

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPERCAYAAN  
NASABAH TERHADAP BANK SYARIAH  
(Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah di Kota Semarang )**



Oleh:

**Jati Handayani**

**NIM: 07913150**

**TESIS**

**Diajukan kepada Magister Studi Islam  
Program Pascasarjana Universitas Islam Indonesia  
Untuk memenuhi salah satu syarat guna  
Memperoleh Gelar Magister Studi Islam**

**YOGYAKARTA**

**2012**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPERCAYAAN**

**NASABAH TERHADAP BANK SYARIAH**

**(Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah di Kota Semarang)**



**Jati Handayani**

**NIM: 07913150**

**Pembimbing**

**Drs. Yusdani, M. Ag**

**TESIS**

**Diajukan kepada Magister Studi Islam**

**Program Pasca Sarjana Universitas Islam Indonesia**

**Untuk memenuhi salah satu syarat guna**

**Memperoleh Gelar Magister Studi Islam**

**YOGYAKARTA**

**2012**



PROGRAM PASCASARJANA  
MAGISTER STUDI ISLAM  
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta  
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

## **PENGESAHAN**

Nomor: 401/PS-MSI/Peng./V/2012

TESIS berjudul : **FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP BANK SYARIAH  
(Studi Kasus pada Bank Umum Syariah di Kota Semarang)**

Ditulis oleh : Jati Handayani

N. I. M. : 07913150

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister dalam Ilmu  
Ekonomi Islam

Yogyakarta, 4 Mei 2012

Ketua Program



Dr. H. Imam Effendi, MA



PROGRAM PASCASARJANA  
MAGISTER STUDI ISLAM  
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta  
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

## TIM PENGUJI UJIAN TESIS

Nama : Jati Handayani  
Tempat/tgl.lahir : Kebumen, 12 Maret 1964  
N. I. M. : 07913150  
Konsentrasi : Ekonomi Islam  
Judul Tesis : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP BANK SYARIAH (Studi Kasus pada Bank Umum Syariah di Kota Semarang)**

Ketua : Drs. H. Syarif Zubaidah, M.Ag. (.....)

Sekretaris : Dr. H. Imam Effendi, MA (.....)

Pembimbing : Drs. Yusdani, M.Ag. (.....)

Penguji : Prof. Dr. M. Abdul Karim, Double MA (.....)

Penguji : Nur Kholis, S.Ag., M.Sh.Ec. (.....)

Diuji di Yogyakarta pada tanggal 27 April 2012

Pukul : 15.30–16.30 WIB

Hasil / Nilai : **84,00 / A-**





PROGRAM PASCASARJANA  
MAGISTER STUDI ISLAM  
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta  
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

## NOTA DINAS

No. : 1004/PS-MSI/ND/IV/2012

TESIS berjudul : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP BANK SYARIAH (Studi Kasus pada Bank Umum Syariah di Kota Semarang)**

Ditulis oleh : Jati Handayani

NIM : 07913150

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diujikan di depan Dewan Penguji Tesis Magister Studi Islam Program Pascasarjana (S-2) Universitas Islam Indonesia.



## PERSETUJUAN PEMBIMBING

TESIS berjudul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP BANK SYARIAH  
(Studi Kasus Pada bank Umum Syariah di Kota Semarang)

Ditulis oleh : Jati Handayani

NIM : 07913150

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat disetujui untuk diuji dihadapan Tim Penguji Tesis Magister Studi Islam  
Program Pasca Sarjana Universitas Islam Indonesia



# UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Yogyakarta,

2012

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end.

Dr. Yurdani, M. Ag

HALAMAN MOTTO

**YAKIN USAHA SAMPAI  
DENGAN PERJUANGAN YANG SINGGUH SINGGUH,  
PENUH KESABARAN, TAWAKAL, IKHTIAR, DAN DO'A  
YANG TIADA HENTI  
MENGGAJAI RIDHO ALLAH SWT.**



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Ya Allah ijin kankansah karya ini dipersembahkan buat:*

*Suamiku tercinta yang selalu memberikan dorongan sahir batin*

*Ayah (alm) dan Ibuku Tercinta yang Do'a & kasih sayangnya tiada henti dan selalu mendorong untuk menambah ilmu*

*Ayah (alm) dan Ibu mertuaku yang senantiasa mengasihiku*

*Anak-anakku tersayang Fendiawan Adams, Feishal Ray Hans dan Yuninda Fairuz Syifa yang sejak kecil harus memaknai arti sebuah perjuangan serta Syafiq dan Fathan yang bikin ceria*

*Adik2ku Rini Nugroho Jati, Arif Nugroho dan Maslakhatun yang telah ikut serta membesarkan dan mengantarkan anak-anakku menuju masa depan yang lebih baik*

*Keluarga besarku dengan dorongan dan doanya*

*Bapak Drs. YUSDANI, M. Ag. yang telah membimbing dengan penuh kesabaran dan memberikan solusi di saat ada kesulitan menyelesaikan tesis*

*Bapak dan ibu dosen MSF yang dengan curahan ilmu dari beliau menambah keyakinan bagi kami untuk menjadi tambah bijaksana*

*Pembaca yang budiman*

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata Arab-Latin yang dipakai dalam penyusunan Tesis ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor : 158/1987 dan 0543b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

### I. Konsonan Tunggal

<i>Huruf Arab</i>	Nama	<i>Huruf Latin</i>	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	-
ت	Tā	T	-
ث	Sā	ṣ	s (dengan titik di atas)
ج	Jīm	J	-
ح	Hā'	h	h (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	-
د	Dāl	D	-
ذ	Zāl	Ẓ	z (dengan titik di atas)
ر	Rā'	R	-
ز	Zā'	Z	-
س	Sīn	S	-
ش	Syīn	Sy	-
ص	Sād	.s	s (dengan titik di bawah)

ض	Dād	.d	d (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	.t	t (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	.z	z (dengan titik di bawah)
ع	'Aīn	'	koma terbalik ke atas
غ	Gaīn	G	-
ف	Fā'	F	-
ق	Qāf	Q	-
ك	Kāf	K	-
ل	Lām	L	-
م	Mīm	M	-
ن	Nūn	N	-
و	Wāwu	W	-
ه	Hā'	H	-
ء	Hamzah		Apostrof
ي	Yā'	Y	-

## II. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	'iddah

### III. *Ta' Marbūtah* di akhir kata

a. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	Ditulis	<i>.hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan, bila kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

b. Bila *ta' marbūtah* diikuti dengan kata sandang "*al'*" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>
----------------	---------	---------------------------

c. Bila *ta' marbūtah* hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis *t*

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakāt al-fītr</i>
------------	---------	----------------------

### IV. Vokal Pendek

-----	<i>faṭḥah</i>	ditulis	A
-----	<i>Kasrah</i>	ditulis	I
-----	<i>dammah</i>	ditulis	U

### V. Vokal Panjang

1.	<i>Faṭḥah + alif</i> جاهلية	ditulis ditulis	<i>Ā</i> <i>jāhiliyah</i>
2.	<i>Faṭḥah + ya' mati</i> تنسى	ditulis ditulis	<i>Ā</i> <i>Tansā</i>
3.	<i>Kasrah + ya' mati</i> كريم	ditulis ditulis	<i>Ī</i> <i>Karīm</i>
4.	<i>ḍammah + wawu mati</i> فروض	ditulis ditulis	<i>Ū</i> <i>furūd</i>



### VI. Vokal Rangkap

1.	<i>Faṭḥah + ya' mati</i> بينكم	ditulis ditulis	<i>Ai</i> <i>bainakum</i>
2.	<i>Faṭḥah + wawu mati</i> قول	ditulis ditulis	<i>Au</i> <i>Qaul</i>

### VII. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

### VIII. Kata Sandang *Alif + Lam*

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)-nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

### IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawī al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

## KATA PENGANTAR

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله ولي التوفيق، ومهدي من استهداه لأقوم الطريق والصلاة والسلام على

سيدنا محمد سيد الداعين وإمام الهادين ورضي الله عن أصحابه الغر الميامين وسلم تسليماً

Alhamdulillah rabbi 'alamin. Hanya dari dari - Mu ya ALLah, kuharapkan ridho . Teriring rasa syukur yang mendalam atas terselesaikannya penulisan Tesis yang berjudul “ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah di Kota Semarang )” ini, kusanjungkan pada - Mu juga untuk harapan yang sama. Shalawat dan salam tercurah ke haribaan baginda Rasulillah Muhammad SAW., keluarganya, para sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman. Selanjutnya dengan terselesaikannya penulisan Tesis ini, penulis ucapkan terima kasih, Jazakumullah khoiron katsiro kepada semua pihak yang telah berkenan membantu, khususnya kepada yth:

1. Bapak Prof. Dr. H. Edy Suandi Hamid, M. Ec., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
2. Dr. Drs. H. Dadan Muttaqien, S.H., M. Hum., selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
3. Dr. H. Imam Effendi, M.A, selaku Ketua Program Pasca Sarjana Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

4. Drs. H. Syarif Zubaidah, M.Ag, selaku Sekretaris Program Pasca Sarjana Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
5. Drs. Yusdani, M. Ag, selaku Pembimbing yang telah memberikan arahan dan solusi dikala penulis mengalami kesulitan dalam penyusunan Tesis ini
6. Bapak/Ibu dosen dan seluruh Civitas Academica
6. Direksi dan staf BMI Cabang Semarang dan BSM Cabang Semarang yang telah banyak membantu kelancaran dalam penyusunan Tesis ini.
7. Responden BMI Cabang Semarang dan BSM Cabang Semarang yang telah bersedia memberikan data semoga menjadi amal sholeh
8. Keluarga besarku yang senantiasa memberikan yang terbaik dalam hidupku
9. Teman-teman seperjuangan yang senantiasa semangat dalam menggapai asa
9. Mbak Erni, mbak Ana, Mbak Anik, Mbak Silvi, Mbak Ulfa ( saai ini sudah lulus kuliah juga di MSI), Mbak Kartini, Pak Anwan, Pak Lukman dan Mas Tri dengan ketulusannya
10. Pembaca yang budiman yang tegar dalam memperjuangkan tegaknya ekonomi umat yang diridhoi ALLAH, SWT

Hanya kepada Allah jualah semua hal penulis kembalikan semoga amal shaleh beliau semua menjadi lantaran untuk memperoleh balasan kebaikan yang berlipat ganda dari ridha Nya

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa meskipun segala daya telah diupayakan namun Tesis ini masih jauh dari sempurna, banyak kekurangan dan kesalahan,

karenanya kepada semua pihak mohon berkenan memberikan kritik dan masukan demi perbaikan Tesis yg sederhana ini dan ada manfaatnya bagi pengembangan ekonomi Islam Akhirnya semoga bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Yogyakarta, Maret 2012



Penulis,

*Jati Handayani*

Jati Handayani

UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL LUAR .....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS .....	iv
HALAMAN NOTA DINAS .....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
PEDOMAN TANSLITERASI .....	ix
KATA PENGANTAR .....	xiv
DAFTAR ISI .....	xvii
DAFTAR TABEL .....	xx
DAFTAR GAMBAR .....	xxvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxviii
ABSTRAK .....	xxix
ABSTRACT .....	
	
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Ruang Lingkup Pembahasan .....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
E. Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA dan PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN</b> .....	<b>11</b>
A. Konsep Rujukan Penelitian .....	11
B. Telaah Pustaka .....	19
1. Kepercayaan .....	19
2. Kepuasan .....	23
3. Kualitas Pelayanan .....	26
4. <i>Benefit Lost Costs</i> .....	32
5. Keunggulan Produk .....	36
6. Keadilan dan Kejujuran Harga .....	38
C. Kerangka Pemikiran Teoritis/ Model Penelitian .....	42
D. Hipotesis .....	44

	E. Definisi Operasional Variabel .....	44
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN .....	46
	A. Jenis Penelitian .....	46
	B. Subyek dan Obyek .....	46
	C. Penentuan Variabel .....	46
	D. Operasional Variabel .....	47
	E. Penentuan Populasi .....	48
	F. Penentuan Sampel .....	48
	G. Metode, Teknik, dan Instrumen Pengumpulan Data .....	49
	H. Teknik Analisis Data .....	52
	I. Data yang diperlukan .....	52
	J. Bagan Alir Penelitian .....	54
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	55
	A. Pengumpulan Data .....	55
	B. Deskripsi Responden .....	55
	1. Gambaran Umum Responden .....	55
	2. Persepsi Responden Terhadap Kualitas Pelayanan .....	59
	3. Persepsi Responden Terhadap <i>Benefit Lost Costs</i> .....	65
	4. Persepsi Responden Terhadap Keunggulan Produk .....	72
	5. Persepsi Responden Terhadap Keadilan dan Kejujuran Harga .....	79
	6. Persepsi Responden Terhadap Kepuasan .....	85
	7. Persepsi Responden Terhadap Kepercayaan .....	92
	C. Peta Kualitas Pelayanan, <i>Benefit Lost Cost</i> , Keunggulan Produk, Keadilan dan Kejujuran Harga, Kepuasan dan Kepercayaan terhadap pembiayaan bank syariah berdasar persepsi responden .....	98
	D. Uji Validitas, Reliabilitas Dan Normalitas Data .....	99
	E. Pengujian Hipotesis Dan Pembahasan .....	102
	F. Path Analysis .....	123
	G. Uji Koefisien Determinasi .....	150
BAB V	PENUTUP .....	
	A. Kesimpulan .....	152
	1. Peta Persepsi Responden Terhadap Kualitas Pelayanan, <i>Benefit Lost Costs</i> , Keunggulan Produk, Keadilan & Kejujuran Harga, Kepuasan dan Kepercayaan Pembiayaan Bank Syariah .....	152
	2. Kesimpulan Hipotesis .....	153

3. Path Analysis .....	153
4. Koefisien Determinasi .....	155
B. Implikasi Manajerial.....	155
C. Keterbatasan Penelian .....	158
D. Agenda Penelitian Mendatang .....	158

