	2	1	1	2	4	3	1	2	2
49	1	2	8	3	3	1	4	3	2	1	1	1	2
50	1	4	1	4	6	1	1	2	4	3	2	1	2
51	1	5	1	2	6	1	1	2	2	1	1	2	1
52	2	2	2	2	2	1	4	4	4	3	1	1	2
53	2	2	2	2	2	1	4	4	4	3	1	1	2
54	2	2	7	1	1	1	2	3	2	1	1	2	1
55	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	4	2	1
56	1	3	4	2	1	1	3	3	3	3	1	2	1
57	1	3	2	3	3	1	2	2	2	2	3	2	1
58	1	4	1	4	4	1	2	4	3	1	2	1	2
59	1	2	7	3	2	1	1	2	2	3	1	1	2
60	2	4	1	3	6	1	2	4	2	3	4	1	1
61	2	2	2	3	3	1	1	3	3	3	1	1	2
62	1	2	4	3	4	1	3	4	3	3	2	1	1
63	1	3	2	3	3	1	4	4	3	3	3	1	1
64	2	2	5	2	2	1	4	4	3	3	2	2	1
65	2	2	3	3	3	1	2	3	1	1	1	1	1
66	1	2	2	3	3	1	2	1	2	1	2	2	1
67	1	3	2	3	1	1	1	2	1	1	1	2	1
68	1	5	1	3	1	2	3	3	3	3	2	1	1
69	1	2	1	3	6	1	2	1	1	2	4	1	1

70	1	3	1	3	4	1	2	2	2	2	2	2	1
71	1	4	1	4	3	1	1	1	2	1	1	1	2
72	2	3	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2
73	2	5	1	2	5	1	2	1	2	2	2	1	1
74	1	4	1	3	5	1	1	1	1	1	3	1	1
75	2	3	2	3	2	1	1	3	4	1	1	1	2
76	1	4	8	2	5	1	4	3	2	1	1	1	2
77	1	4	1	3	5	1	1	3	2	2	2	2	2
78	1	3	2	3	5	1	2	3	2	3	3	1	2
79	1	5	3	3	5	1	2	3	2	3	4	1	1
80	1	2	1	3	3	3	1	2	1	2	2	3	2
81	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2
82	1	1	4	2	2	1	4	4	3	3	2	2	1
83	2	1	5	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1
84	1	2	2	2	2	1	4	3	2	1	2	2	1
85	1	2	2	2	2	1	4	2	2	1	1	1	1
86	1	2	2	2	2	1	4	2	2	1	1	1	1
87	1	2	5	1	2	1	1	1	1	3	2	1	1
88	1	2	2	2	2	1	1	1	1	3	2	1	2
89	1	3	2	3	3	1	3	3	2	4	1	1	2
90	1	2	5	2	1	1	1	3	3	1	1	1	2
91	2	2	2	2	2	1	4	4	3	4	1	1	2
92	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	3
93	2	2	2	3	3	1	1	2	1	1	1	1	1

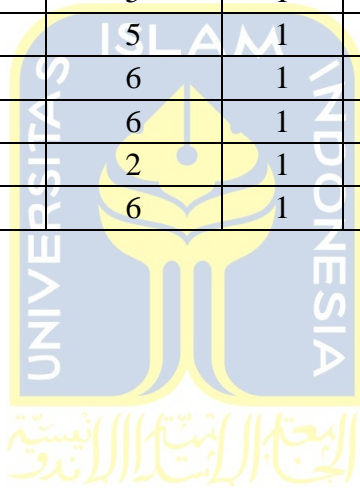
94	1	2	2	2	2	1	1	2	3	3	2	1	1
95	1	4	8	2	2	1	4	3	2	1	1	1	2
96	1	4	8	2	2	1	3	4	5	6	2	2	2
97	1	4	8	2	2	1	4	3	2	1	1	1	2
98	1	4	8	2	2	1	4	3	2	1	1	1	2
99	1	2	2	2	3	1	1	2	3	3	2	1	2
100	2	2	4	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1
101	2	1	5	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1
102	2	3	1	3	3	1	2	3	4	1	3	1	1
103	1	5	4	1	3	1	2	2	2	2	3	2	1
104	1	2	4	2	2	1	3	2	3	1	2	2	1
105	2	2	2	3	2	1	1	2	2	1	1	1	1
106	1	2	2	3	2	1	3	4	2	1	2	1	1
107	1	2	5	3	2	1	1	2	3	3	1	2	3
108	1	3	4	3	6	1	1	1	1	1	1	1	2
109	2	5	4	1	3	1	2	2	2	2	3	2	1
110	1	2	5	3	3	1	1	1	2	1	1	1	2
111	2	2	2	1	1	4	2	3	1	1	1	2	2
112	2	2	2	4	2	1	3	3	2	2	2	1	1
113	1	3	3	3	2	1	2	3	1	1	2	1	2
114	1	3	2	3	5	1	2	2	1	1	3	2	1
115	2	2	3	4	3	1	2	2	1	1	1	1	2
116	2	4	8	2	2	1	1	2	1	1	3	1	1
117	1	4	1	3	4	1	3	2	1	1	2	1	2

118	1	3	4	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2
119	1	4	2	4	3	2	3	3	2	2	3	2	2
120	2	2	4	3	2	1	3	2	2	2	2	1	2
121	1	3	3	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1
122	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1
123	1	2	2	2	2	1	4	3	2	1	1	2	1
124	1	2	2	2	1	1	4	1	2	1	1	1	1
125	1	2	2	1	1	1	1	2	3	2	1	1	1
126	1	3	1	3	4	1	2	3	2	1	3	1	1
127	2	4	1	3	2	2	3	2	1	1	2	1	2
128	1	2	2	3	3	1	1	2	3	4	1	1	2
129	1	2	4	3	5	1	3	3	3	1	4	1	2
130	2	3	1	3	4	1	1	1	2	1	1	1	2
131	2	2	1	3	2	1	1	2	2	1	2	1	2
132	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2
133	2	3	1	3	4	1	1	2	1	1	2	1	1
134	1	2	1	2	2	1	2	3	2	2	1	1	2
135	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2
136	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	1	1
137	1	1	2	3	1	2	2	2	3	2	1	1	2
138	2	1	2	3	2	2	2	2	1	2	1	1	1
139	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2
140	1	3	4	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1
141	2	3	6	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2

142	2	3	4	2	3	1	2	3	2	1	1	2	1
143	2	2	5	4	2	1	3	2	1	1	1	2	1
144	2	3	2	3	4	1	3	3	2	1	2	1	2
145	2	2	5	2	2	1	3	4	2	2	3	1	1
146	1	2	3	3	4	1	3	3	2	3	1	1	2
147	2	4	4	3	4	1	3	3	2	3	3	1	1
148	1	4	4	3	4	1	3	3	2	3	3	1	1
149	1	4	1	3	5	1	3	4	2	3	1	1	3
150	1	3	2	1	3	1	3	4	3	2	3	1	2
151	1	3	1	3	5	1	3	4	2	2	3	1	2
152	1	5	4	3	4	1	3	4	2	3	3	1	1
153	1	3	2	3	5	1	2	3	3	3	3	2	2
154	1	2	4	2	2	1	3	4	2	3	3	1	1
155	2	3	3	3	5	1	3	4	2	3	3	1	2
156	2	2	4	3	2	1	3	2	2	2	2	1	2
157	2	2	5	2	2	1	3	4	3	4	2	1	1
158	1	4	2	4	3	2	3	3	2	2	3	2	2
159	1	2	5	2	2	1	3	3	2	3	2	1	2
160	1	3	4	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2
161	2	4	1	3	6	1	3	4	2	3	3	1	2
162	1	4	1	3	4	1	3	2	1	1	2	1	2
163	1	1	5	2	2	1	4	4	2	3	1	2	1
164	2	4	8	2	2	1	1	2	1	1	3	1	1
165	2	5	1	3	6	1	3	4	2	4	3	1	2