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Konsepsi Meng, Juan dan Elliot, Kevin M. (2009) atas Benefit Lost Cost, Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan	12
Tabel 2.2	Konsepsi Kim; Zhao; Yang (2008) atas Kualitas Layanan, Keunggulan Produk, Keadilan & Kejujuran Harga dan Kepercayaan	14
Tabel 2.3	Konsepsi Shafie; Wan Azmi,; Haron, (2004) atas Kualitas Layanan Bank Syariah	15
Tabel 2.4	Konsepsi Ardiansah; Murtini dan Handayani(2005) atas Implementasi Prinsip Syariah Pada Perbankan Syariah	16
Tabel 2.5	Konsepsi Utami; Ariyani (2006) atas Kualitas Jasa dan Kepuasan Nasabah	17
Tabel 2.6	Konsepsi Harahap .dkk, (2006) atas Kepuasan	18
Tabel 2.7	Konsepsi Tranztianingzah (2006) atas Kualitas Layanan dan Kepuasan	19
Tabel 2.8	Terminologi dan makna adil dalam al-Qur'an	41
Tabel 2.9	Definisi Operasional Variabel Penelitian	45
Tabel 4.1	Responden Berdasar Jenis Bank, Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan Terakhir, Pekerjaan, Lama Menjadi Nasabah Dan Status Pengambilan Pembiayaan	57
Tabel 4.2	Kualitas Pelayanan Berdasar Jenis Bank Responden Pembiayaan	58
Tabel 4.3	Kualitas Pelayanan Berdasar Jenis Bank Responden Non Pembiayaan	58
Tabel 4.4	Kualitas Pelayanan Berdasar Jenis Kelamin Responden Pembiayaan	59
Tabel 4.5	Kualitas Pelayanan Berdasar Jenis Kelamin Responden Non Pembiayaan	59
Tabel 4.6	Kualitas Pelayanan Berdasar Usia Responden Pembiayaan	60
Tabel 4.7	Kualitas Pelayanan Terhadap Usia Responden Non Pembiayaan	60
Tabel 4.8	Kualitas Pelayanan Berdasar Pendidikan Terakhir Responden Pembiayaan	61
Tabel 4.9	Kualitas Pelayanan Terhadap Pendidikan Terakhir Responden Non Pembiayaan	61
Tabel 4.10	Kualitas Pelayanan Berdasar Pekerjaan Responden Pembiayaan	62
Tabel 4.11	Kualitas Pelayanan Berdasar Pekerjaan Responden Non	62

xx

Tabel 4.31	Keunggulan Produk Berdasar Usia Responden Non Pembiayaan	72
Tabel 4.32	Keunggulan Produk Berdasar Pendidikan Terakhir Responden Pembiayaan	74

xxi

Tabel 4.33	Keunggulan Produk Berdasar Pendidikan Terakhir Responden Non Pembiayaan	75
Tabel 4.34	Keunggulan Produk Berdasar Pekerjaan Responden Pembiayaan	76
Tabel 4.35	Keunggulan Produk Berdasar Pekerjaan Responden Non Pembiayaan	76
Tabel 4.36	Keunggulan Produk Berdasar Lama Menjadi Nasabah Responden Pembiayaan	77
Tabel 4.37	Keunggulan Produk Berdasar Lama Menjadi Nasabah Responden Non Pembiayaan	77
Tabel 4.38	Keadilan Dan Kejujuran Harga Berdasar Jenis Bank Responden Pembiayaan	78
Tabel 4.39	Keadilan Dan Kejujuran Harga Berdasar Jenis Bank Responden Non Pembiayaan	79
Tabel 4.40	Keadilan Dan Kejujuran Harga Berdasar Jenis Kelamin Responden Pembiayaan	79
Tabel 4.41	Keadilan Dan Kejujuran Harga Berdasar Jenis Kelamin Responden Non Pembiayaan	80
Tabel 4.42	Keadilan Dan Kejujuran Harga Berdasar Usia Responden Pembiayaan	80
Tabel 4.43	Keadilan Dan Kejujuran Harga Berdasar Usia Responden Non Pembiayaan	81
Tabel 4.44	Keadilan Dan Kejujuran Harga Berdasar Pendidikan Terakhir Responden Pembiayaan	81
Tabel 4.45	Keadilan Dan Kejujuran Harga Berdasar Pendidikan Terakhir Responden Non Pembiayaan	82
Tabel 4.46	Keadilan Dan Kejujuran Harga Berdasar Pekerjaan Responden Pembiayaan	82
Tabel 4.47	Keadilan Dan Kejujuran Harga Berdasar Pekerjaan Responden Non Pembiayaan	83
Tabel 4.48	Keadilan Dan Kejujuran Harga Berdasar Lama Menjadi Nasabah Responden Pembiayaan	83
Tabel 4.49	Keadilan Dan Kejujuran Harga Berdasar Lama Menjadi Nasabah Responden Non Pembiayaan	84
Tabel 4.50	Kepuasan Berdasar Jenis Bank Responden Pembiayaan	85
Tabel 4.51	Kepuasan Berdasar Jenis Bank Responden Non Pembiayaan	85
Tabel 4.52	Kepuasan Berdasar Jenis Kelamin Responden Pembiayaan	86
Tabel 4.53	Kepuasan Berdasar Jenis Kelamin Responden Non Pembiayaan	86
Tabel 4.54	Kepuasan Berdasar Usia Responden Pembiayaan	87

Tabel 4.55	Kepuasan Berdasar Usia Responden Non Pembiayaan	87
Tabel 4.56	Kepuasan Berdasar Pendidikan Terakhir Responden Pembiayaan	88
Tabel 4.57	Kepuasan Berdasar Pendidikan Terakhir Responden Non Pembiayaan	88
Tabel 4.58	Kepuasan Berdasar Pekerjaan Responden Pembiayaan	89
Tabel 4.59	Kepuasan Berdasar Pekerjaan Responden Non Pembiayaan	89
Tabel 4.60	Kepuasan Berdasar Lama Menjadi Nasabah Responden Pembiayaan	90
Tabel 4.61	Kepuasan Berdasar Lama Menjadi Nasabah Responden Non Pembiayaan	90
Tabel 4.62	Kepercayaan Berdasar Jenis Bank Responden Pembiayaan	91
Tabel 4.63	Kepercayaan Berdasar Jenis Bank Responden Non Pembiayaan	91
Tabel 4.64	Kepercayaan Berdasar Jenis Kelamin Responden Pembiayaan	92
Tabel 4.65	Kepercayaan Berdasar Jenis Kelamin Responden Non Pembiayaan	92
Tabel 4.66	Kepercayaan Berdasar Usia Responden Pembiayaan	93
Tabel 4.67	Kepercayaan Berdasar Usia Responden Non Pembiayaan	93
Tabel 4.68	Kepercayaan Berdasar Pendidikan Terakhir Responden Pembiayaan	94
Tabel 4.69	Kepercayaan Berdasar Pendidikan Terakhir Responden Non Pembiayaan	94
Tabel 4.70	Kepercayaan Berdasar Pekerjaan Responden Pembiayaan	95
Tabel 4.71	Kepercayaan Berdasar Pekerjaan Responden Non Pembiayaan	95
Tabel 4.72	Kepercayaan Berdasar Lama Menjadi Nasabah Responden Pembiayaan	96
Tabel 4.73	Kepercayaan Berdasar Lama Menjadi Nasabah Responden Non Pembiayaan	96
Tabel 4.74	Peta Kualitas Pelayanan (KP), Benefit Lost Cost (BLC), Keunggulan Produk (UP), Keadilan dan Kejujuran Harga (AJH) dan Kepercayaan Responden Pembiayaan dan Non Pembiayaan	97
Tabel 4.75	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Responden Pembiayaan dan Non Pembiayaan	99
Tabel 4.76	Rekapitulasi Asesmen Normalitas Data Responden	100

	<b>Pembiayaan</b>	
Tabel 4.77	Rekapitulasi Asesmen Normalitas Data Responden Non Pembiayaan	101
Tabel 4.78	Hasil Uji Regression Weight Pada Model Penuh dengan Probability level 0,001 Responden Pembiayaan Tahun 2006	102
Tabel 4.79	Hasil Uji Regression Weight Pada Model Penuh dengan Probability level 0,001 Responden Pembiayaan Tahun 2007	102
Tabel 4.80	Hasil Uji Regression Weight Pada Model Penuh dengan Probability level Responden Pembiayaan 0,006 Tahun 2008	102
Tabel 4.81	Hasil Uji Regression Weight Pada Model Penuh dengan Probability level 0,000 Responden Pembiayaan Tahun 2009	103
Tabel 4.82	Hasil Uji Regression Weight Pada Model Penuh dengan Probability level 0,000 Responden Pembiayaan Tahun 2010	103
Tabel 4.83	Hasil Uji Regression Weight Pada Model Penuh dengan Probability level 0,002 Responden Non Pembiayaan Tahun 2006	104
Tabel 4.84	Hasil Uji Regression Weight Pada Model Penuh dengan Probability level 0,001 Responden Non Pembiayaan Tahun 2007	111
Tabel 4.85	Hasil Uji Regression Weight Pada Model Penuh dengan Probability level 0,001 Responden Non Pembiayaan Tahun 2008	111
Tabel 4.86	Hasil Uji Regression Weight Pada Model Penuh dengan Probability level 0,001 Responden Non Pembiayaan Tahun 2009	111
Tabel 4.87	Hasil Uji Regression Weight Pada Model Penuh dengan Probability level 0,001 Responden Non Pembiayaan Tahun 2010	112
Tabel 4.88	Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis	120
Tabel 4.89	<i>Intercept</i> Variabel Endogen: <i>Benefit Lost Cost</i> , Kepuasan dan Kepercayaan Responden Pembiayaan Tahun 2006-2010	125
Tabel 4.90	<i>Standardized Regression Weight</i> Responden Pembiayaan	125
Tabel 4.91	Persamaan Regresi Responden Pembiayaan Hasil Path Analysis	126
Tabel 4.92	<i>Standardized Total Effects</i> Responden Pembiayaan	128

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian Yang Dikembangkan Dalam Penelitian Tesis	43
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis Penelitian	53
Gambar 4.1 Hasil Uji Hipotesis Responden Pembiayaan	109
Gambar 4.2 Hasil Uji Hipotesis Responden Non Pembiayaan	118
Gambar 4.3 Analisis Jalur Nasabah Pembiayaan Tahun 2006	132
Gambar 4.4 Analisis Jalur Nasabah Pembiayaan Tahun 2007	133
Gambar 4.5 Analisis Jalur Nasabah Pembiayaan Tahun 2008	134
Gambar 4.6 Analisis Jalur Nasabah Pembiayaan Tahun 2009	135
Gambar 4.7 Analisis Jalur Nasabah Pembiayaan Tahun 2010	136
Gambar 4.8 Analisis Jalur Nasabah Non Pembiayaan Tahun 2006	145
Gambar 4.9 Analisis Jalur Nasabah Non Pembiayaan Tahun 2007	146
Gambar 4.10 Analisis Jalur Nasabah Non Pembiayaan Tahun 2008	147
Gambar 4.11 Analisis Jalur Nasabah Non Pembiayaan Tahun 2009	148
Gambar 4.12 Analisis Jalur Nasabah Non Pembiayaan Tahun 2010	149

UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Bimbingan

Lampiran 2. Kuesioner

Lampiran 3. Data mentah Responden



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## ABSTRAK

Oleh: Jati Handayani

NIM:07913150

Adanya keragaman persepsi tentang bank syariah terutama berkaitan dengan pembiayaan di bank syariah, kurangnya pemahaman masyarakat serta market share bank syariah yang masih rendah mendasari penelitian dengan judul "**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Nasabah Terhadap Perbankan Syariah**" (Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah di Kota Semarang Periode 2006-2010). Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris penerimaan nasabah terhadap Kualitas Pelayanan, Benefit Lost Cost, Keunggulan Produk, Keadilan dan Kejujuran Harga, Kepuasan dan Kepercayaan dan menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah pada bank syariah langsung maupun tidak langsung serta faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan dan kepercayaan nasabah

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui pengisian kuesioner dari 72 nasabah pembiayaan dan nasabah non pembiayaan dari Bank Syariah Mandiri dan Bank Muamalat Indonesia. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa dokumentasi, jurnal maupun laporan. Data diolah menggunakan tabulasi silang, uji validitas, reliabilitas, normalitas, uji hipotesis path analysis dan koefisien determinasi

Hasil analisis terhadap responden pembiayaan menunjukkan bahwa dari 6 hipotesis yang diajukan terdapat 2 hipotesis yang ditolak yaitu H3 (BLC) berpengaruh positif terhadap Kepuasan) dan H4 (Keunggulan produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan). Sedangkan untuk responden non pembiayaan terdapat 2 hipotesis yang ditolak yaitu H2 (Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap BLC) dan H4 (Keunggulan produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan). Dengan kata lain ada persamaan persepsi responden pembiayaan dan non pembiayaan terhadap pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap BLC, Keadilan & Kejujuran Harga terhadap Kepuasan dan Kepuasan terhadap Kepercayaan. Responden pembiayaan dan non pembiayaan juga tidak menjadikan Keunggulan Produk sebagai alasan memperoleh Kepuasan. Perbedaan persepsi nampak pada H2 dan H3. Responden pembiayaan menjadikan Kualitas Pelayanan menjadi alasan untuk memperoleh Kepuasan, non pembiayaan tidak. Responden pembiayaan tidak menjadikan BLC sebagai landasan memperoleh kepuasan sedangkan non pembiayaan menjadikan BLC sebagai landasan memperoleh Kepuasan.

Dengan melihat perbedaan persepsi nasabah pembiayaan dan non pembiayaan diharapkan dapat menjadi pegangan bank dalam upaya meningkatkan kepercayaan dan bagi kalangan akademisi bisa menjadikan sebagai bahan kajian dalam pembelajaran bank syariah sebagai jantung ekonomi syariah.

**Kata Kunci: Kepercayaan, Responden Pembiayaan, Responden Non Pembiayaan**

## ABSTRACT

By. Jati Handayani  
NIM:07913150

There are varieties perceptions about Syariah bank, especially interlaced with expenditure in Syariah bank. The less of understanding from society and market share of Syariah bank which is still low, be the based of this research entitled "**The Factor's of influence Trust Customer in Syariah Banking**" (Case study on General Bank of Syariah in Semarang City Period 2006-2010). The aim of this research is to give empiric prove the acceptable customer to Perceive Service Quality, Benefit Lost Cosst, Perceive Product Quality, Perceive Price Fairness, Satisfaction and Trust and to analyze the factors that influences to the customer's trust on Syariah bank directly or indirectly.