166	2	2	3	4	3	1	2	2	1	1	1	1	2
167	1	3	3	3	6	1	3	4	2	4	3	1	1
168	1	3	2	3	5	1	2	2	1	1	3	2	1
169	1	3	3	3	2	1	2	3	1	1	2	1	2
170	2	2	2	4	2	1	3	3	2	2	2	1	1
171	2	2	2	1	1	4	2	3	1	1	1	2	2
172	1	2	5	3	1	1	1	1	2	1	1	1	2
173	2	5	4	1	3	1	2	2	2	2	3	2	1
174	1	3	4	3	6	1	1	1	1	1	1	1	2
175	1	2	5	3	2	1	1	2	3	3	1	2	3
176	1	2	2	3	2	1	3	4	2	1	2	1	1
177	2	2	2	3	2	1	1	2	2	1	1	1	1
178	1	2	4	2	2	1	3	2	3	1	2	2	1
179	1	5	4	1	3	1	2	2	2	2	3	2	1
180	2	3	1	3	3	1	2	3	4	1	3	1	1
181	2	1	5	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1
182	2	2	4	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1
183	1	2	2	2	3	1	1	2	3	3	2	1	2
184	1	4	8	2	2	1	4	3	2	1	1	1	2
185	1	4	8	2	2	1	4	3	2	1	1	1	2
186	1	4	8	2	2	1	3	4	5	6	2	2	2
187	1	4	8	2	2	1	4	3	2	1	1	1	2
188	1	2	2	2	2	1	1	2	3	3	2	1	1
189	2	2	2	3	3	1	1	2	1	1	1	1	1

190	2	2	1	3	3	1	2	2	3	1	3	1	2
191	1	2	7	2	1	1	3	3	3	3	1	1	2
192	1	3	1	2	3	1	2	2	2	1	1	1	2
193	1	4	1	2	2	1	1	3	3	1	2	1	1
194	1	2	2	3	4	2	3	4	2	3	2	1	2
195	2	4	1	3	5	1	4	4	2	3	4	1	1
196	1	3	3	3	5	1	3	4	2	3	2	1	2
197	1	3	3	3	6	1	3	4	2	4	3	1	1
198	2	5	1	3	6	1	3	4	2	4	3	1	2
199	1	1	5	2	2	1	4	4	2	3	1	2	1
200	2	4	1	3	6	1	3	4	2	3	3	1	2



KUALITAS

KL1	KL2	KL3	KL4	KL5	KL6	KL7	KL8	KL9	KL10	KL11	KL12	KL13	KL14	KL15	KL16	KL17	KL18
3	3	3	2	2	2	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3
4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3
3	3	2	4	2	2	3	3	3	3	2	4	3	3	3	2	4	3
3	3	2	4	2	2	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	4	2
3	3	2	4	2	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	2	4	2
4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3
3	3	3	3	1	2	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4
4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3
3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	2	3	4	3	3	3
4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4
4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3
3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3
4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4
4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4
4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4
4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3
3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3
4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3
3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	2	4	3
4	3	3	4	2	2	4	4	3	3	2	4	3	3	3	2	4	3
3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3

4	3	3	3	2	2	2	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3
3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4
3	4	2	4	2	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4
4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3
4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4
4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4
3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3

2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2
4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3
4	4	4	3	3	3	2	2	1	2	3	3	3	4	4	4	4	3
3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	2	3	2
3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3
3	4	3	4	4	1	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3
2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	2
3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4
3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	4	3	3	3	4
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4
3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3
3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	4	3	3	3	4	2	4
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	2	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
2	2	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4
3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3
2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2
3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3
2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	4	4	3	3	2	2	3	3
3	3	2	3	2	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4
4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4
4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3
3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3
3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2
1	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4

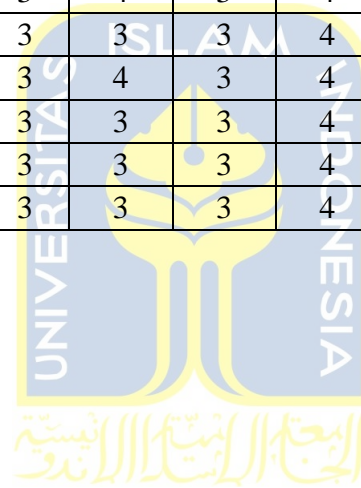
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4
3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3
3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3
4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4
2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3
3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	3	3	4	2	3	3	2	4	2	3	4	4	3	3
3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	2	3
4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3
4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3
3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3

3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3
3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3
3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4
4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4
4	3	3	3	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	2	3	2	3
2	3	3	3	1	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	1	3
3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
4	4	2	2	3	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3
3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3
3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3
3	3	3	3	1	2	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4

4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3
3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	2	3	4	3	3	3
4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4
4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3
3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3
4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4
4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4
4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4
4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3
3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3
4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3
3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	2	4	3
4	3	3	4	2	2	4	4	3	3	2	4	3	3	3	2	4	3
3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3
3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	3	4	3
3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4
3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3
3	4	2	4	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4
3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3
4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4
4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3

4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3
3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	2	3
4	3	4	3	3	3	4	2	3	3	2	4	2	3	4	4	3	3
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3
4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2
3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4

3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4
4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4
4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3
4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	4	2	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4



KL1	KL2	KL2	KL2	KL2	KL2	KL2	KL2	KL2	KL2	KL2	KL3	KL3	KL3	KL3	KL3	KL3	KL3	KL3
9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7
4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3
4	3	4	4	3	3	4	2	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3
3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3
4	3	4	3	2	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	4
3	3	3	3	2	3	4	2	4	3	3	4	3	3	2	3	3	2	4
3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3
3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3
3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2
3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	2	2	2	2
3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3
4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3
3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3
4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3
4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3
4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3
4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3

3	3	3	4	3	3	4	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3
3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3
4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3
4	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3
3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3
4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3
3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2

3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4
1	2	3	4	1	2	4	4	1	3	3	4	3	2	4	1	2	3	4
3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	4	3
2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
4	4	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
3	4	3	3	4	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3
3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	2	2	2	1	2	2
4	3	4	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3
3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
2	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	1
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3
3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2
2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2
3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3
3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3
4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3
4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3
4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	2	3	2	2	3
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3
2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2
3	3	3	4	4	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

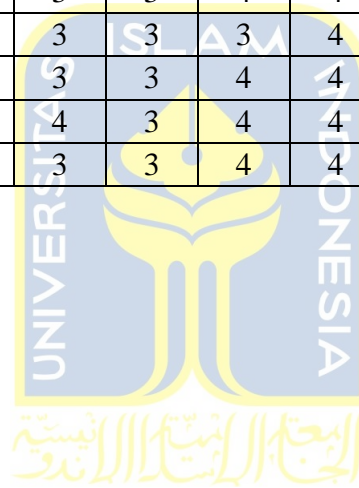
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3
3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
3	3	3	3	4	3	4	1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3
3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
3	4	3	3	4	3	4	2	4	4	3	3	4	3	2	3	4	3	3
3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	4	4	3	2	3	4	2	3
3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4
4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4
3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3
2	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3

3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3
3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3	2	3
4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3
3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	2	3	3	2	3	3	4	2	3
3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2
3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2
3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3

3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2
3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3
3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3
4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3
3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3
4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3
4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	4	3	3	2	2	3	1
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3
4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3
3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3
3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3
3	3	3	4	3	3	4	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3
2	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3
3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3
4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3
3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3
4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4