This research uses primary data which is got through the filling of questionnaire from 72 financing customer and non financing customer from Mandiri Syariah Bank and Indonesia Muamalat Bank. Secondary data which is used in this research as documentation, journal and also report. Data is processed by using cross tabulation, validity test, reliability, normality, hypothesis test of path analysis and determination of coefficient.

The analysis result from the financing respondent indicates that from 6 hypothesis are proposed, there are 2 hypothesis which is rejected, they are H3 (BLC) influenced positively to satisfaction, and H4( specialty of product influences positively to customer satisfaction). Whereas for non financing respondent there are 2 hypothesis which is rejected, they are H2 ( The Quality of Service influences positively to BLC) and H4 (Perceive Product Quality influences positively to customer Satisfaction). In other word **there is similarity perception** of Financing Respondent and Non Financing Responden to the influences of Perceive Service Quality to BLC, Perceive Price Fairness to Customer Satisfaction and Customer Satisfaction to Trust. Financing Respondent and Non Financing Respondent don't also become Perceive Product Quality as a reason to get Satisfaction. The difference of the perception shown on H2 and H3. Financing Respondent becoming the Perceive Service Quality become the reason to get satisfaction, Non Financing Respondent is not. Financing Respondent is not becoming BLC as based of getting satisfaction whereas Non Financing Respondent becoming BLC as based of getting Satisfaction.

By seeing the difference perception of financing respondent and non financing respondent hoped it can be the handle of bank in the way of developing Trust and for academics can be used as lesson in learning syariah bank as the heart of syariah economic.

**Key Word: Trust, Financing Respondent, Non Financing Respondent.**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia sudah dimulai sejak tahun 1980-an dalam bentuk kajian-kajian tentang ekonomi Islam, adapun prakarsa pendirian bank Syariah baru dilakukan pada tahun 1990-an. Pada tanggal 8–20 Agustus 1990 dalam Lokakarya Bunga Bank dan Perbankan di Cisarua Bogor, Jawa Barat yang diselenggarakan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang hasilnya dibahas secara mendalam dalam MUNAS IV MUI yang merekomendasikan berdirinya bank syariah.

Di Indonesia kiprah perbankan syariah dalam perekonomian dipelopori oleh Bank Muamalat yang berdiri tahun 1991. Sejak diijinkannya bank berbasis syariah beroperasi di Indonesia melalui UU No 7 Tahun 1992 yang memberlakukan dual banking system membawa angin segar bagi sistem perbankan di Indonesia. Kemudian pada tahun 1998 dengan UU No 10 tahun 1998 sebagai perubahan atas UU No. 7 Tahun 1992 semakin mempertegas keberadaan Bank Syariah yaitu dengan dibolehkannya bank konvensional membuka UUS dan tidak diperbolehkannya bank Syariah membuka Unit Usaha Konvensional dan UU No 23/1999 yang selanjutnya diamandemen dengan UU No 3/2004 tentang Bank Indonesia sebagai otoritas pengawasan perbankan syariah, dan memungkinkan Bank Indonesia untuk dapat menggunakan instrumen kebijakan moneter berdasarkan prinsip syariat.

Kemudian pada bulan Oktober 2008 Bank Syariah mempunyai UU tersendiri yakni UU No.21 tahun 2008 menjadikan bank Syariah sudah mempunyai acuan yang jelas dalam operasionalnya untuk mendorong tumbuh kembangnya perbankan syariah di Indonesia.

Hingga saat ini menurut informasi dari Bank Indonesia, jumlah Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) terus bertambah. Menurut Direktorat Perbankan Syariah per Maret 2009 jumlah BUS 5 Bank Muamalat Indonesia, Bank Syariah Mandiri(BSM) yang tadinya Bank Susila Bakti dikonversi Tahun 1999, Bank Syariah Mega Indonesia (BSMI) yang tadinya Bank Tugu yang dikonversi tahun 2004, Bank Syariah BRI dan Bank Syariah Bukopin dan UUS 28 sedangkan BPRS sebanyak 128.<sup>1</sup>

Setelah kurang lebih 18 tahun eksis di Indonesia yang mayoritas berpenduduk muslim, perkembangan bank syariah di Indonesia berjalan dengan cepat. Per Desember 2008 (Laporan Statistik Perbankan Syariah Bank Indonesia) menunjukkan bahwa untuk BUS dan UUS mempunyai aset total Rp 49, 555 trilyun, Dana Pihak Ketiga yang dihimpun Rp. 36.852 trilyun, Pembiayaan Rp. 38,194.978 trilyun , FDR 111,93%. Perkembangan yang terjadi nampaknya tidak secepat yang dikehendaki sebagai misal aset yang tadinya di rencanakan hingga Rp. 80 trilyun di akhir tahun 2008 ternyata baru tercapai Rp. 51 trilyun bila dengan BPRS<sup>2</sup> . Demikian juga dengan jumlah

---

<sup>1</sup> Gie, 2009 , Syariah Marak di Kuartal III , *Harian Republika*, Kamis, 14 Mei, hlm 22. Data terbaru hingga Agustus 2011 jumlah BUS 11 buah, UUS 23buah dan BPRS 154 buah

<sup>2</sup> *Ibid*

nasabah yang belum representatif dengan penduduknya yang mayoritas muslim. Pangsa pasar 5 % juga belum dapat dipenuhi, hingga awal 2009 baru tercapai 2,5% dan jumlah rekening 3.766.974, hingga bulan Mei tahun 2009 terdapat 5 juta rekening<sup>3</sup>

Dari berbagai hasil penelitian<sup>4</sup> menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat yang belum paham dengan bank syariah terutama berkaitan dengan produk dan kurangnya sosialisasi bank syariah terhadap masyarakat dan kurangnya peran pemerintah secara sungguh-sungguh terhadap bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional. Berbagai kondisi di atas sangat mungkin terjadi mengingat bank syariah masih dalam tahap awal perkembangan. Kurang pahamiannya masyarakat terhadap kegiatan operasional bank syariah menurut Sulistyorini(2005:5)<sup>5</sup> menjadi salah satu penghambat berkembangnya bank syariah.

Kondisi tersebut juga berimbas pada enggannya korporasi menggunakan bank syariah . Survei Bank Indonesia yang dilakukan terhadap 54 korporasi dari skala kecil sampai besar di provinsi Jakarta, Jateng dan Jabar ada beberapa faktor yang menyebabkan keengganan korporasi untuk menggunakan jasa bank syariah yaitu Kurangnya pemahaman korporasi tentang produk bank syariah (71%), kurangnya upaya penawaran/promosi

---

<sup>3</sup> (Dari Hasil kajian keislaman manajemen Risiko Bank Syariah di Kampus MSI UII Yogyakarta, tanggal 16 Mei 2009 dengan pembicara ibu UUN dari BI).

<sup>4</sup> Lestari,SS dkk.; Hamidi,Jazim dkk (laporan hasil penelitian),

<sup>5</sup> Sulistyorini, UT,dkk, 2005, *Buku Ajar Pemasaran Bank Syariah*.Polines, Semarang, hal. 5

oleh bank syariah kepada korporasi (21%) dan kurangnya pemahaman tentang bank syariah secara umum (8%)<sup>6</sup>. Di Semarang terdapat 3 Bank Umum Syariah (Bank Muamalat Indonesia, Bank Syariah Mega Indonesia, Bank Syariah Mandiri) dan 9 Unit Usaha Syariah (Bank BNI, Bank BRI, Bank Danamon, Bank Bukopin, Bank BII, Bank BTN, Bank Permata, Bank IFI, Bank Niaga)<sup>7</sup>

Dari berbagai penelitian, kepada masyarakat menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat belum memahami bank syariah secara komprehensif, dalam penelitian Lestari (2004) menunjukkan bahwa masyarakat muslim maupun non muslim meragukan eksistensinya.

Salah satu kendala yang dihadapi dalam upaya sosialisasi bank syariah adalah biaya promosi jauh lebih rendah dibandingkan dengan biaya promosi perbankan konvensional<sup>8</sup>. Dalam kondisi seperti ini informasi dari nasabah kepada masyarakat sangat membantu sosialisasi bank syariah. Mereka yang puas akan memberikan informasi yang berbeda dengan mereka yang tidak

---

<sup>6</sup> Kelompok Pengawasan Bank Syariah Kantor Bank Indonesia Semarang, *Evaluasi Perbankan Syariah Jawa Tengah 2007 dan Outlook 2008*, (Disampaikan oleh Kelompok Pengawas Bank Syariah dalam forum Sarasehan Gubernur dalam rangka Seven III dan Temilreg II “Strategi Pengembangan Ekonomi Islam di Jawa Tengah” Purwokerto, 28 Januari 2008), slide 14

<sup>7</sup>Ibid, slide 2

<sup>8</sup> biaya promosi dan belanja iklan bank syariah yang hanya sebesar 2% dari total belanja iklan oleh perbankan nasional, Total biaya promosi (*above the line* dan *below the line*) yang dikeluarkan oleh industri perbankan syariah secara keseluruhan selama tahun 2007 adalah sebesar Rp91,3 miliar. Pada saat yang sama, biaya sebesar itu digunakan oleh satu bank konvensional hanya untuk belanja iklan (*above the line* saja) dalam periode yang sama, Pencanangan program akselerasi pengembangan bank syariah pada akhir tahun 2006 belum didukung oleh peningkatan kapasitas promosi di sisi pelaku industri bank syariah (Disampaikan oleh Kelompok Pengawas Bank Syariah dalam forum Sarasehan Gubernur dalam rangka Seven III dan Temilreg II “Strategi Pengembangan Ekonomi Islam di Jawa Tengah” Purwokerto, 28 Januari 2008), slide 12

merasa puas. Bagaimana nasabah menyampaikan informasi tentang bank syariah kepada masyarakat tergantung persepsinya. Hingga kini dari berbagai hasil penelitian persepsinya masih beraneka ragam. Persepsi nasabah dapat memberikan informasi tentang kepuasan yang dapat menghasilkan kepercayaan dan diharapkan mereka komitmen kepada bank syariah. Bank Muamalat Indonesia dan Bank Syariah Mandiri merupakan dua Bank Umum Syariah yang berdirinya lebih awal dari bank yang lain. Semarang sebagai ibukota Propinsi Jawa Tengah sebagian besar penduduknya muslim yang mencari ma'isah de berbagai sector pekerjaan. Dengan banyaknya industri, jasa dan perhotelan menyebabkan keberadaan bank yang menenteramkan masyarakat menjadi suatu kebutuhan. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Semarang dan Bank Syariah Mandiri Kantor cabang Semarang dengan berbagai fitur produk pendanaan dan pembiayaan diharapkan menjadi solusi bagi masyarakat yang ingin menggunakan jasa bank dalam mencapai tujuannya yaitu merasa aman dan tentram jauh dari riba dan transaksi lain yang dilarang syariah Islam serta ada kepastian kehalalan produk berupaya memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan, manfaat yang lebih terhadap biaya yang dikeluarkan nasabah dalam menggunakan produk, keadilan dan kejujuran harga dalam transaksi, serta mempunyai keunggulan produk yang lebih spesifik dari yang lain. Dalam hal pembiayaan Bank akan selalu dapat meningkatkan kualitasnya dalam melayani kebutuhan masyarakat sesuai dengan apa yang diinginkan masyarakat sangat membutuhkan respon masyarakat terhadap kualitas pelayanan, produk, harga dan pengorbanan biaya

untuk terutama menggunakan pembiayaan Dengan adanya fenomena permasalahan tersebut maka agar dapat eksis bank syariah harus dapat memberikan kepuasan agar memperoleh kepercayaan masyarakat. Untuk itu dalam tesis ini penulis mengangkatnya dengan mengambil judul: “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP PERBANKAN SYARIAH“ (Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah di Kota Semarang).

## B. Rumusan Masalah

Mengingat keberadaan perbankan syariah menurut hasil penelitian Lestari (2004)<sup>9</sup> dari responden muslim dan non muslim baru 43,3% memiliki pengetahuan perbankan syariah menjadikan tantangan tersendiri bagi bank syariah untuk lebih gencar memasyarakatkan bank syariah. Nasabah bank syariah yang sejumlah 5 juta orang merupakan potensi yang dapat dimanfaatkan untuk itu. Namun demikian apakah semua nasabah sudah memahami produk perbankan syariah secara komprehensif atau belum kiranya perlu dilakukan penelitian lebih lanjut. Kebanyakan nasabah DPK sudah tidak meragukan lagi terhadap produk simpanan mereka dengan konsep bagi hasilnya. Namun demikian dari pembiayaan, apakah juga demikian. Untuk itu maka dalam Tesis ini yang diteliti adalah pembiayaan di bank syariah dengan rumusan masalah sebagai berikut:

---

<sup>9</sup> Lestari,SS; Listyani, TT; Widowati,M, 2004, *Persepsi masyarakat muslim dan non muslim terhadap eksistensi perbankan syariah di Jawa Tengah*. (laporan hasil penelitian)

1. Bagaimana persepsi nasabah terhadap Kualitas Pelayanan, *BLC*, Keunggulan Produk, Keadilan & Kejujuran Harga, Kepuasan dan Kepercayaan
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan, *BLC*, Keunggulan Produk, Keadilan & Kejujuran Harga serta Kepuasan Terhadap Kepercayaan baik secara langsung maupun tidak langsung

### C. Ruang Lingkup Pembahasan

Berdasarkan latar belakang masalah, hasil penelitian sebelumnya dan perumusan masalah, maka ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimana penerimaan nasabah terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi Kepercayaan nasabah terhadap bank syariah
- b. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Benefit Lost Cost*
- c. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Benefit Lost Cost*, Keunggulan Produk, Keadilan & Kejujuran Harga terhadap Kepuasan
- d. Bagaimana Pengaruh Kepuasan terhadap Kepercayaan
- e. Faktor apakah yang paling berpengaruh terhadap Kepercayaan nasabah

### D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

#### 1. TUJUAN

Tujuan penelitian pada dasarnya adalah suatu informasi yang ingin diperoleh untuk menjawab rumusan masalah, sehingga perlu ditetapkan terlebih dahulu agar terarah dan tidak menyimpang dalam pembahasannya.