4	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3
3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4
3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	4	4	3	2	3	4	2	3
3	4	3	3	4	3	4	2	4	4	3	3	4	3	2	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
3	3	3	3	4	3	4	1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2
2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3
3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3

3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3
3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	4	2	2	2	3
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3
3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3



KEPUASAN									LOYALITAS									
KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	KP 6	KP 7	KP 8	KP 9	L 1	L 2	L 3	L 4	Com	Ass	Rel	Tan	Emp	Res
3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2,571	3,500	3,667	3,286	3,500	3,200
4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3,429	3,667	3,667	3,286	3,500	3,400
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2,714	3,000	3,000	2,714	2,667	3,200
4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2,714	3,333	3,000	3,143	3,500	3,000
3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3,143	3,333	3,000	2,857	3,333	2,800
4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3,429	3,500	3,500	3,571	3,333	3,200
3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	2,714	3,667	3,333	3,429	3,333	3,200
3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3,429	3,667	3,333	3,429	3,333	3,200
3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3,571	3,167	3,167	3,714	3,333	3,200
3	3	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3,571	3,167	3,333	3,000	3,500	2,800
4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3,571	3,333	3,500	3,286	3,500	2,200
3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3,429	3,500	3,167	3,429	3,333	3,400
4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3,571	3,667	3,667	3,571	3,500	3,400
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3,571	3,333	3,500	3,143	3,500	3,200
3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3,571	3,500	3,667	3,286	3,167	2,600
4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3,429	3,167	3,500	3,000	3,500	3,200
3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3,286	3,333	3,167	3,286	3,333	3,400
4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3,571	3,333	3,667	3,286	3,500	3,200
3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3,429	3,333	3,167	3,000	3,167	3,200
4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3,143	3,167	3,000	2,714	3,167	3,000

3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3,286	3,333	3,167	3,143	3,500	3,400
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2,714	3,500	3,500	3,571	3,500	3,600
3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3,429	3,167	3,333	3,143	3,333	3,200
3	4	4	4	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3,000	3,167	3,333	3,429	3,500	3,400
4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3,571	3,167	3,667	3,286	3,500	3,400
3	3	4	4	3	2	3	4	3	3	4	4	3	3,286	3,167	3,333	3,286	3,333	3,400
4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3,571	3,500	3,500	3,143	3,333	3,600
3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3,286	3,167	3,333	3,286	3,333	3,400
4	3	4	4	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3,571	3,500	3,667	3,429	3,667	3,400
3	4	4	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3,286	3,167	3,500	3,143	3,333	3,200
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2,714	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2,571	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2,857	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,000	3,833	4,000	4,000	4,000	3,800
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3,571	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,286	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3,286	3,000	2,833	3,000	2,833	3,000
3	2	3	3	3	2	3	3	3	1	1	2	2	2,714	3,000	3,000	3,000	3,000	2,200
3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	2	2,429	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3,286	3,000	3,000	3,000	3,000	2,200
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,429	3,333	3,000	3,000	3,000	3,000
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2,857	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	4,000
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2,714	3,000	3,000	2,857	3,000	3,000

3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	4	4	3	3,000	3,500	3,000	3,429	3,500	3,000
2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2,000	2,333	2,167	2,000	2,500	2,400
4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3,571	4,000	3,167	3,571	3,833	3,400
3	3	1	3	4	2	4	1	4	3	4	1	3	3,286	2,333	3,333	2,857	2,667	2,800
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3,286	3,500	2,833	3,143	3,000	3,400
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3,143	2,667	2,833	2,714	3,000	2,600
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3,143	3,333	3,500	3,286	3,333	3,600
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3,429	3,500	3,000	3,000	3,000	3,000
4	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4,000	3,833	4,000	3,286	3,000	4,000
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,571	3,000	3,000	2,714	3,000	3,000
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	2,600
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2,714	2,500	3,000	3,000	3,000	2,800
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3,000	3,000	3,000	3,286	3,167	3,000
2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2,286	3,000	3,000	2,857	2,667	3,000
3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3,429	3,333	3,167	3,286	3,500	3,400
3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2,714	3,000	2,667	2,714	3,000	1,800
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3,429	3,167	3,500	3,000	3,333	3,000
4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3,143	2,500	3,500	2,857	3,333	3,400
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3,429	3,167	3,167	3,429	3,333	2,600
3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	3,286	3,333	3,333	3,286	3,667	3,800
3	2	3	2	3	2	2	2	2	4	3	3	4	3,143	2,667	3,000	3,571	3,333	3,400
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3,143	3,000	3,000	3,000	3,000	1,800
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,286	3,000	3,000	3,000	3,000	2,400

2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	4	4	4	3,857	3,833	3,833	3,429	4,000	3,800
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2,857	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2,714	3,833	3,833	3,286	3,167	3,000
2	1	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2,571	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,571	3,333	3,167	3,143	3,667	3,200
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3,429	3,500	4,000	4,000	3,500	3,400
3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2,857	3,000	3,000	2,857	3,000	3,000
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2,429	2,500	2,667	2,714	2,833	2,400
2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2,429	2,667	2,500	2,571	3,000	2,200
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3,143	3,500	3,167	3,143	3,333	3,200
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2,429	3,167	2,667	3,571	2,833	2,800
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2,571	3,333	3,000	3,143	3,333	3,400
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3,000	3,500	3,667	3,429	3,500	3,800
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3,143	3,833	3,667	3,714	3,833	3,800
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3,714	3,333	3,167	3,286	3,167	3,200
3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,571	3,333	3,167	3,143	3,167	3,000
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,000	3,000	3,333	3,000	3,333	2,400
3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3,286	3,000	3,500	3,143	3,333	3,000
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2,571	3,000	2,500	2,714	3,000	2,600
3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2,571	2,833	3,000	3,000	3,000	2,400
3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2,714	3,000	3,667	3,143	3,833	3,800
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,000	3,000	3,000	2,714	3,000	3,000

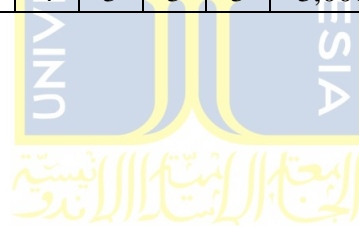
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3,429	3,333	3,667	3,571	3,667	4,000
3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2,571	3,000	3,000	2,857	3,000	3,000
3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3,000	3,500	3,667	3,429	3,500	3,800
3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3,286	3,333	3,000	3,286	3,167	3,000
3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2,571	3,000	2,000	2,857	2,500	2,800
3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2,857	2,500	2,333	2,429	2,500	2,600
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3,429	3,333	3,167	2,857	3,000	3,600
3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3,143	3,333	3,167	3,000	3,167	3,000
3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3,000	3,667	3,000	3,143	3,000	3,600
3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3,429	3,667	3,333	3,571	3,333	3,400
3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2,714	3,000	2,333	2,429	3,000	3,000
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2,571	3,000	3,000	2,714	3,000	3,000
3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2,857	3,000	3,000	2,857	3,000	2,800
3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3,429	2,667	3,333	3,286	3,500	3,000
3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	3	4	3	3,429	3,667	2,667	3,143	3,333	2,800
4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3,714	3,333	3,500	3,714	3,333	3,600
3	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	4	3	3,429	4,000	3,833	3,571	3,500	3,600
4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3,714	3,333	3,500	3,571	3,667	3,400

4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3,714	3,667	3,500	3,714	3,833	3,400
4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3,429	3,500	3,167	3,429	3,667	3,200
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3,429	3,000	3,333	3,429	3,333	3,600
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3,000	3,000	2,667	2,714	3,000	2,800
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3,000	3,667	3,167	3,143	3,667	2,600
2	2	3	2	3	2	2	2	2	4	4	4	3	3,286	3,500	3,500	3,143	3,500	4,000
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2,714	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2,857	3,333	3,167	3,286	3,167	3,200
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,000	3,500	3,833	3,143	3,333	3,200
2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3,714	3,667	3,333	3,714	3,833	3,400
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3,571	3,333	2,667	2,857	2,833	3,000
2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2,571	2,667	2,333	2,571	2,500	2,400
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,429	3,333	3,333	3,429	3,167	3,000
3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3,143	3,500	3,833	4,000	3,500	3,400
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,286	3,000	3,833	4,000	3,500	3,400
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,286	3,000	3,667	4,000	3,500	3,400
3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	2,714	3,833	3,833	4,000	4,000	4,000
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2,857	4,000	3,167	3,286	3,667	4,000
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2,571	3,167	3,667	3,857	3,000	3,400
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3,571	3,667	3,500	3,714	3,167	3,000
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3,857	3,500	2,333	3,000	2,667	4,000
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3,429	3,500	3,500	3,571	3,333	2,000

3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	2,714	3,667	3,333	3,429	3,333	3,200
3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3,429	3,667	3,333	3,429	3,333	3,200
3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3,571	3,167	3,167	3,714	3,333	3,200
3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	3	3	3	3,571	3,167	3,333	3,000	3,500	2,800
4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3,571	3,333	3,500	3,286	3,500	3,200
3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3,429	3,500	3,167	3,429	3,333	3,400
4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3,571	3,667	3,667	3,571	3,500	3,400
4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3,571	3,333	3,500	3,143	3,500	3,200
3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3,571	3,500	3,667	3,286	3,167	3,400
4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3,429	3,167	3,500	3,000	3,500	2,200
3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3,286	3,333	3,167	3,286	3,333	3,400
4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3,571	3,333	3,667	3,286	3,500	3,200
3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3,429	3,333	3,167	3,000	3,167	3,200
4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3,143	3,167	3,000	2,714	3,167	3,000
3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3,286	3,333	3,167	3,143	3,500	3,400
3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3,143	3,000	2,667	2,714	3,000	2,800
4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3,429	3,500	3,500	3,571	3,500	3,600
4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3,429	3,000	3,333	3,429	3,333	3,600
3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3,429	3,167	3,333	3,143	3,333	3,200
4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3,429	3,500	3,167	3,429	3,667	3,200
3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3,143	3,167	3,333	3,429	3,500	3,400
4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3,714	3,667	3,500	3,714	3,833	3,400
4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3,571	3,167	3,667	3,286	3,500	3,400
4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3,714	3,333	3,500	3,571	3,667	3,400

3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3,286	3,167	3,333	3,286	3,333	3,400
3	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	4	3	3,429	4,000	3,833	3,571	3,500	3,600
4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3,571	3,500	3,500	3,143	3,333	3,600
4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3,714	3,333	3,500	3,714	3,333	3,600
3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	3	4	3	3,429	3,667	2,667	3,143	3,333	2,800
3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3,429	2,667	3,333	3,286	3,500	3,000
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2,857	3,000	3,000	2,857	3,000	2,800
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3,000	3,000	3,000	2,714	3,000	3,000
3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3,000	3,000	2,333	2,429	3,000	3,000
3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3,429	3,667	3,333	3,571	3,333	3,400
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,000	3,667	3,000	3,143	3,000	3,600
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3,143	3,333	3,167	3,000	3,167	3,000
2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	4	3	3	3,429	3,333	3,167	2,857	3,000	3,600
3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2,857	2,500	2,333	2,429	2,500	2,600
3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3,000	3,000	2,000	2,857	2,500	2,800
3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3,286	3,333	3,000	3,286	3,167	3,000
3	2	3	1	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3,000	3,500	3,667	3,429	3,500	3,800
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2,571	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2,571	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
2	2	2	3	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3,429	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,000	3,000	3,000	2,857	3,000	3,000
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2,714	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000

2	2	3	2	2	1	2	3	3	4	4	4	4	3,429	3,333	3,667	3,571	3,667	4,000
3	2	2	3	2	1	3	2	1	3	3	3	3	2,857	3,833	4,000	4,000	4,000	3,800
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2,857	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2,857	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3,286	3,167	3,500	3,143	3,333	3,000
3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1	3,571	3,500	3,667	3,429	3,667	2,800
3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3,286	3,167	3,333	3,286	3,333	3,000
4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3,571	3,500	3,500	3,143	3,333	2,600
3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3,286	3,167	3,333	3,286	3,333	3,000
4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3,571	3,167	3,667	3,286	3,500	3,400
3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3,000	3,167	3,333	3,429	3,500	3,400



Lampiran 3

Validitas

		Total_KL
KL1	Pearson Correlation	.536**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
KL2	Pearson Correlation	.492**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
KL3	Pearson Correlation	.328**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
KL4	Pearson Correlation	.460**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
KL5	Pearson Correlation	.383**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
KL6	Pearson Correlation	.313**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
KL7	Pearson Correlation	.510**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
KL8	Pearson Correlation	.456**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
KL9	Pearson Correlation	.475**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
KL10	Pearson Correlation	.524**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
KL11	Pearson Correlation	.519**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
KL12	Pearson Correlation	.553**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
KL13	Pearson Correlation	.524**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
KL14	Pearson Correlation	.600**
	Sig. (2-tailed)	.000

	N	200
	Pearson Correlation	.548**
KL15	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
	Pearson Correlation	.578**
KL16	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
	Pearson Correlation	.602**
KL17	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
	Pearson Correlation	.581**
KL18	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
	Pearson Correlation	.585**
KL19	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
	Pearson Correlation	.596**
KL20	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
	Pearson Correlation	.631**
KL21	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
	Pearson Correlation	.540**
KL22	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
	Pearson Correlation	.525**
KL23	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
	Pearson Correlation	.561**
KL24	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
	Pearson Correlation	.587**
KL25	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
	Pearson Correlation	.438**
KL26	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
	Pearson Correlation	.565**
KL27	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
	Pearson Correlation	.480**
KL28	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
	Pearson Correlation	.558**
KL29	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200

KL30	Pearson Correlation	.570**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
KL31	Pearson Correlation	.610**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
KL32	Pearson Correlation	.529**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
KL33	Pearson Correlation	.616**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
KL34	Pearson Correlation	.500**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
KL35	Pearson Correlation	.541**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
KL36	Pearson Correlation	.455**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
KL37	Pearson Correlation	.497**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	200
Total_KL	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	200

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	200	100.0

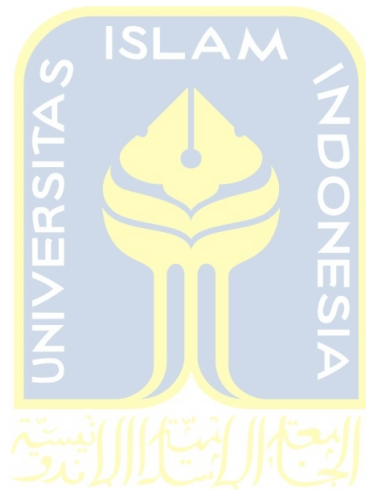
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.925	37