Adapun tujuan dalam penyusunan Tesis ini adalah untuk memberikan bukti empiris mengenai:

1. Bagaimana Persepsi nasabah terhadap faktor- faktor yang berpengaruh terhadap Kepercayaan nasabah pada bank syariah.
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Benefit Lost Cost*
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Benefit Lost Cost*, Keunggulan Produk, Keadilan & Kejujuran Harga terhadap Kepuasan
4. Bagaimana Pengaruh Kepuasan terhadap Kepercayaan
5. Bagaimana Pengaruh langsung dan tidak langsung factor-faktor tersebut terhadap Kepercayaan
6. Faktor apakah yang paling berpengaruh terhadap , Kepuasan dan Kepercayaan nasabah

## 2. MANFAAT PENELITIAN

Suatu penelitian akan bermakna bila memberikan manfaat pada pihak lain. Penyusunan Tesis ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari output yang dihasilkan. Out put yang diharapkan dari penelitian ini yang berupa bukti empiris penerimaan nasabah terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan nasabah dan hasil analisis faktor- faktor yang mempengaruhi kepercayaan nasabah terhadap bank syariah diharapkan dapat merupakan masukan bagi pihak yang terkait dengan bank syariah dalam program pengembangan perbankan syariah di Indonesia umumnya dan kota Semarang khususnya.

## **E. Sistematika Pembahasan**

Guna memudahkan memahami isi dan kandungan tulisan ini secara utuh dan terarah, perlu diberikan gambaran tentang sistematika pembahasan dalam tesis ini berdasarkan urutan sebagai berikut:

**BAB I** Pendahuluan mendeskripsikan latar belakang masalah yang mendasari pentingnya penelitian ini. Setelah itu dirumuskan pokok masalah yang menjadi inti penelitian yang harus dijawab dalam penelitian ini dalam rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan

**BAB II** Telaah Pustaka dan pengembangan model penelitian termasuk didalamnya konsep rujukan dan kerangka teori yang berkaitan dengan variabel penelitian, Pengembangan Model Penelitian, dan Definisi Operasional Variabel

**BAB III** berisi tentang Metodologi Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi subyek dan obyek penelitian, Penentuan Variabel Penelitian, Operasional variabel, penentuan populasi, penentuan sampel, metode, teknik dan instrumen pengumpulan data, teknik analisis data, data yang diperlukan dan Bagan Alir Penelitian

**BAB IV** Analisis Data dan Pembahasan menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasannya, meliputi deskripsi tentang pengumpulan data, deskripsi responden, penerimaan responden terhadap variabel penelitian, Uji validitas, reliabilitas dan normalitas, uji hipotesis, path analysisi, dan uji koefisien determinasi.

**BAB V Penutup berisi Kesimpulan dan Implikasi Kebijakan, Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian yang akan datang merupakan interpretasi terhadap temuan hasil pembahasan tentang pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan & Kejujuran Harga. Keunggulan Produk, *Benefit Lost Cost*, Kepuasan terhadap Kepercayaan nasabah pada Bank Umum Syariah**



**UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA**

## BAB II

### TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN

#### A. Konsep Rujukan

##### 1. Rujukan Penelitian *Benefit Lost Cost*, Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan

Studi dari penelitian Juang Meng dan Kevin M. Elliot, (2009) menunjukkan bahwa ada perbedaan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk responden yang mempunyai anggapan negatif dan responden yang mempunyai anggapan positif. Untuk responden yang mempunyai anggapan negatif hasilnya menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap *Benefit lost Cost/ BLC* dan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif oleh Kualitas Layanan dan *Benefit Lost Cost*. Sedangkan untuk responden yang mempunyai anggapan positif *BLC, Social Cost dan Procedural Cost* tidak dijadikan sandaran untuk memperoleh kepuasan. Secara lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel 2.1 berikut:

**Tabel 2.1 Konsepsi Juan Meng dan Kevia M. Elliot, (2009)  
atas *Benefit Lost Cost*, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan**

Penulis	Juan Meng dan Kevin M.Elliot
Judul	<i>Investigating Structural Relationships between Service Quality, Switching Costs, and Customer Satisfaction</i>
Jurnal	<i>The Journal of Applied Business and Economics, Thunder Bay: May 2009 Volume 9 edisi 2, page 54, 13 pages</i>
Metode penelitian	Data dianalisis dengan; 1. <i>Chi Square</i> , 2. Pengukuran Kesalahan dengan <i>RMSEA (Root-Mean-Square Error of Approximation)</i> dan <i>RMR (Root-Mean-Square Residual)</i> , 3. Pengukuran Indikasi dengan <i>CFI (Comparative Fit Index)</i> , <i>IFI (Incremental Fit Index)</i> , dan <i>NNFI (Non Norm Fit Index)</i>
Model	<p>The diagram illustrates the following relationships:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Kualitas Layanan</b> (Service Quality) has significant paths (solid arrows) to <b>Benefit Loss Cost</b> and <b>Kepuasan Pelanggan</b> (Customer Satisfaction).</li> <li><b>Benefit Loss Cost</b> has a significant path (solid arrow) to <b>Kepuasan Pelanggan</b>.</li> <li><b>Biaya Sosial</b> (Social Costs) has a non-significant path (dashed arrow) to <b>Kepuasan Pelanggan</b>.</li> <li><b>Biaya Prosedural</b> (Procedural Costs) has a non-significant path (dashed arrow) to <b>Kepuasan Pelanggan</b>.</li> </ul> <p>Legend:      - Dashed arrow: Non Signifikan Paths      - Solid arrow: Significant Paths</p>
Temuan dan Kesimpulan	Untuk pelanggan yang mempunyai anggapan negatif Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap <i>Benefit Lost Cost/ BLC</i> dan Kepuasan Pelanggan. Kepuasan Pelanggan dipengaruhi secara positif oleh Kualitas Layanan dan <i>Benefit Lost Cost</i> ..
Sumber untuk penelitian ini	<i>Benefit Lost Cost/ BLC</i> , Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan

## **2. Rujukan Penelitian Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Keunggulan Produk, Keadilan & Kejujuran Harga dan Kepercayaan**

Penelitian Changsu Kim, Zhao Weihong dan Kyung Hoon Yang (2008) menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan, Keunggulan Produk, Keadilan & Kejujuran Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Kepercayaan. Secara lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel 2.2 berikut ini;



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

**Tabel 2.2 Konsepsi Kim; Zhao; Yang (2008)  
atas Kualitas Layanan, Keunggulan Produk, Keadilan & Kejujuran Harga dan Kepercayaan**

Penulis	Changsu Kim, Weihong Zhao; and Kyung Hoon Yang (2008)
Judul	<i>An Empirical Study on Integrated Framework of e-CRM in Online Shopping: Evaluating The Relationships Among Perceived Value, Satisfaction and Trust Based on Customer's Perspectives</i>
Jurnal	<i>Jurnal of electronic commerce in Organisation, Volume 6. Issue 3, edited by Mehdi Khosrow-Pour, IGI Global, USA</i>
Metode penelitian	Data dianalisis dengan menggunakan <i>Statistical Equation Model</i> , Menggunakan AMOS 5.0 untuk menghitung chi square, GFI, AGFI, RMR, NFI, CFI, RMSEA
Model	<p>The diagram illustrates a conceptual model with the following components and relationships:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Independent Variables (Left):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kualitas Pelayanan (Service Quality)</li> <li>Keunggulan Produk (Product Excellence)</li> <li>AJH (Fairness and Honesty in Pricing)</li> </ul> </li> <li><b>Mediating Variables (Middle):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nilai Pelanggan (Customer Value)</li> <li>Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction)</li> <li>Kepercayaan (Trust)</li> </ul> </li> <li><b>Dependent Variable (Right):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Komitmen (Commitment)</li> </ul> </li> </ul> <p>Relationships are indicated by arrows:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Strong influence (thick arrow): Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan; Keunggulan Produk → Kepuasan Pelanggan; AJH → Kepuasan Pelanggan.</li> <li>Weak influence (thin arrow): Kualitas Pelayanan → Nilai Pelanggan; Keunggulan Produk → Nilai Pelanggan; AJH → Nilai Pelanggan.</li> <li>Strong influence (thick arrow): Nilai Pelanggan → Kepercayaan; Kepuasan Pelanggan → Kepercayaan.</li> <li>Strong influence (thick arrow): Kepercayaan → Komitmen.</li> </ul> <p>Legend: →: AJH = Keadilan dan Kejujuran Harga  → Berpengaruh kuat  → Berpengaruh lemah</p>
Temuan dan kesimpulan	Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Keunggulan Produk dan Keadilan & Kejujuran Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Kepercayaan. Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Komitmen
Sumber untuk Penelitian ini	Kualitas Layanan, Keunggulan Produk, Keadilan & Kejujuran Harga, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan

### 3. Rujukan Penelitian Kualitas Layanan di Bank Syariah

Studi Shafie; Wan Azmi dan Haron (2004) berdasarkan hasil perolehan ranking diperoleh hasil berturut-turut dari ranking 1 dan seterusnya adalah Compliance, Reliability, Assurance, Responsiveness, Emphaty dan Tangible. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel 2.3 berikut ini:

**Tabel 2.3** Konsepsi Shafie; Wan Azmi,; Haron, (2004)  
atas Kualitas Layanan Bank Syariah

Penulis	Shahril Shafie, Wan Nursofiza Wan Azmi, and Sudin Haron.
Judul	<i>Adopting and measuring Customer Service Quality in Islamic Bank: A Case Study of Bank Islam Malaysia Berhard,</i>
Jurnal	<i>Journal of Muamalat and Islamic Finance Research, vol. 1, no.1, KLBS Creating Dynamic Leaders</i>
Metode penelitian	Analisis data dengan melakukan ranking terhadap item-item CARTER baik per item maupun per variabel
Model	Replikasi CARTER Model dari Othman and Owen (2001)
Temuan dan kesimpulan	Berdasarkan hasil perolehan ranking diperoleh hasil berturut-turut dari ranking 1 dan seterusnya adalah Compliance, Reliability, Assurance, Responsiveness, Emphaty dan Tangible
Sumber untuk penelitian ini	Kualitas Layanan

### 4. Rujukan Penelitian Pembiayaan

Berdasarkan studi Ardiansah; Murtini dan Handayani (2005) disimpulkan bahwa prinsip syariah pada akad pembiayaan dipahami

secara beda oleh nasabah yang berarti implementasi prinsip syariah kurang efektif diterapkan dalam praktik pembiayaan bank syariah.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel 1.4 berikut ini:

**Tabel 2.4 Konsepsi Ardiansah; Murtini dan Handayani (2005) atas Implementasi Prinsip Syariah Pada Perbankan Syariah**

Penulis Judul	Mohammad Noor Ardiansah, Sri Murtini, dan Jati Handayani <i>Impelementasi Prinsip Syariah Pada Perbankan Syariah Studi investigasi di kota Semarang</i> Laporan Penelitian
Metode penelitian	Uji validitas dan reliabilitas dan uji beda
Model	
Temuan dan kesimpulan	Prinsip syariah pada akad pembiayaan dipahami secara beda oleh nasabah yang berarti implementasi prinsip syariah kurang efektif diterapkan dalam praktik pembiayaan bank syariah.
Sumber untuk penelitian ini	Informasi implementasi syariah pada pembiayaan bank syariah

##### 5. Rujukan Penelitian Kualitas Jasa dan Kepuasan Nasabah

Studi Utami; Ariyani (2006) menyimpulkan bahwa variabel reliability, tangible dan emphaty tidak berpengaruh terhadap kepuasan /nasabah. Faktor assurance dan responsiveness berpengaruh terhadap

kepuasan nasabah. Secara lebih jelas dapat dilihat dalam tabel 2.5 berikut ini:

**Tabel 2.5 Konsep Utami; Ariyani (2006)  
atas Kualitas Jasa dan Kepuasan Nasabah**

Penulis	Anggit Utami, Y. Anni Ariyani (2006)
Judul	<i>Pengaruh faktor-faktor kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah (Studi kasus di Bank Syariah Mandiri Cabang Surakarta)</i>
Jurnal	Jurnal Akuntansi dan Bisnis Vol. 4 No. 1, FE UNS, halaman 48-60
Metode penelitian	Menggunakan rumus regresi berganda sebagai berikut: $Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e_1$ Dimana: Y=kepuasan nasabah; X1=reliability; X2=responsiveness; X3=assurance; X4=emphaty; X5=tangibles; b0=konstanta; b1,b2,b3,b4,b5=koefisien regresi; e1= faktor pengganggu/error
Model	
Temuan dan kesimpulan	Variabel reliability, tangible dan emphaty tidak berpengaruh terhadap kepuasan /nasabah. Faktor assurance dan responsiveness berpengaruh terhadap kepuasan nasabah
Sumber untuk penelitian ini	Kualitas Layanan dan Kepuasan nasabah

## 6. Rujukan Penelitian Kepuasan

Hasil dari studi penelitian Harahap,dkk (2006) menyimpulkan bahwa imaj bank Islam hanya untuk muslim atau pada orientasi spiritual atau emosional yang masih ada. Kepuasan pelanggan, kinerja pelayanan masih memiliki masalah, bahkan pada kesetiaan pelanggan. Yang disebabkan ketidakunikan bank sebagai bank Islam. secara lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel berikut ini.