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KL1	3.2200	.61112	200
KL2	3.2450	.53517	200
KL3	3.0050	.53517	200
KL4	3.3800	.61440	200
KL5	2.9800	.58421	200
KL6	2.9700	.53903	200
KL7	3.4000	.55817	200
KL8	3.1650	.49902	200
KL9	3.1100	.48897	200
KL10	3.2500	.48856	200
KL11	3.1850	.53121	200
KL12	3.5100	.52082	200
KL13	3.2100	.49713	200
KL14	3.2250	.57097	200
KL15	3.2050	.49416	200
KL16	3.0950	.57237	200
KL17	3.3500	.59941	200
KL18	3.1950	.56442	200
KL19	3.1950	.52760	200
KL20	3.2500	.48856	200
KL21	3.2550	.58454	200
KL22	3.2000	.47022	200
KL23	3.1600	.49561	200
KL24	3.1300	.47352	200
KL25	3.4200	.59613	200
KL26	2.8800	.60617	200
KL27	3.2900	.50714	200
KL28	3.1400	.42580	200
KL29	3.2950	.51896	200
KL30	3.4400	.53651	200
KL31	3.2800	.50286	200
KL32	3.0450	.37907	200
KL33	3.1250	.58402	200
KL34	3.1800	.55601	200
KL35	3.2850	.62105	200
KL36	3.0800	.57029	200
KL37	3.0350	.49497	200



Correlations

		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	KP9	Total _KP
KP1	Pearson Correlation	1	.379*	.508*	.547*	.370*	.428*	.396*	.347*	.525*	.681**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
KP2	Pearson Correlation	.379*	1	.449*	.471*	.427*	.373*	.368*	.402*	.375*	.639**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
KP3	Pearson Correlation	.508*	.449*	1	.623*	.376*	.425*	.512*	.610*	.600*	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
KP4	Pearson Correlation	.547*	.471*	.623*	1	.445*	.398*	.514*	.550*	.592*	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
KP5	Pearson Correlation	.370*	.427*	.376*	.445*	1	.573*	.455*	.369*	.464*	.675**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
KP6	Pearson Correlation	.428*	.373*	.425*	.398*	.573*	1	.466*	.526*	.444*	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
KP7	Pearson Correlation	.396*	.368*	.512*	.514*	.455*	.466*	1	.525*	.580*	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
KP8	Pearson Correlation	.347*	.402*	.610*	.550*	.369*	.526*	.525*	1	.516*	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
KP9	Pearson Correlation	.525*	.375*	.600*	.592*	.464*	.444*	.580*	.516*	1	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Total _KP	Pearson Correlation	.681*	.639*	.782*	.787*	.675*	.711*	.739*	.744*	.786*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

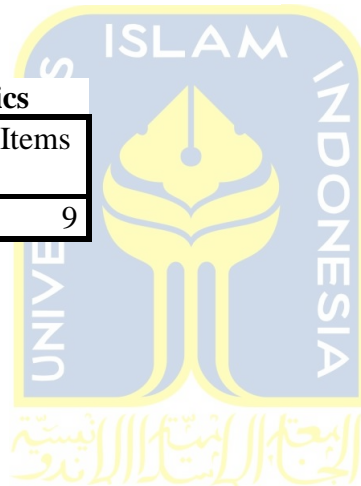
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	200	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	9



Correlations

		L1	L2	L3	L4	Total_L
L1	Pearson Correlation	1	.601**	.359**	.494**	.805**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200
L2	Pearson Correlation	.601**	1	.519**	.504**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200
L3	Pearson Correlation	.359**	.519**	1	.516**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200
L4	Pearson Correlation	.494**	.504**	.516**	1	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200
Total_L	Pearson Correlation	.805**	.852**	.735**	.762**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Reliability

Scale: ALL VARIABLES

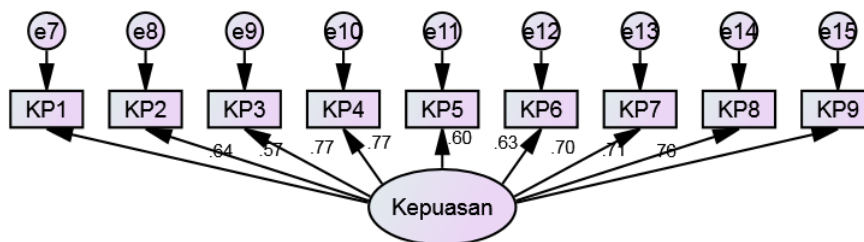
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	200	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.793	4



Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KP1 <--- Kepuasan	1.000				
KP2 <--- Kepuasan	.926	.131	7.093	***	
KP3 <--- Kepuasan	1.366	.152	9.009	***	
KP4 <--- Kepuasan	1.401	.156	9.008	***	
KP5 <--- Kepuasan	.920	.124	7.422	***	
KP6 <--- Kepuasan	1.202	.156	7.701	***	
KP7 <--- Kepuasan	1.240	.148	8.355	***	
KP8 <--- Kepuasan	1.230	.145	8.483	***	
KP9 <--- Kepuasan	1.474	.165	8.947	***	

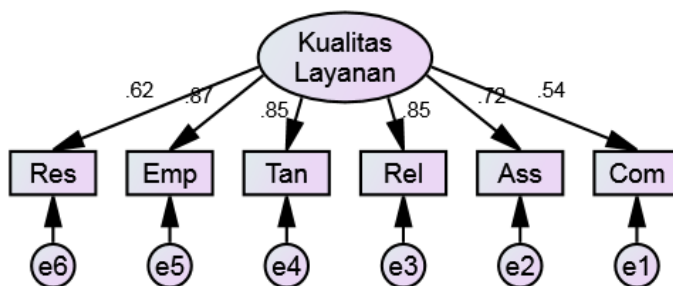
Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
KP1 <--- Kepuasan	.638
KP2 <--- Kepuasan	.573

	Estimate
KP3 <--- Kepuasan	.771
KP4 <--- Kepuasan	.771
KP5 <--- Kepuasan	.605
KP6 <--- Kepuasan	.632
KP7 <--- Kepuasan	.699
KP8 <--- Kepuasan	.713
KP9 <--- Kepuasan	.764

Variiances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Kepuasan	.115	.024	4.818	***	
e7	.167	.018	9.184	***	
e8	.201	.021	9.413	***	
e9	.146	.018	8.283	***	
e10	.154	.019	8.286	***	
e11	.168	.018	9.312	***	
e12	.248	.027	9.210	***	
e13	.184	.021	8.873	***	
e14	.168	.019	8.785	***	
e15	.178	.021	8.358	***	



Estimates (Group number 1 - Default model)

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

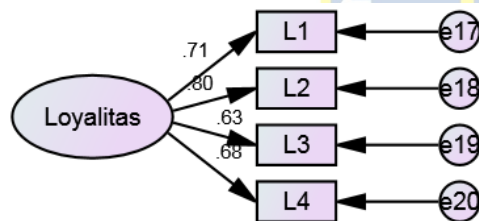
	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Com <--- Kualitas_Layanan	1.000				
Ass <--- Kualitas_Layanan	1.203	.164	7.321	***	
Rel <--- Kualitas_Layanan	1.653	.207	7.969	***	
Tan <--- Kualitas_Layanan	1.490	.187	7.983	***	
Emp <--- Kualitas_Layanan	1.378	.171	8.037	***	
Res <--- Kualitas_Layanan	1.324	.198	6.689	***	

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
Com <--- Kualitas_Layanan	.540
Ass <--- Kualitas_Layanan	.722
Rel <--- Kualitas_Layanan	.851
Tan <--- Kualitas_Layanan	.854
Emp <--- Kualitas_Layanan	.868
Res <--- Kualitas_Layanan	.621

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Kualitas_Layanan	.038	.010	3.955	***	
e1	.093	.010	9.582	***	
e2	.051	.006	8.923	***	
e3	.040	.005	7.368	***	
e4	.031	.004	7.293	***	
e5	.024	.003	6.952	***	
e6	.106	.011	9.373	***	



Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
L1 <--- Loyalitas	1.000				
L2 <--- Loyalitas	1.127	.127	8.854	***	
L3 <--- Loyalitas	.722	.094	7.643	***	
L4 <--- Loyalitas	.686	.084	8.132	***	

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

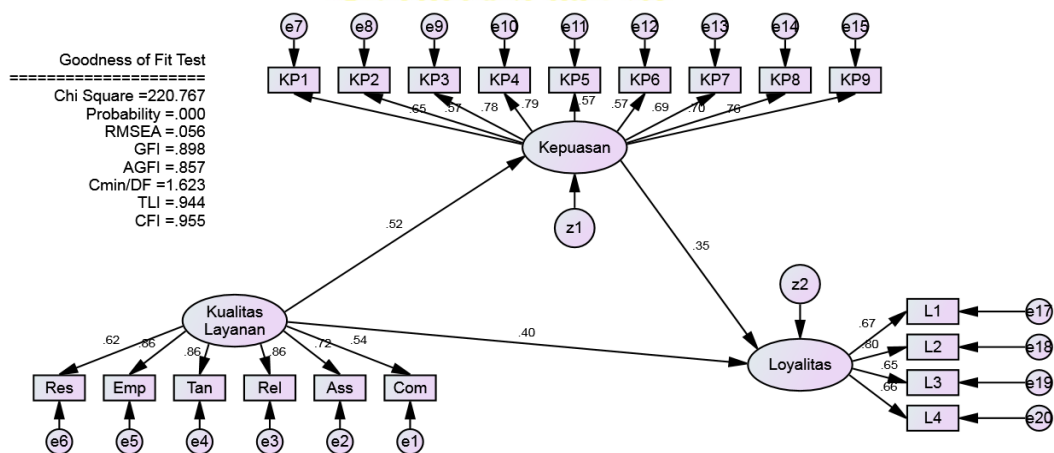
	Estimate
L1 <--- Loyalitas	.705
L2 <--- Loyalitas	.803
L3 <--- Loyalitas	.635
L4 <--- Loyalitas	.684

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Loyalitas	.209	.041	5.122	***	
e17	.211	.028	7.534	***	
e18	.146	.026	5.566	***	
e19	.161	.019	8.353	***	
e20	.112	.014	7.826	***	



Variabel	Indikator	Loading Factor (λ)	Error (ϵ)	Total Loading ($\Sigma\lambda$)	Total Error ($\Sigma\epsilon$)	Construct Reliability	AVE
Kualitas Layanan	Com	0.540	0.093	4.456	0.345	0.98292	0.90801
	Ass	0.722	0.051				
	Rel	0.851	0.040				
	Tan	0.854	0.031				
	Emp	0.868	0.024				
	Res	0.621	0.106				
Kepuasan	KP1	0.638	0.167	6.166	1.614	0.95928	0.72571
	KP2	0.573	0.201				
	KP3	0.771	0.146				
	KP4	0.771	0.154				
	KP5	0.605	0.168				
	KP6	0.632	0.248				
	KP7	0.699	0.184				
	KP8	0.713	0.168				
	KP9	0.764	0.178				
Loyalitas	L1	0.705	0.211	2.827	0.630	0.92693	0.76163
	L2	0.803	0.146				
	L3	0.635	0.161				
	L4	0.684	0.112				



Analysis Summary

Date and Time

Date: Tuesday, August 28, 2018

Time: 1:58:30 PM

Title

full: Tuesday, August 28, 2018 1:58 PM

Groups

Group number 1 (Group number 1)

Notes for Group (Group number 1)

The model is recursive.

Sample size = 200

Variable Summary (Group number 1)

Your model contains the following variables (Group number 1)

Observed, endogenous variables

Com

Ass

Rel

Tan

Emp

Res

KP1

KP2

KP3

KP4

KP5

KP6

KP7

KP8

KP9

L1

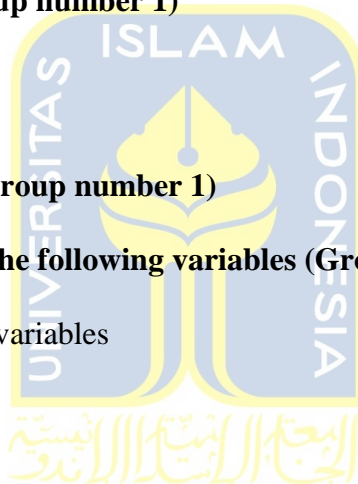
L2

L3

L4

Unobserved, endogenous variables

Kepuasan



Loyalitas
 Unobserved, exogenous variables
 Kualitas_Layanan
 e1
 e2
 e3
 e4
 e5
 e6
 e7
 e8
 e9
 e10
 e11
 e12
 e13
 e14
 e15
 e17
 e18
 e19
 e20
 z1
 z2



Variable counts (Group number 1)

Number of variables in your model: 43
 Number of observed variables: 19
 Number of unobserved variables: 24
 Number of exogenous variables: 22
 Number of endogenous variables: 21

Parameter Summary (Group number 1)

	Weights	Covariances	Variances	Means	Intercepts	Total
Fixed	24	0	0	0	0	24
Labeled	0	0	0	0	0	0
Unlabeled	19	13	22	0	0	54
Total	43	13	22	0	0	78

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
L4	1.000	4.000	-.390	-2.251	3.066	8.852

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
L3	1.000	4.000	-.057	-.329	1.458	4.209
L2	1.000	4.000	-.362	-2.089	.293	.846
L1	1.000	4.000	-.294	-1.696	.154	.445
KP9	1.000	4.000	-.330	-1.908	-.268	-.774
KP8	1.000	4.000	-.231	-1.333	.334	.964
KP7	2.000	4.000	-.065	-.377	-.343	-.990
KP6	1.000	4.000	-.306	-1.768	.391	1.128
KP5	2.000	4.000	-.008	-.043	.773	2.233
KP4	1.000	4.000	-.297	-1.715	.048	.140
KP3	1.000	4.000	-.310	-1.790	.153	.443
KP2	1.000	4.000	-.165	-.951	1.042	3.009
KP1	2.000	4.000	.146	.842	.109	.314
Res	1.800	4.000	-.328	-1.891	.725	2.092
Emp	2.500	4.000	.046	.268	-.008	-.022
Tan	2.000	4.000	.155	.897	.475	1.371
Rel	2.000	4.000	-.398	-2.295	.564	1.629
Ass	2.333	4.000	.011	.062	.118	.342
Com	2.000	4.000	-.405	-2.341	-.437	-1.260
Multivariate					100.367	25.123