Tabel 2.6 Konsepsi Harahap . dkk, (2006) atas Kepuasan

Penulis	Sofyan S. Harahap, dkk,2006
Judul	Kepuasan pelanggan Pada Bank Islam Studi suatu Bank Islam di Indonesia
Jurnal	Media Riset Bisnis dan manajemen, vol. 6, No. 2, Agustus
Metode penelitian	Deskriptif analitis menggunakan ranking methode
Model	
Temuan dan kesimpulan	Imaj bank Islam hanya untuk muslim atau pada orientasi spiritual atau emosional yang masih ada. Kepuasan pelanggan , kinerja pelayanan masih memiliki masalah, bahkan pada kesetiaan pelanggan. Yang disebabkan ketidakunikan bank sebagai bank Islam.
Sumber untuk penelitian ini	Kepuasan

### 7. Rujukan Penelitian Kualitas Layanan dan Kepuasan

Studi Tranztianingzah (2006) menyimpulkan bahwa variabel *tangible*, dan *reliability*, terbukti berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan.. Berdasarkan analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa 81,50% variasi dari variabel kepuasan nasabah (dependen) dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati). Sedangkan 18,50% lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel 2.7 berikut ini:

**Tabel 2.7 Konsep Trauztianingzah (2006)  
atas Kualitas Layanan dan Kepuasan**

Penulis	Transtrianingzah, Fia (2006)
Judul	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Solo
Jurnal	
Metode penelitian	Uji validitas, reliabilitas , asumsi klasik dan regresi berganda, Uji signifikansi partiak maupun bersama-sama
Model	
Temuan dan kesimpulan	Variabel <i>tangible</i> berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan. Demikian juga dengan variabel <i>reliability</i> juga berpengaruh secara partisial terhadap variabel kepuasan. 81,50% variasi dari variabel kepuasan nasabah (dependen) dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan yaitu <i>tangibles</i> (bukti langsung), <i>reliability</i> (kehandalan), <i>responsiveness</i> (daya tanggap), <i>assurance</i> (jaminan) dan <i>empathy</i> (empati). Sedangkan 18,50% lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model.
Sumber untuk penelitian ini	Kualitas Layanan dan Kepuasan

## B. Telaah Pustaka

### 1. Kepercayaan

Kepercayaan/trust didefinisikan sebagai *a set of specific relationship intention dealing primarily with commitment, benevolence, competence and predictability of an Internet on line retailer (Gefen, Karahana, & Straub, 2003)*<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Changsu Kim, dkk, 2008, *An Empirical Study on Integrated Framework of e-CRM in Online Shopping: Evaluating The Relationships Among Perceived*

Membangun kepercayaan publik memang agak sulit untuk bisa dipaksakan, tetapi bukan mustahil akan terbentuk secara natural seperti halnya sebuah tanaman yang difasilitasi untuk tumbuh dan pada akhirnya berbunga atau berbuah dengan berjalannya waktu.. Ketetapan untuk menerapkan prinsip transparansi mungkin menjadi awal dari proses panjang untuk mendapatkan kepercayaan publik.<sup>3</sup>

Dalam Kamus Bahasa Indonesia, sebagaimana dikutip Sanad Khusus kata yang menunjuk makna kepercayaan menggunakan dua kata, yaitu amanah atau amanat. Amanah memiliki beberapa arti, antara lain 1) pesan yang dititipkan kepada orang lain untuk disampaikan. 2) keamanan: ketenteraman. 3) kepercayaan..<sup>4</sup>

Sedangkan amanat diartikan sebagai 1) sesuatu yang dipercayakan atau dititipkan kepada orang lain. 2) pesan. 3) nasihat yang baik dan berguna dari orang tua-tua; petuah. 4) perintah (dari atas). 5) wejangan (dari seorang pemimpin).<sup>5</sup>

---

*Value, Satisfaction and Trust Based on Customer's Perspectives, Journal of electronic commerce in Organisation, Volume 6. Issue 3, edited by Mehdi Khosrow-Pour, IGI Global, USA, hlm 4-5*

<sup>3</sup> Utomo, Hargo, Deputy Director of Academic and Student Affairs pada Program Magister Manajemen Universitas Gadjah Mada (MMUGM). 26 Juni 2008, *Membangun Kepercayaan Publik*, <http://www.mmugm.ac.id/index.php/2012-02-16-08-40-56/pemikiran-manajemen/2916->

<sup>4</sup> Sanad Khusus, , <http://www.google.com/search?q=konsep+amanah+dalm+al-qur%27an&ie=utf-8&oe=utf-8&aq=t&rls=org.mozilla:en-US:official&client=firefox-a>

<sup>5</sup> *ibid*

Sedangkan dalam bahasa Arab, kata amanah diambil dari akar kata *alif, mi>m* dan *nu>n* yang memiliki dua makna: 1) lawan kata khianat yaitu ketenangan dan ketenteraman hati, 2) *al-tas}di>q* yaitu pembenaran.<sup>6</sup>

Al-Qurt}ubi> berpendapat bahwa amanah adalah segala sesuatu yang dipikul/ditanggung manusia, baik sesuatu terkait dengan urusan agama maupun urusan dunia, baik terkait dengan perbuatan maupun dengan perkataan di mana puncak amanah adalah penjagaan dan pelaksanaannya.<sup>7</sup>

Muhamamd Ra>syid Rid}a> mengatakan bahwa amanah adalah kepercayaan yang diamanatkan kepada orang lain sehingga muncul ketenangan hati tanpa kekhawatiran sama sekali.<sup>8</sup>

Kepercayaan harus dijaga dan dilaksanakan dengan baik dan benar agar timbul ketenangan, ketenteraman hati serta tidak menimbulkan kekhawatiran sama sekali dari pihak yang memberi kepercayaan. Kepercayaan yang diberikan kepada pihak lain mengandung unsur tugas dan pertanggungjawaban sehingga tidak diperbolehkan untuk dikhianati. Dalam Al-Qur'an ditegaskan bahwa amanah harus dijaga

---

<sup>6</sup> *Ibid*

<sup>7</sup> *Ibid*,

<sup>8</sup> *Ibid*

dan dilaksanakan sebagaimana disebutkan dalam Surat an-Nisaa'(4) :

58

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ  
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا  
بَصِيرًا ﴾

Artinya:

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat. (Q.S. An-Nisaa':58)

Surat al-Baqarah (2): 283

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَيْنَ مَقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ  
بَعْضُكُمْ بِبَعْضٍ فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْفُرُوا  
الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْفُرْهَا فَإِنَّهُ ذَائِمٌ لِّقَلْبِهِ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴾

Artinya:

Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang<sup>[180]</sup> (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia

bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. (Q.S. Al-Baqarah:283)

Apabila kepercayaan tidak diberikan kepada ahlinya/ yang berhak maka akan timbul kehancuran atau kerusakan sebagaimana disebutkan dalam Hadits Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Bukhari sebagaimana dikutip sanad khusus:

“Apabila amanat disia-siakan, maka tunggulah kehancurannya, berkata seseorang: bagaimana caranya menyia-nyiakan amanat ya Rasulullah? Berkata Nabi: apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya”.<sup>9</sup>

## 2. Kepuasan

Kepuasan pelanggan adalah kunci sukses dari suatu perusahaan jasa seperti dalam suatu bank. Terdapat banyak definisi tentang kepuasan sebagaimana dikutip Kim:<sup>10</sup>

- a. Olliver, 1997 mendefinisikan *satisfaction as the consumer's fulfilment response, hence satisfaction involves a minimum of two stimuli-an outcome and a comparison referent.*

---

<sup>9</sup> Sanad Khusus, <http://www.google.com/search?q=konsep+amanah+dalm+al-qur%27an&ie=utf-8&oe=utf-8&aq=t&rls=org.mozilla:en-US:official&client=firefox-a>

<sup>10</sup> Kim, *ibid.*..., hlm 6

- b. Menurut Johnson Borksdale, 2001 banyak penelitian empiris menunjukkan bahwa *customer satisfaction leads to buyer anticipation of future interactions with and commitment to sales person.*
- c. *Empirical studies have shown that satisfaction is an antesequent of trust* ( Garbarino & Johnsons, 1999,. Siau & Shen, 2003).

Jika pelanggan terpuaskan kebutuhannya ia akan mempercayakan pemenuhan kebutuhannya terhadap perbankan namun jika tidak terpuaskan akan mengurangi tingkat kepercayaannya. Harga, mutu produk, pelayanan yang terbaik, kemudahan atau aspek emosional lain yang berkaitan diantara seorang pelanggan dengan suatu perusahaan, misalnya kesamaan ideologi, suku bangsa, hubungan keluarga atau kesamaan kepentingan merupakan kriteria yang perlu dipertimbangkan perusahaan dalam upaya memuaskan pelanggan.<sup>11</sup>

“ Menurut pendapat Nasution sebagaimana dikutip Harahap ‘ faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dibedakan atas sebelum membeli, saat membeli dan setelah membeli. Faktor yang mempengaruhi setelah membeli adalah kemudahan pemasangan, penggunaan, jasa perbaikan, klaim dan garansi, ketersediaan suku cadang, keandalan dan

---

<sup>11</sup> Harahap, S., Sofyan . dkk,2006,” Kepuasan pelanggan Pada Bank Islam Studi Suatu Bank Islam di Indonesia”, dalam *Media Riset Bisnis dan Manajemen*, vol. VI, No. 2, Agustus 2006

dibandingkan<sup>12</sup>. Kepuasan pelanggan juga mempertimbangkan kenaikan harga. Jasfar sebagaimana dikutip Harahap berpendapat bahwa “peningkatan kepuasan pelanggan akan menambah penerimaan harga atau meningkatkan kesetiaan pelanggan”.<sup>13</sup>

Dalam konteks keislaman kepuasan yang dinikmati individu tidak terlepas dari konteks masalah yakni tidak hanya berisi manfaat dari barang/jasa yang dikonsumsi/ ditawarkan tetapi juga proses dan berkah yang terkandung di dalamnya. Menurut Misanam, dkk (2007) kepuasan adalah merupakan suatu akibat dari terpenuhinya suatu keinginan, sedangkan masalah merupakan suatu akibat atas terpenuhinya suatu kebutuhan atau fitrah.<sup>14</sup> Bagi yang mendapatkan/ terpenuhi keinginan/ kebutuhannya diharapkan akan memperoleh masalah sekaligus kepuasan dan bagi yang memberikan/ menyediakan/ memberikan memperoleh berkah. Manfaat dan berkah hanya akan diperoleh ketika prinsip dan nilai-nilai Islam bersama sama diterapkan dalam perilaku ekonomi ekonomi<sup>15</sup>

---

<sup>12</sup> *Ibid.*

<sup>13</sup> *Ibi.,*

<sup>14</sup> Misanam, Munrokhim; dkk, 2007, Ekonomi Islam, PT RajaGrafindo Persada, hlm., 132

<sup>15</sup> *Ibid.,* hlm., 134

### 3. Kualitas Pelayanan

Kualitas Layanan dapat didefinisikan sebagai kesesuaian syarat yang diinginkan pelanggan terhadap jasa yang mereka terima. Beberapa definisi tentang kualitas pelayanan/ *service quality* sebagaimana dikutip Juan Meng berikut ini dapat menjelaskan secara komprehensif makna yang terkandung didalamnya<sup>16</sup>

- a. Chakrabarty, Whitten, and Green (2007) , mendefinisikan *service quality as the conformance to customer requirements in the delivery of a service.*
- b. Sedangkan menurut (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985 ) *service quality is important to service firms because it has been shown to increase profit levels, reduce cost, and increase market share.*
- c. Lebih dari itu menurut Sullivan and Walstrom, 2001, *service quality has been shown to influence purchase intensions.*
- d. dan dapat digunakan *by the firms to stragically position themselves in the market place* ( Brown and Swartz, 1989 ). “
- e. *Perceived Service Quality as the customer judgement about a firm's overall excellence or superiority.*

---

<sup>16</sup> Juan Meng, Kevin M Elliot, 2009, Investigating Structural Relationships Between Service Quality, Switching Costs, and Customer Satisfaction, *The Journal of Applied Business and Economics*, Thunder Bay: May , Volume IX edisi 2, hlm 2

Definisi tersebut memberi sugesti bahwa *perceived quality is similar to an individual's general attitude toward the firm.* (Bitner,1990).<sup>17</sup> Mutis, 1995 sebagaimana dikutip Harahap mencoba memerinci bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik dalam karakteristik: 1) respek kepada kemanusiaan sebagai filosofi manajemen untuk memotivasi pengikutsertaan dan memberi kebebasan secara komprehensif, 2) mutu adalah suatu prioritas utama tidak hanya dalam tujuan jangka pendek, 3) Berorientasi pada pelanggan dan memelihara hubungan dengan pelanggan secara terus menerus, 4) menggunakan data informasi untuk mencapai optimalisasi organisasi.<sup>18</sup>

Menurut Parasuraman, Zeithaml and Berry ada 5 (lima) dimensi untuk pengukuran *Service Quality* dengan 22 item pertanyaan dengan tidak mempertimbangkan ekspektasi. Adapun kelima dimensi tersebut adalah sebagai berikut: 1. *Reliability*: kemampuan menyajikan layanan yang dijanjikan, kebebasan dan ketepatan, 2. *Responsiveness*: kesiapsediaan untuk membantu nasabah dan memberikan layanan yang tepat, 3. *Assurance*: pengetahuan dan sikap baik dari karyawan dan seluruh kemampuan untuk dapat diperecaya dan percaya diri, termasuk juga dalam hal komunikasi lisan maupun tertulis antara karyawan dengan nasabah, 4.

---

<sup>17</sup> Kim, dkk, *Ibid*, ...., , ...., him 6

<sup>18</sup> Harahap, dkk, ...., *Ibid*.

*Empathy*: memberikan perhatian individual dari pihak bank kepada nasabahnya dan *5.Tangibles*: tampilan fisik dari fasilitas, peralatan, karyawan dan peralatan komunikasi.

Dimensi servqual yang sering digunakan dalam penelitian adalah sebagaimana yang dirumuskan oleh Parasuraman dan Zeithaml. Walaupun lima dimensi SERVQUAL di atas sangat populer dan telah banyak digunakan dalam penelitian di berbagai bidang, namun demikian menuai banyak kritikan. Menurut Buttle (1996) metode SERVQUAL disampaikan dalam kritiknya: 1. Gagal menggambarkan on establishes economic, staistical and psychological theory, 2. Sedikit bukti bahwa konsumen dapat membedakan antara persepsi dan harapan terhadap kualitas layanan, 3. Memfokuskan pada proses penyampaian layanan bukan pada proses *service encounter* , 4. Lima dimensi SERVQUAL tidk universal, Dalam operasionalisasinya menurut Battle, SERVQUAL memiliki kelemahan dalam hal: 1. Expectation adalah suatu hal yang polimeric karena itu SERVQUAL gagal mengukur harapan (expectation ) SQ secara absolut, 2. Komposisi item tidak dapat mencakup variability dalam setiap dimensi, 3. Moment of truth (MOT): penilaian konsumen akan bervariasi pada setiap mot, 4. Penggunaan tujuh skala likert membingungkan dan 5.

Pengadministrasian dua instrumen menyebabkan kebosanan (*boredom*) dan membingungkan.<sup>19</sup>

Kritik selanjutnya disampaikan oleh Cronin dan Taylor (1992,1994 ) menyangkut ketidaktentuan pendefinisian PSQ dalam attitudinal terms, walaupun Parasuraman telah mengklaim bahwa dalam beberapa hal SQ adalah sesuatu yang sama dengan sikap. Selanjutnya Cronin dan Taylor membangun model SERVPERF untuk mengukur kinerja kualitas layanan.

20

Menurut Stewart Robinson (1999) , Queter at. Al (1995) dalam Otman dan Owen menyampaikan bahwa SERVQUAL lebih baik dibandingkan dengan SERVPERF, karena skala pengukuran yang digunakan dalam servqual lebih ilmiah dan berdasarkan kajian literatur.

Pengukuran SERVQUAL pada bank syariah dikenalkan oleh Othman dan Owen dengan menambahkan satu dimensi yang sangat penting yaitu *Compliance with syaria principle* (C). Konsep yang sudah ditambahkan ini dikenal dengan CARTER

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan Kualitas Pelayanan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak

---

<sup>19</sup> Fatati, Manarotul ; Mustika Widowati, dan Embun Duriany, 2006, "Posisi dan Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Perbankan Syariah", Laporan Penelitian, Polines, hlm 11- 12

<sup>20</sup> *Ibid.*, hlm .,13

berkualitas kepada orang lain/ nasabah/ pelanggan.

Seperti dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah(2) ayat 267

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا  
 أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَتَمَنَّوْا الْخَبِيثَ مِنهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ  
 بِءَاخِذِيهِ إِلَّا أَن تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَفُورٌ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”. ( Al-Qur’an Digital Departemen Agama RI ).

Agar bisa memberikan kualitas layanan yang diharapkan nasabah/ masyarakat sesuai dengan kaidah keislaman maka konsisten terhadap kepatuhan pada syariat Islam sepanjang masa merupakan syarat mutlak untuk dapat memuaskan nasabah berdasarkan Al-Qur’an dan Hadits karena Al-Qur’an adalah petunjuk jalan yang benar tercantum dalam QS Al- Israa’ (17) ayat

9:

إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلَّذِي هِيَ أَقْوَمُ وَيُبَشِّرُ الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ يَعْمَلُونَ  
الصَّالِحَاتِ أَنْ لَهُمْ أَجْرًا كَبِيرًا ﴿١٠٠﴾

Artinya:

“Sesungguhnya Al Quran ini memberikan petunjuk kepada (jalan) yang lebih lurus dan memberi khabar gembira kepada orang-orang Mu'min yang mengerjakan amal saleh bahwa bagi mereka ada pahala yang besar”, (Al-Qur'an Digital Departemen Agama RI) .

Sumber daya insani perbankan syariah yang mempunyai pengetahuan yang luas dan memadai, mempunyai kompetensi, menjunjung tinggi dan menerapkan profesionalisme dalam melayani, berlaku lemah lembut dan sopan santun, memberikan informasi yang transparan, memberikan bantuan dengan segera sesuai yang dibutuhkan nasabah, serta memberikan fasilitas, sarana dan prasarana yang representative dan canggih tapi tidak berlebihan, menyediakan produk yang berkualitas dan inovatif yang seluruhnya harus mengacu pada syariat Islam, sangat diperlukan dalam memberikan kualitas pelayanan yang dapat memberikan kepuasan nasabah.

#### 4. Benefit Lost Costs.

**Benefit Lost Costs** merupakan salah satu tipe dari *Customer Switching Costs (CSC)*. Berbagai pendapat BLC sebagaimana yang ada dalam penelitian Juan Meng dan Kevin M. Elliot (2008) adalah:

*Johns et al (2007) senada dengan Burnham et.al (2003 ) Lost Benefit Cost are the potensial loss of special discounts and unique benefits if the consumer switches from one provider to another. Jones, Mothersbaugh, and Beatty (2002) found that losts benefits and social switching costs are the primary value drivers in servis relationships. Therefore losts benefits and social switching costs are likely to be associated with positive value enhancement ( Reynould and Beatty,1999).*<sup>21</sup>

**Benefit Lost Costs** merupakan perbandingan antara biaya dan manfaat. Seseorang akan memperhitungkan biaya yang dikeluarkan serta manfaat yang akan diperoleh bila menggunakan produk jasa yang dihasilkan perusahaan. Dalam pertimbangan *benefit lost costs* perhitungan manfaat serta biaya ini merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Sesuai dengan dengan makna tekstualnya yaitu **Benefit Lost Costs** (manfaat-biaya) maka seseorang dalam menggunakan produk/ jasa ini mempunyai penekanan dalam perhitungan tingkat keuntungan/kerugian mempertimbangkan biaya yang akan dikeluarkan serta manfaat yang akan dicapai.

---

<sup>21</sup> Juan Meng, Kevin M Elliot, 2009, Investigating Structural Relationships Between Service Quality, Switching Costs, and Customer Satisfaction, The Journal of Applied Business and Economics, Thunder Bay: May , Volume 9 edisi 2, hlm 3

Ber macam cara dapat dilakukan oleh perusahaan agar/ pelanggan tidak lari ke perusahaan lain diantaranya<sup>22</sup> (Kotler dan Keller, 2006:13) edisi 12 Marketing Manajemen adalah: *Cash discount, quantity discount, functional discount, seasonal discount, dan allowance discount.*

Pelanggan pada saat akan dan atau menggunakan produk barang/jasa tertentu mempertimbangkan manfaat yang diperolehnya dari biaya yang dikeluarkannya. Manfaat tersebut bisa berbentuk manfaat material, manfaat fisik dan psikis, manfaat intelektual, manfaat terhadap lingkungan dan manfaat jangka panjang:<sup>23</sup>.

Konsumen dapat memperoleh satu atau lebih dari manfaat tersebut yang berupa:

- a) Manfaat material berbentuk murah nya harga, *discount*, murah nya biaya transportasi dan *searching*, dan sejenisnya
- b) Manfaat fisik dan psikis berupa terpenuhinya rasa lapar, haus, kedinginan, kesehatan, social, keamanan, kenyamanan, harga diri dan lain-lain
- e) Manfaat intelektual berbentuk informasi, pengetahuan, ketrampilan dan sebagainya

---

<sup>22</sup> Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2006, *Marketing Manajemen 12e*, twelve edition, Pearson International Edition, page 13

<sup>23</sup> Misanam, dkk., *ibid.*, hlm., 143-144

- d) Manfaat terhadap lingkungan (*intra generation*), misal membeli mobil yang lebih besar ukurannya agar bisa dirasakan oleh yang lain ( tetangga, teman, saudara, dan lain-lain)
- e) Manfaat jangka panjang bisa berupa terjaganya generasi yang akan datang, memperoleh manfaat dunia akhirat , meskipun harus membayar mahal

Adanya harapan jangka panjang yang berupa pahala dunia dan akhirat karena iman dan taqwanya menggunakan/ memilih produk/ jasa bank yang sesuai syariat bisa menjadikan nasabah tetap bertahan dan yakin pahala akhirat lebih baik dari dunia dalam QS Yusuf (12):57;

وَلَا جَزَاءَ الْآخِرَةَ خَيْرٌ لِلَّذِينَ ءَامَنُوا وَكَانُوا يَتَّقُونَ ﴿٥٧﴾

Artinya:

Dan sesungguhnya pahala di akhirat itu lebih baik, bagi orang-orang yang beriman dan selalu bertakwa. (Al-Qur'an Digital Departemen Agama RI)

Adanya kepastian bahwa pahala disisi Allah lebih baik (QS Al-Baqarah (2): 103);

وَلَوْ أَنَّهُمْ ءَامَنُوا وَأَتَقَوْا لَمَثُوبَةٌ مِّنْ عِنْدِ اللَّهِ خَيْرٌ لَّوْ كَانُوا يَعْلَمُونَ

﴿١٠٣﴾

Artinya:

Sesungguhnya kalau mereka beriman dan bertakwa, (niscaya mereka akan mendapat pahala), dan sesungguhnya pahala dari sisi Allah adalah lebih baik, kalau mereka mengetahui (Al-Qur'an Digital, Departemen Agama RI)

Apabila manusia hanya menghendaki pahala dunia saja merugi karena sesungguhnya pahala meliputi pahala dunia dan akhirat (Qur'an Surat An Nisaa'(4):134)

مَنْ كَانَ يُرِيدُ ثَوَابَ الدُّنْيَا فَعِنْدَ اللَّهِ ثَوَابُ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَكَانَ

اللَّهُ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿١٣٤﴾

Artinya:

Dan kepunyaan Allah-lah apa yang di langit dan yang di bumi, dan sungguh Kami telah memerintahkan kepada orang-orang yang diberi kitab sebelum kamu dan (juga) kepada kamu; bertakwalah kepada Allah. Tetapi jika kamu kafir maka (ketahuilah), sesungguhnya apa yang di langit dan apa yang di bumi hanyalah kepunyaan Allah<sup>[360]</sup> dan Allah Maha Kaya dan Maha Terpuji. (Al-Qur'an Digital, Departemen Agama RI)

Allah memenuhi apa yang dijanjikan dan hanya kepada Allah manusia harus tunduk dalam Q.S. An Nisaa'(4):40

إِنَّ اللَّهَ لَا يَظْلِمُ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ وَإِنْ تَكَ حَسَنَةً

يُضْعِفَهَا وَيُؤْتِ مِنْ لَدُنْهُ أَجْرًا عَظِيمًا ﴿٤٠﴾

Artinya:

Sesungguhnya Allah tidak menganiaya seseorang walaupun sebesar zarah, dan jika ada kebajikan sebesar zarah, niscaya Allah akan melipat gandakannya dan memberikan dari sisi-Nya pahala yang besar<sup>[298]</sup>.

QS Al-Anbiyaa'(21):47

وَنَضَعُ الْمَوَازِينَ الْقِسْطَ لِيَوْمِ الْقِيَامَةِ فَلَا تُظْلَمُ نَفْسٌ  
 شَيْئًا وَإِنْ كَانَ مِثْقَالَ حَبَّةٍ مِنْ خَرْدَلٍ أَتَيْنَا بِهَا وَكَفَىٰ بِنَا  
 حَلِيبِينَ ﴿٤٧﴾

Artinya:

Kami akan memasang timbangan yang tepat pada hari kiamat, maka tiadalah dirugikan seseorang barang sedikitpun. Dan jika (amalan itu) hanya seberat biji sawipun pasti Kami mendatangkan (pahala)nya. Dan cukuplah Kami sebagai pembuat perhitungan. (Al-Qur'an Digital, Departemen Agama R.I.)

## 5. Keunggulan Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2001), produk (*product*) sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan<sup>24</sup>. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (1997), secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari

<sup>24</sup> Kotler, P., Armstrong, Gary, 2001, *Principle of Marketing*, ninth edition, Prentice Hall International, Inc, USA page 346

produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar<sup>25</sup>. Produk berkualitas yang ditawarkan dapat mempengaruhi keputusan untuk membeli/menggunakan dan akhirnya menggunakannya kembali atau bahkan meninggalkan produk tersebut

Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1994 berpendapat bahwa *product quality is the core concern in purchasing decision. Product quality and service quality are of the same importance in affecting customer satisfaction. Satisfaction occurs when the product quality is greater than initially expected. After consumption each customer evaluates quality of the purchased product and updates his or her expectations about the quality of future purchases* ( Athanassopoulos, 2000; Hellier, Geurson, Carr and Rickard, 2003). Sehingga kualitas produk adalah faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan seseorang/pelanggan dalam berbelanja, terutama dalam memelihara, mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

---

<sup>25</sup> Tjiptono, Fandy, 1997, *Manajemen Jasa*, edisi ke dua, Andi Ofset, Yogyakarta, hlm 95

Menurut Garvin, 1983 *perceive product quality is the customer's judgment about the superiority or excellence of a product.*<sup>26</sup> *Perceive Product Quality plays a crucial role affecting purchasing choices* (Brucks, Zeithaml, & Naylor, 2000)<sup>27</sup>. *Perceived Product Quality, as a form of overall evaluation of a product, is a relatively global value judgement* ( Sebastianelli & Tamimi, 2002; Corby & Johnson, 2004; Story & Loroz, 2005)<sup>28</sup>

Hubungan Keunggulan produk dengan kepuasan dapat dilihat bahwa berdasarkan penelitian Parasuraman et.al. ( 1998, dalam Mujiharjo, 2006), Othman & Owen (2001), Othman & Owen (2002), Mujiharjo (2006), Harahap, dkk(2006), Gatignon dan Xuereb ( 1997), dalam Mujiharjo (2006), Urban dan Hauser (1998) dalam Mujiharjo (2006) disimpulkan bahwa keunggulan produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.<sup>29</sup>

## 6. Keadilan dan Kejujuran Harga.

---

<sup>26</sup> Changsu Kim, Yeongnam University, Korea., Weihong Zhao, Jiangxi Normal University, China., Kyung Hoon Yang, University of Wisconsin-La Cross, USA, 2008, *An Empirical Study on Integrated Framework of e-CRM in Online Shopping: Evaluating The Relationships Among Perceived Value, Satisfaction and Trust Based on Customer's Perspectives, .....*, hlm 7

<sup>27</sup> *ibid*

<sup>28</sup> *ibid*

<sup>29</sup> Mujiharjo, Bagyo , 2006." Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Volume V, September

Harga bisa menjadi tolak ukur bagi konsumen mengenai kualitas dan merek dari suatu produk, asumsi yang dipakai disini adalah bahwa suatu usaha atau badan usaha baik usaha dagang, usaha manufaktur, usaha agraris, usaha jasa dan usaha lainnya menetapkan harga produk dengan memasukkan dan mempertimbangkan unsur modal yang dikeluarkan untuk produk tersebut<sup>30</sup>

Bagi nasabah keadilan dan kejujuran harga termasuk didalamnya, waktu, upaya, dan biaya perolehan serta transparansi dari kedua belah pihak yang tidak memberatkan pelanggan. Dengan kata lain berarti adalah harga yang harus dibayar dari sebuah produk atau jasa

*The customer usually judges price and service quality based on the concept of "equity" and generates his or her satisfaction level based on that concept ( Oliver, 1997 )<sup>31</sup>. Dengan kata lain menurut Athansopoulos, 2000, Croni et al, 2000; Homburg et al., 2005. in an evaluation of overall price fairness, the customers considers both the monetary and non –monetary costs of acquiring the product or service<sup>32</sup>.*

Fornell, Johnson, Anderson, Cha and Bryant, 1996) juga menemukan

---

<sup>30</sup> Nuryadin, Muhammad Birusman, 2007, *Harga Dalam Perspektif Islam*, MAZAHIB, Vol. IV, No. 1, Juni , <http://www.daneprairie.com>., hlm 2-3

<sup>31</sup> Kim, *An Empirical Study* ....., hlm., 7,

<sup>32</sup> *Ibid.*,

bahwa persepsi terhadap harga itu mempengaruhi kepuasan pelanggan di tujuh sektor industri <sup>33</sup>. Dalam penelitian Voss et. al, 1998; tentang pelayanan *check in* di sebuah hotel (*a hotel check in scenario*) ditemukan bahwa ada kecenderungan persepsi terhadap harga berpengaruh terhadap kepuasan.<sup>34</sup>

Keadilan (*adl*) merupakan nilai paling asasi dalam ajaran Islam. Menegakkan keadilan dan memberantas kezaliman adalah tujuan utama dari Risalah para Rasul-Nya (Q.S. 57:25). Keadilan seringkali diletakkan sederajat dengan kebajikan dan ketakwaan (Q.S. 5:8). Kejujuran merupakan aspek penting dan prasyarat dalam mewujudkan keadilan <sup>35</sup>. Seseorang yang tidak jujur dapat dipastikan tidak dapat berlaku adil, oleh karena itu kejujuran merupakan harga mati dalam mewujudkan keadilan.