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
48	92.766	.000	.000
54	50.385	.000	.000
190	48.472	.000	.000
195	47.225	.000	.000
181	47.104	.000	.000
138	46.619	.000	.000
66	44.494	.001	.000
46	39.768	.004	.000
69	38.412	.005	.000
126	38.205	.006	.000
189	37.766	.006	.000
140	36.770	.008	.000
122	36.716	.009	.000
65	36.467	.009	.000
45	34.939	.014	.000
133	33.468	.021	.000
121	33.103	.023	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
135	32.720	.026	.000
136	31.924	.032	.000
59	31.812	.033	.000
137	31.200	.038	.000
91	31.068	.040	.000
114	30.487	.046	.000
168	30.487	.046	.000
177	30.439	.046	.000
112	30.069	.051	.000
110	29.356	.061	.000
61	29.326	.061	.000
158	29.014	.066	.000
103	28.590	.073	.000
115	28.353	.077	.000
166	28.353	.077	.000
170	28.319	.077	.000
38	28.316	.078	.000
144	27.983	.084	.000
72	27.975	.084	.000
63	27.394	.096	.000
80	27.347	.097	.000
179	27.346	.097	.000
102	27.278	.098	.000
40	25.873	.134	.003
7	25.641	.140	.005
141	25.641	.140	.003
4	25.571	.143	.002
9	25.477	.145	.002
143	25.477	.145	.001
132	25.376	.149	.001
113	25.326	.150	.001
169	25.326	.150	.000
47	25.229	.153	.000
108	24.777	.168	.001
174	24.777	.168	.001
30	24.772	.168	.000
71	24.743	.169	.000
180	24.697	.171	.000
29	24.357	.183	.000
119	24.287	.185	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
88	23.803	.204	.002
74	23.651	.210	.003
10	23.513	.215	.003
107	23.496	.216	.002
128	23.379	.221	.002
39	23.281	.225	.002
11	23.230	.227	.002
49	23.211	.228	.001
37	23.136	.231	.001
178	23.077	.234	.001
24	22.937	.240	.001
15	22.879	.243	.001
104	22.773	.247	.001
105	22.677	.252	.001
186	22.518	.259	.001
6	22.278	.271	.002
117	22.123	.278	.003
162	22.123	.278	.002
116	22.019	.283	.002
43	21.600	.305	.009
146	21.512	.309	.009
67	21.041	.335	.042
60	20.932	.341	.046
130	20.760	.350	.062
150	20.712	.353	.054
96	20.561	.362	.068
26	20.385	.372	.091
127	20.234	.381	.112
78	20.178	.384	.103
22	19.929	.399	.165
5	19.771	.408	.201
82	19.769	.409	.165
155	19.631	.417	.191
131	19.529	.423	.202
93	19.306	.437	.282
12	19.302	.438	.239
173	19.096	.451	.316
90	19.091	.451	.270
118	19.075	.452	.234
160	19.075	.452	.193

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
109	18.737	.474	.349
1	18.379	.497	.553
194	18.209	.509	.623

Models

Default model (Default model)

Notes for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 190
Number of distinct parameters to be estimated: 54
Degrees of freedom (190 - 54): 136

Result (Default model)

Minimum was achieved
Chi-square = 220.767
Degrees of freedom = 136
Probability level = .000



Group number 1 (Group number 1 - Default model)

Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Kepuasan	<--- Kualitas_Layanan	.918	.178	5.169	***	
Loyalitas	<--- Kepuasan	.441	.120	3.670	***	
Loyalitas	<--- Kualitas_Layanan	.903	.217	4.158	***	
Com	<--- Kualitas_Layanan	1.000				
Ass	<--- Kualitas_Layanan	1.218	.165	7.397	***	
Rel	<--- Kualitas_Layanan	1.704	.210	8.105	***	
Tan	<--- Kualitas_Layanan	1.502	.186	8.066	***	

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Emp	<---	Kualitas_Layanan	1.381	.170	8.103	***	
Res	<---	Kualitas_Layanan	1.333	.198	6.744	***	
KP1	<---	Kepuasan	1.000				
KP2	<---	Kepuasan	.905	.127	7.149	***	
KP3	<---	Kepuasan	1.363	.147	9.281	***	
KP4	<---	Kepuasan	1.409	.151	9.333	***	
KP5	<---	Kepuasan	.857	.120	7.170	***	
KP6	<---	Kepuasan	1.070	.150	7.110	***	
KP7	<---	Kepuasan	1.187	.140	8.455	***	
KP8	<---	Kepuasan	1.192	.139	8.553	***	
KP9	<---	Kepuasan	1.447	.158	9.144	***	
L1	<---	Loyalitas	1.000				
L2	<---	Loyalitas	1.152	.127	9.076	***	
L3	<---	Loyalitas	.778	.098	7.975	***	
L4	<---	Loyalitas	.690	.087	7.927	***	

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
Kepuasan	<---	Kualitas_Layanan	.517
Loyalitas	<---	Kepuasan	.346
Loyalitas	<---	Kualitas_Layanan	.399
Com	<---	Kualitas_Layanan	.539
Ass	<---	Kualitas_Layanan	.725
Rel	<---	Kualitas_Layanan	.862
Tan	<---	Kualitas_Layanan	.855
Emp	<---	Kualitas_Layanan	.864
Res	<---	Kualitas_Layanan	.621
KP1	<---	Kepuasan	.649
KP2	<---	Kepuasan	.568
KP3	<---	Kepuasan	.782
KP4	<---	Kepuasan	.788
KP5	<---	Kepuasan	.574
KP6	<---	Kepuasan	.569
KP7	<---	Kepuasan	.686
KP8	<---	Kepuasan	.700
KP9	<---	Kepuasan	.764
L1	<---	Loyalitas	.673
L2	<---	Loyalitas	.796
L3	<---	Loyalitas	.650
L4	<---	Loyalitas	.660

Covariances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e11 <--> e12	.083	.017	4.852	***	
e8 <--> e11	.024	.013	1.817	.069	
e14 <--> e19	.043	.013	3.356	***	
e3 <--> e19	-.016	.006	-2.515	.012	
e13 <--> e19	-.036	.014	-2.638	.008	
e12 <--> e14	.048	.016	3.040	.002	
e13 <--> e18	.034	.015	2.294	.022	
e17 <--> z1	.033	.013	2.575	.010	
e6 <--> z2	.034	.010	3.273	.001	
e3 <--> e8	-.018	.007	-2.524	.012	
e3 <--> e15	.016	.007	2.218	.027	
e2 <--> e17	-.023	.008	-2.770	.006	
e1 <--> e18	.027	.010	2.738	.006	

Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
e11 <--> e12	.374
e8 <--> e11	.125
e14 <--> e19	.258
e3 <--> e19	-.201
e13 <--> e19	-.211
e12 <--> e14	.216
e13 <--> e18	.205
e17 <--> z1	.247
e6 <--> z2	.309
e3 <--> e8	-.206
e3 <--> e15	.194
e2 <--> e17	-.225
e1 <--> e18	.230

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Kualitas_Layanan	.038	.009	3.988	***	
z1	.087	.018	4.815	***	
z2	.111	.024	4.718	***	
e1	.092	.010	9.619	***	
e2	.050	.006	9.003	***	

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e3	.038	.005	7.307	***	
e4	.031	.004	7.524	***	
e5	.024	.003	7.323	***	
e6	.106	.011	9.420	***	
e7	.163	.018	9.139	***	
e8	.204	.022	9.427	***	
e9	.140	.017	8.155	***	
e10	.143	.018	8.084	***	
e11	.177	.019	9.432	***	
e12	.282	.030	9.496	***	
e13	.187	.021	8.965	***	
e14	.175	.020	8.914	***	
e15	.177	.021	8.361	***	
e17	.203	.026	7.764	***	
e18	.147	.022	6.589	***	
e19	.159	.018	8.615	***	
e20	.118	.014	8.493	***	

Matrices (Group number 1 - Default model)

Total Effects (Group number 1 - Default model)

	Kualitas_Layanan	Kepuasan	Loyalitas
Kepuasan	.918	.000	.000
Loyalitas	1.308	.441	.000
L4	.902	.304	.690
L3	1.017	.343	.778
L2	1.507	.508	1.152
L1	1.308	.441	1.000
KP9	1.327	1.447	.000
KP8	1.094	1.192	.000
KP7	1.089	1.187	.000
KP6	.981	1.070	.000
KP5	.786	.857	.000
KP4	1.292	1.409	.000
KP3	1.251	1.363	.000
KP2	.830	.905	.000
KP1	.918	1.000	.000
Res	1.333	.000	.000
Emp	1.381	.000	.000
Tan	1.502	.000	.000

	Kualitas_Layanan	Kepuasan	Loyalitas
Rel	1.704	.000	.000
Ass	1.218	.000	.000
Com	1.000	.000	.000