Keadilan akan terwujud jika setiap orang menjunjung tinggi nilai kebenaran, kejujuran, keberanian, kelurusan dan kejelasan: <sup>36</sup>

Dalam Al-Qur'an terdapat berbagai konsep yang berkaitan dengan keadilan. Secara rinci konsep keadilan dalam Qur'an disajikan dalam tabel berikut:<sup>37</sup>

---

<sup>33</sup> *Ibid*

<sup>34</sup> *Ibid*, hlm 8

<sup>35</sup> Misanam, dkk., *ibid*, hlm 61

<sup>36</sup> *Ibid*, hlm., 61-62

<sup>37</sup> *Ibid*, hlm., 60

Tabel 2.8 Terminologi dan Makna Adil dalam Al-Qur'an

Istilah dalam Al-Qur'an	Pengertian menurut Islam
' <i>Adl</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persamaan balasan (kuantitatif)</li> <li>• Persamaan Kemanusiaan (kualitatif)</li> <li>• Persamaan dihadapan hukum dan undang-undang</li> <li>• Kebenaran, kejujuran, proporsional</li> <li>• Tebusan dan penyucian</li> </ul>
<i>Qist</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribusi yang adil</li> <li>• Berbuat dan bersikap adil dan proporsional</li> </ul>
<i>Qasd</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kejujuran dan kelurusan</li> <li>• Kesederhanaan</li> <li>• Hemat</li> <li>• Keberanian</li> </ul>
<i>Qawwam, Istiqamah</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kelurusan</li> <li>• Kejujuran</li> </ul>
<i>Hiss</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribusi yang adil</li> <li>• Kejelasan, terang</li> </ul>
<i>Mizan</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keseimbangan</li> <li>• Persamaan balasan</li> </ul>
<i>Wasat</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moderat</li> <li>• Tengah-tengah</li> <li>• Terpilih, terbaik, terpuji</li> </ul>

Sumber: Zakiyuddin, *Konsep Keadilan dalam Al-Qur'an*, Disertasi Doktor, Universitas Islam Negeri Yogyakarta, hlm. 92, 2007

Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana perdagangan yang bermoral yakni jujur, adil dan tidak merugikan kedua belah pihak. Untuk itu perlu diperhatikan nilai moralitas pasar dalam bisnis yang terdiri dari : Persaingan Yang Sehat (*Fair Play*), Kejujuran (*Honesty*), Keterbukaan

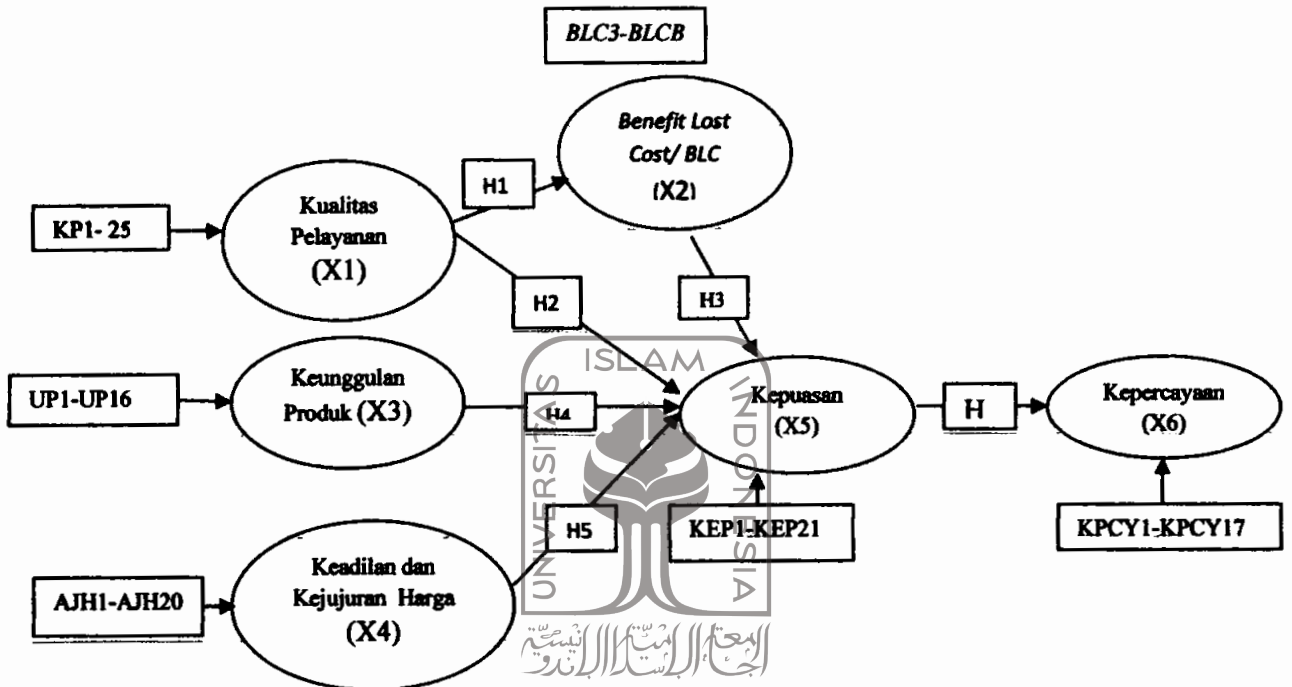
(*Transparancy*), Keadilan (*Justice*), dan memberikan Manfaat (*Maslahah*).dunia akhirat.

Kejujuran, bersikap adil dan berperilaku baik merupakan kunci sukses bisnis Rasulullah SAW seperti tercermin dalam sikap terpuji beliau yaitu : jujur (*shidiq*), menyampaikan (*tabligh*), dapat dipercaya (*amanah*) dan bijaksana (*fathonah*)

**C. Kerangka Pemikiran Teoritis/ Model Penelitian yang dikembangkan dalam penelitian ini**

Berdasarkan rujukan dan telaah pustaka di atas, dalam penulisan tesis ini diajukan model sebagai berikut:

UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA



Gambar 2.1 Model Penelitian / Kerangka Pemikiran Teoritis yang dikembangkan dalam penelitian ini

**Keterangan:**

X1= Kualitas Pelayanan

X2= Keunggulan Produk

X3= Keadilan dan Kejujuran Harga

X4= BLC= Benefit Lost Cost

X5= Kepuasan

X6= Kepercayaan

#### **D. Hipotesis**

Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah, telaah pustaka dan model penelitian yang dikembangkan langkah selanjutnya adalah perumusan hipotesis. Adapun Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

H1: Kualitas Pelayanan Berpengaruh positif terhadap Benefit Lost Cost

H2: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan

H3: Benefit Lost Cost Berpengaruh positif terhadap Kepuasan

H4: Keunggulan Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan

H5: Keadilan dan Kejujuran Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan

H6: Kepuasan berpengaruh positif terhadap Kepercayaan

#### **E. Definisi Operasional Variabel**

Dalam proses kuantifikasi dan dimensionalisasi variabel dibutuhkan penjelasan definisi operasional dari setiap variabel penelitian. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini disajikan dalam tabel 2. 8 berikut ini:

Tabel 2.9 Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Indikator dan skala pengukuran
1	Kualitas Pelayanan Othman, Abdul Qowi; Owen, Lynn (2002) dimodifikasi dalam penelitian ini	Adalah penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan pembiayaan pada Bank Syariah ditinjau dari aspek Compliance with syaria principle, Assurance, Reliably, Tangible, Empathy dan Responsiveness. Untuk indikator Penelitian mencakup 25 item dengan identifikasi KP1 sampai dengan KP 25 Skala Pengukuran yang dipakai adalah 1 – 5, dengan arti 1 Sangat Tidak Setuju – 5 Sangat Setuju
2	Benefit Lost Cost/BLC Meng, Juan dan Elliot, Kevin M.(2009), Kottler, ed. Hendra Teguh (2002) dimodifikasi dalam penelitian ini	Adalah pertimbangan manfaat yang diperoleh dari pembiayaan terhadap biaya yang harus dikorbankan untuk memperoleh manfaat tersebut. Indikator Penelitian mencakup 8 item dengan Identifikasi BLC 1- BLC 8
3	Keunggulan Produk Zhao dan Yang (2008) dimodifikasi dalam penelitian ini	Adalah hal-hal yang ditengarai merupakan keunggulan produk pembiayaan Bank Syariah Indikator penelitian terdiri dari 16 item yaitu UP 1 –UP.16 Skala Pengukuran yang dipakai adalah 1 – 5, dengan arti 1 Sangat Tidak Setuju – 5 Sangat Setuju
4	Keadilan dan Kejujuran Harga Zhao dan Yang (2008) Nuryadin, Muhammad Birusman, 2007 dimodifikasi dalam penelitian ini;	Adalah Keterbukaan dan kepedulian bank syariah terhadap harga pembiayaan yang tidak memberatkan kedua belah pihak. Indikator Penelitian terdiri dari 20 item yaitu: AJH 1- AJH 20 Skala Pengukuran yang dipakai adalah 1 – 5, dengan arti 1 Sangat Tidak Setuju – 5 Sangat Setuju
5	Kepuasan Harahap,S Sofyan dkk,2006; Olliver (1997) dimodifikasi dalam penelitian ini	Adalah perasaan puas nasabah terhadap produk pembiayaan bank syariah setelah ia membandingkan antara produk pembiayaan yang disediakan dengan kebutuhan masyarakat terhadap pembiayaan bank syariah ditinjau dari kualitas layanan, benefit Lost Cost. Keunggulan produk serta Keadilan dan kejujuran harga Indikator Penelitian terdiri dari 20 item yaitu PUAS 1 – PUAS 20 Skala Pengukuran yang dipakai adalah 1 – 5, dengan arti 1 Sangat Tidak Setuju – 5 Sangat Setuju
6	Kepercayaan Changsu Kim, Yeongnam University, Korea., Weihong Zhao, Jiangxi Normal University, China., Kyung Hoon Yang, University of Wisconsin-La Cross, USA, 2008 dimodifikasi dalam penelitian ini	Adalah rasa percaya nasabah terhadap bank syariah sebagai efek dari hubungan yang intensif yang dibangun antara nasabah dengan bank syariah terhadap pembiayaan yang disediakan bank syariah ditinjau dari kualitas layanan, keunggulan produk, keadilan dan kejujuran harga, benefit lost cost, kepuasan. Indikator Penelitian terdiri dari 17 item yaitu: PCY 1-PCY 17 Skala Pengukuran yang dipakai adalah 1 – 5, dengan arti 1 Sangat Tidak Setuju – 5 Sangat Setuju

## BAB III

### METHODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian diperlukan agar supaya penelitian dapat terarah sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Pada metodologi penelitian ini akan dijelaskan mengenai jenis & pendekatan, subyek dan obyek, penentuan variabel, operasional variabel, penentuan populasi & sampel, metode dan teknik pengumpulan data, Teknik analisis data, data yang diperlukan, dan bagan alir penelitian.

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian terapan yaitu penelitian yang mencakup aplikasi teori untuk memecahkan permasalahan tertentu<sup>25</sup>.

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya dengan objek yang berbeda dan model yang dikembangkan. Penelitian ini bersifat eksploratori dan eksplanatori dalam analisis data dengan pendekatan sosial.

#### B. Subyek Dan Obyek

Subyek dalam penelitian ini adalah Bank Umum Syariah ( Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang dan Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang), sedangkan obyek penelitian dalam penelitian ini adalah nasabah dari dua Bank Umum Syariah tersebut yang sudah bekerja. Adapun responden yang dianalisis sejumlah 72 orang responden dua bank tersebut yang diklasifikasikan menjadi responden pembiayaan dan non pembiayaan.

#### C. Penentuan Variabel

---

<sup>25</sup> Mudradjat K., 2009, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesia. edisi 3*, Penerbit Erlangga, Jakarta, hlm. 7

Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel endogen dan variabel eksogen yaitu sebagai berikut:

1. Variabel endogen adalah variabel yang dianggap dipengaruhi oleh variabel lain/variabel eksogen . Dalam penelitian ini yaitu Benefit Lost Cost(sebagai variabel endogen) dipengaruhi langsung oleh kualitas Pelayanan (sebagai variabel eksogen), Kepuasan(sebagai variabel endogen) dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan, Benefit Lost Cost , Keunggulan Produk dan Keadilan & Kejujuran Harga (sebagai variabel eksogen), Kepercayaan(sebagai variabel endogen) dipengaruhi langsung oleh kepuasan(sebagai variabel eksogen)
2. Variabel eksogen yaitu variabel yang dianggap berpengaruh terhadap variabel lain. Dalam penelitian ini variabel yang dianggap sebagai variabel eksogen Kualitas Pelayanan sebagai variabel eksogen dari Benefit Lost Cost. Kualitas Layanan, BLC, Keunggulan Produk dan Keadilan & Kejujuran Harga sebagai variabel eksogen dari kepuasan. Kepuasan sebagai variabel eksogen dari kepercayaan.