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	Kualitas_Layanan	Kepuasan	Loyalitas
Kepuasan	.517	.000	.000
Loyalitas	.578	.346	.000
L4	.382	.228	.660
L3	.376	.225	.650
L2	.460	.275	.796
L1	.389	.233	.673
KP9	.395	.764	.000
KP8	.362	.700	.000
KP7	.355	.686	.000
KP6	.295	.569	.000
KP5	.297	.574	.000
KP4	.407	.788	.000
KP3	.405	.782	.000
KP2	.294	.568	.000
KP1	.336	.649	.000
Res	.621	.000	.000
Emp	.864	.000	.000
Tan	.855	.000	.000
Rel	.862	.000	.000
Ass	.725	.000	.000
Com	.539	.000	.000

Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	Kualitas_Layanan	Kepuasan	Loyalitas
Kepuasan	.918	.000	.000
Loyalitas	.903	.441	.000
L4	.000	.000	.690
L3	.000	.000	.778
L2	.000	.000	1.152
L1	.000	.000	1.000
KP9	.000	1.447	.000
KP8	.000	1.192	.000
KP7	.000	1.187	.000

	Kualitas_Layanan	Kepuasan	Loyalitas
KP6	.000	1.070	.000
KP5	.000	.857	.000
KP4	.000	1.409	.000
KP3	.000	1.363	.000
KP2	.000	.905	.000
KP1	.000	1.000	.000
Res	1.333	.000	.000
Emp	1.381	.000	.000
Tan	1.502	.000	.000
Rel	1.704	.000	.000
Ass	1.218	.000	.000
Com	1.000	.000	.000

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	Kualitas_Layanan	Kepuasan	Loyalitas
Kepuasan	.517	.000	.000
Loyalitas	.399	.346	.000
L4	.000	.000	.660
L3	.000	.000	.650
L2	.000	.000	.796
L1	.000	.000	.673
KP9	.000	.764	.000
KP8	.000	.700	.000
KP7	.000	.686	.000
KP6	.000	.569	.000
KP5	.000	.574	.000
KP4	.000	.788	.000
KP3	.000	.782	.000
KP2	.000	.568	.000
KP1	.000	.649	.000
Res	.621	.000	.000
Emp	.864	.000	.000
Tan	.855	.000	.000
Rel	.862	.000	.000
Ass	.725	.000	.000
Com	.539	.000	.000

Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	Kualitas_Layanan	Kepuasan	Loyalitas
Kepuasan	.000	.000	.000
Loyalitas	.404	.000	.000
L4	.902	.304	.000
L3	1.017	.343	.000
L2	1.507	.508	.000
L1	1.308	.441	.000
KP9	1.327	.000	.000
KP8	1.094	.000	.000
KP7	1.089	.000	.000
KP6	.981	.000	.000
KP5	.786	.000	.000
KP4	1.292	.000	.000
KP3	1.251	.000	.000
KP2	.830	.000	.000
KP1	.918	.000	.000
Res	.000	.000	.000
Emp	.000	.000	.000
Tan	.000	.000	.000
Rel	.000	.000	.000
Ass	.000	.000	.000
Com	.000	.000	.000

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	Kualitas_Layanan	Kepuasan	Loyalitas
Kepuasan	.000	.000	.000
Loyalitas	.179	.000	.000
L4	.382	.228	.000
L3	.376	.225	.000
L2	.460	.275	.000
L1	.389	.233	.000
KP9	.395	.000	.000
KP8	.362	.000	.000
KP7	.355	.000	.000
KP6	.295	.000	.000
KP5	.297	.000	.000
KP4	.407	.000	.000
KP3	.405	.000	.000
KP2	.294	.000	.000

	Kualitas_Layanan	Kepuasan	Loyalitas
KP1	.336	.000	.000
Res	.000	.000	.000
Emp	.000	.000	.000
Tan	.000	.000	.000
Rel	.000	.000	.000
Ass	.000	.000	.000
Com	.000	.000	.000

Modification Indices (Group number 1 - Default model)

Covariances: (Group number 1 - Default model)

		M.I.	Par Change
e20 <-->	Kualitas_Layanan	4.351	-.011
e19 <-->	e20	4.785	.022
e17 <-->	e19	4.869	-.028
e11 <-->	z2	5.405	.025
e10 <-->	e17	5.440	.032
e9 <-->	e14	4.954	.026
e7 <-->	e14	8.402	-.035
e7 <-->	e12	4.364	.030
e6 <-->	e17	5.049	.024
e6 <-->	e10	4.619	-.020
e6 <-->	e9	4.283	.019
e4 <-->	z2	4.318	.011
e4 <-->	e11	7.411	.015
e4 <-->	e9	4.378	-.012
e2 <-->	e6	6.041	.013
e2 <-->	e3	7.451	-.009
e1 <-->	z1	4.397	.014
e1 <-->	e11	4.223	-.017
e1 <-->	e7	5.889	.022

Variances: (Group number 1 - Default model)

	M.I.	Par Change

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	M.I.	Par Change
L4 <--- Kualitas_Layanan	4.351	-.292
L4 <--- Emp	4.728	-.183
L4 <--- Rel	6.560	-.174
KP8 <--- KP1	4.528	-.116
KP5 <--- Loyalitas	4.651	.148
KP5 <--- L4	6.819	.157
KP5 <--- Tan	5.417	.188
KP1 <--- Com	6.760	.215
Emp <--- L1	4.328	-.040
Emp <--- KP6	4.564	-.042
Tan <--- KP5	4.766	.060
Com <--- Kepuasan	4.174	.134
Com <--- KP9	4.513	.070
Com <--- KP1	9.194	.123

Minimization History (Default model)

Iteration	Negative eigenvalues	Condition #	Smallest eigenvalue	Diameter	F	NTrises	Ratio
0	e 10		-1.095	9999.000	1994.021	0	9999.000
1	e 10		-.173	2.198	1000.960	19	.483
2	e* 1		-.005	1.281	544.896	4	.798
3	e 0	637.618		.807	407.744	5	.579
4	e 0	222.712		.516	349.874	4	.000
5	e 0	112.715		.676	276.895	2	.000
6	e 0	117.233		.613	230.904	1	1.200
7	e 0	169.007		.434	222.004	1	1.154
8	e 0	259.449		.229	220.857	1	1.138
9	e 0	322.06		.101	220.76	1	1.074

Iteration	Negative eigenvalues	Condition #	Smallest eigenvalue	Diameter	F	NTrises	Ratio
10	0	8 329.796		.013	220.767	1	1.013
11	0	7 323.477		.000	220.767	1	1.000

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	54	220.767	136	.000	1.623
Saturated model	190	.000	0		
Independence model	19	2067.713	171	.000	12.092

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.014	.898	.857	.643
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.102	.277	.197	.249

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.893	.866	.956	.944	.955
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.795	.710	.760
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	84.767	48.012	129.433
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1896.713	1753.896	2046.921

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	1.109	.426	.241	.650
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	10.391	9.531	8.814	10.286

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.056	.042	.069	.226
Independence model	.236	.227	.245	.000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	328.767	340.834	506.876	560.876
Saturated model	380.000	422.458	1006.680	1196.680
Independence model	2105.713	2109.959	2168.381	2187.381

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	1.652	1.467	1.877	1.713
Saturated model	1.910	1.910	1.910	2.123
Independence model	10.581	9.864	11.336	10.603

HOELTER

Model	HOELTER	HOELTER
	.05	.01
Default model	149	160
Independence model	20	21

Execution time summary

Minimization: .016
Miscellaneous: 1.279
Bootstrap: .000
Total: 1.295