#### D. Operasional Variabel

Instrumen *survey* dalam penelitian ini berupa kuesioner, yang terdiri atas:

1. Pertanyaan yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan pembiayaan Bank Umum Syariah terdiri dari 25 item
2. Pertanyaan yang dirancang untuk mengukur Benefit Lost Cost terdiri dari 8 item
3. Pertanyaan yang dirancang untuk mengukur keunggulan produk terdiri

dari 20 item

4. Pertanyaan yang dirancang untuk mengukur keadilan dan kejujuran harga terdiri dari 20 item
5. Pertanyaan yang dirancang untuk mengukur kepuasan terdiri dari 21 item
6. Pertanyaan yang dirancang untuk mengukur kepercayaan terdiri dari 17 item

#### E. Penentuan Populasi

Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nasabah bank umum syariah (BMI dan BSM) Kantor Cabang Semarang yang sedang dan atau pernah mengambil pembiayaan di bank umum syariah maupun yang tidak/belum pernah mengambil pembiayaan yang tidak terdefinisi secara pasti berapa jumlahnya.

#### F. Penentuan Sampel

Untuk mendapatkan data langsung mengenai persepsi masyarakat, maka digunakan sampling. Pengertian sampling yaitu suatu cara pengumpulan data yang sifatnya tidak menyeluruh artinya tidak mencakup seluruh obyek penelitian (populasi=*universe*) akan tetapi hanya sebagian dari populasi yaitu hanya mencakup sampel yang diambil dari populasi tersebut.”<sup>26</sup>

Sampel banyak dipergunakan karena teknik pengambilan sampel lebih murah dan cepat. Oleh karena itu sampel yang diambil adalah sebanyak 72 orang,

---

<sup>26</sup> J.Supranto, 2002. *Metode Riset Aplikasi Dalam Pemasaran*. Jakarta: Rineka Cipta., hlm 70

mengingat populasi yang tidak terdefinisi, kendala biaya, waktu, dan tenaga. Sampel dikategorikan menjadi nasabah pembiayaan 30 responden dan nasabah non pembiayaan 42 responden.

### G. Metode, Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Metode pengambilan sampel yang dipergunakan adalah “*Teknik Non Probability Sampling*” (*Nonrandom Sampling*). Sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah sampling dimana pengambilan elemen-elemen yang dimasukkan dalam sampel dilakukan dengan sengaja, dengan catatan bahwa sample tersebut *representive*/mewakili populasi.<sup>27</sup> Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah BSM dan BMI yang sudah mempunyai pekerjaan.

Beberapa cara pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka.

#### 1. Observasi

“Cara *observasi* dilakukan tanpa mengajukan pertanyaan-pertanyaan, sering dipergunakan di dalam penelitian antropologi/di dalam bidang-bidang sosial lain dan ekonomi dan terutama sekali untuk penelitian dimana obyeknya tidak bisa diajak wawancara/walaupun obyeknya orang tujuan penyelidikan dirahasiakan.”<sup>28</sup>

#### 2. Wawancara

---

<sup>27</sup> *Ibid., hlm. , 84*

<sup>28</sup> *Ibid., hlm., 87*

“Cara ini sering disebut juga *carvassing method* yaitu pengumpulan data dimana pihak pengumpul data (petugas pencacah) aktif mendatangi responden untuk memperoleh keterangan-keterangan yang diperlukan.”<sup>29</sup>

Dalam metode ini data dikumpulkan dengan melakukan tanya jawab langsung kepada responden mengenai sejumlah informasi yang dibutuhkan berkaitan dengan penelitian ini.

### 3. Wawancara

“Cara ini sering disebut juga *carvassing method* yaitu pengumpulan data dimana pihak pengumpul data (petugas pencacah) aktif mendatangi responden untuk memperoleh keterangan-keterangan yang diperlukan”.<sup>30</sup>

Dalam metode ini data dikumpulkan dengan melakukan tanya jawab langsung kepada responden mengenai sejumlah informasi yang dibutuhkan berkaitan dengan penelitian ini.

### 4. *Questionnaire*/Angket

“*Questionnaire* ialah suatu daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada responden (obyek penelitian) terdiri dari baris-baris dan kolom-kolom untuk diisi dengan jawaban-jawaban yang ditanyakan.”<sup>31</sup>

Dalam penelitian ini untuk memperoleh data digunakan acuan kuesioner. Kuesioner yang disebarkan adalah kuesioner pertanyaan

---

<sup>29</sup> *Ibid.*, hlm., 85

<sup>30</sup> *Ibid.*, hlm., 85

<sup>31</sup> *Ibid.*, hlm., 100

tertutup dan terbuka. Pertanyaan tertutup membatasi jawaban yang sudah tercantum dalam kuesioner. Pertanyaan terbuka dimaksudkan guna memperoleh informasi dari responden sebagai masukan pada implikasi hasil penelitian. Kuesioner ini diberikan kepada responden langsung melalui tatap muka atau dikirim melalui pos dan email. Responden adalah nasabah Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang dan Nasabah Bank Muamalat Cabang Semarang yang memenuhi syarat diambil datanya yaitu sudah bekerja

Tiap pertanyaan pada kuesioner disediakan 4 buah jawaban dimana masing-masing jawaban tersebut diberi skala likert yaitu pertanyaan yang menunjukkan tingkat kesetujuan atau ketidak setujuan responden. Jawaban tersebut dikategorikan menjadi:

Sangat Setuju (a) diberi nilai/skor: 5

Setuju (b) diberi nilai/skor : 4

Tidak Setuju (c) : 2

Sangat Tidak Setuju(d) : 1

## 5. Studi Pustaka

“Studi Pustaka adalah riset yang dilakukan dengan jalan membaca literature, berupa buku-buku/majalah jurnal dan sumber data lainnya di dalam perpustakaan.”<sup>35</sup> ( Objeknya adalah buku atau literatur, majalah, surat kabar, jurnal, laporan dan lain-lain).

---

<sup>35</sup> *Ibid.*, hlm., 28

## H. Teknik Analisis Data

Dalam upaya menjawab tujuan penelitian digunakan teknik analisis sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran penerimaan responden terhadap Kualitas Pelayanan, Benefit Lost Cost, Keunggulan Produk, Keadilan dan Kejujuran Harga, Kepuasan serta Kepercayaan responden terhadap bank syariah digunakan tabulasi silang dengan identitas responden ( menggunakan alat bantu Program SPSS)
2. Untuk *screening* data yang akan diolah diuji dengan uji validitas, reliabilitas dan normalitas diolah dengan alat bantu Program SPSS
3. Untuk mengetahui pengaruh antar variabel penelitian digunakan alat bantu *Program AMOS 16* yang meliputi:
  - a). Uji Hipotesis dengan *Uji Regression Weight Model* penuh dengan *Probability 0.001*
  - b. Pengaruh Langsung maupun tak langsung variabel dalam model menggunakan Path Analysis)
  - c) Uji Koefisien Determinasi dengan Uji *Multiple Square Correlation / R<sup>2</sup>*

## I. Data Yang Diperlukan :

Data yang diperlukan dalam penelitian ini periode tahun 2006 sampai dengan tahun 2010 adalah sebagai berikut:

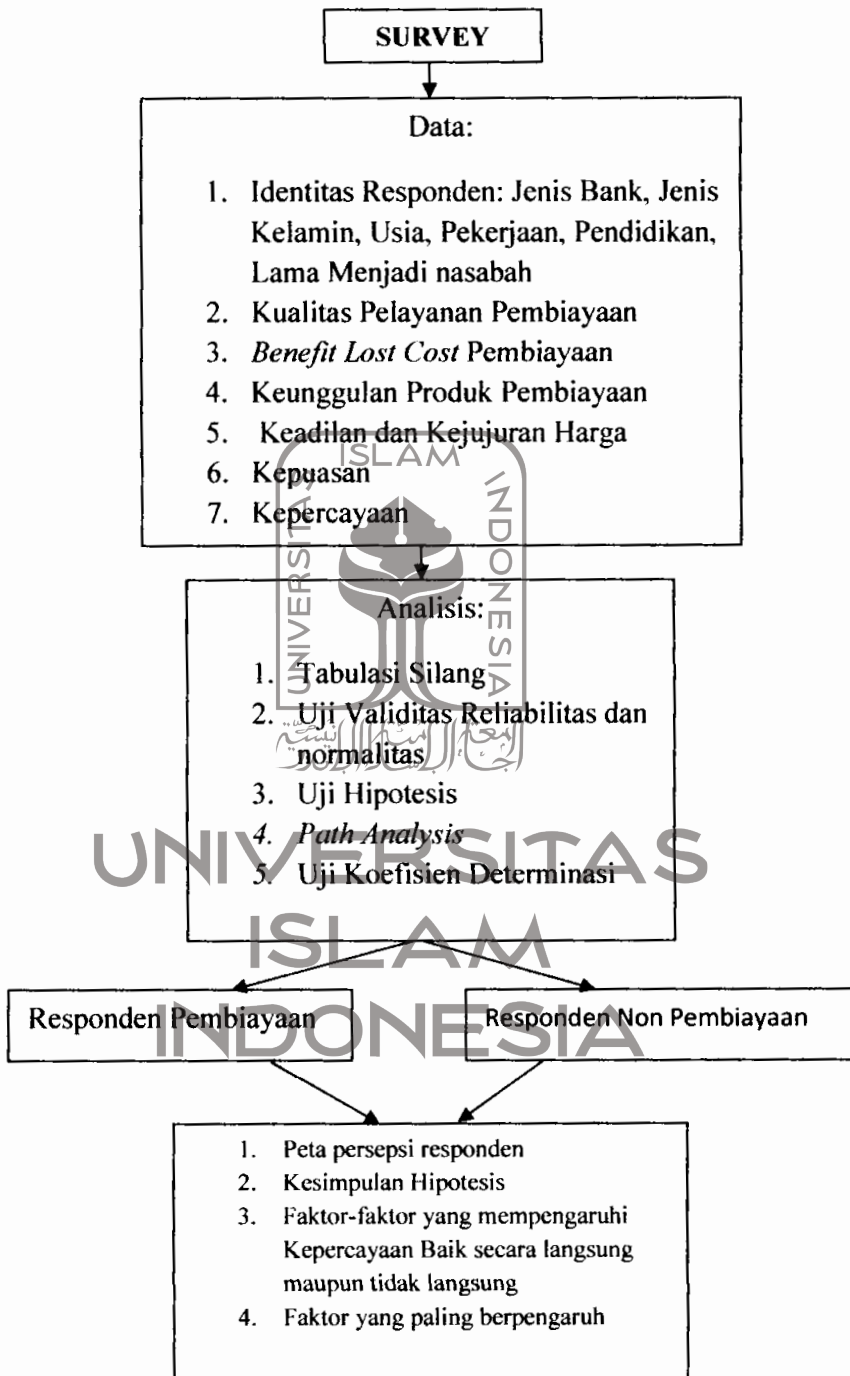
1. Persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan pembiayaan bank syariah
2. Persepsi nasabah terhadap benefit lost cost pembiayaan bank syariah

## J. Bagan Alir Penelitian



Gambar 3.1 Bagan Alir Penelitian.

## J. Bagan Alir Penelitian



Gambar 3.1 Bagan Alir Penelitian.

Berdasarkan gambar 3.1 di atas menunjukkan bahwa penelitian ini menggunakan metode survey untuk mengumpulkan data responden pembiayaan dan responden non pembiayaan mengenai: identitas responden, persepsi responden tentang Kualitas Pelayanan, *Benefit Lost Cost*, Keunggulan Produk, Keadilan & Kejujuran Harga, Kepuasan serta Kepercayaan responden terhadap pembiayaan di bank syariah yang dianalisis menggunakan tabulasi silang, Uji Validitas, Reliabilitas dan Normalitas, Uji Hipotesis, *Path Analysis*, dan Uji Koefisien Determinasi.

Dari hasil analisis tersebut kemudian disimpulkan tentang :

1. Peta persepsi responden terhadap Kualitas Pelayanan, *Benefit Lost Cost*, Keunggulan Produk, Keadilan & Kejujuran Harga, Kepuasan dan Kepercayaan berdasarkan jenis bank, jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan lama menjadi nasabah.
2. Hipotesis Penelitian.
3. Besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung faktor-faktor yang mempengaruhi Kepercayaan.
4. Faktor yang paling berpengaruh terhadap Kepercayaan

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer digunakan dalam proses analisis data sedangkan data sekunder digunakan dalam proses persiapan penelitian baik dalam wujud jurnal, data statistik maupun informasi lain yang berkaitan dengan penelitian. Data primer dikumpulkan melalui wawancara, email maupun pos dengan acuan kuesioner. Data primer yang dikumpulkan meliputi identitas responden yang meliputi nasabah dari bank mana, usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, lama menjadi nasabah dan status pengambilan pengambilan pembiayaan serta persepsi responden terhadap Kualitas Pelayanan, Benefit Lost Cost, Keunggulan Produk, Keadilan dan Kejujuran Harga, Kepuasan dan Kepercayaan terhadap pembiayaan bank syariah.

#### B. Deskripsi Responden

##### 1. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah total 72 orang. Dalam upaya memahami lebih lanjut karakteristik responden maka responden diklasifikasikan dalam berbagai kriteria tertentu. Berdasarkan jenis bank responden: mayoritas nasabah Bank Syariah Mandiri yakni 54,17%,

Berdasarkan jenis kelamin prosentase responden laki-laki dan perempuan sama yaitu 50%. Responden mayoritas berusia 25- 40 tahun yaitu 63,89%, sebagian besar responden mempunyai pendidikan terakhir S1 yaitu sebesar 38,89%, berdasar lama menjadi nasabah mayoritas responden kurang dari lima tahun menjadi nasabah yaitu 72,22%, mayoritas responden tidak mengambil pembiayaan yaitu sebesar 58,33%. Secara lebih rinci dapat dilihat dalam tabel 4.1 di bawah ini:



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

Tabel 4.1 Responden Berdasar Jenis Bank,  
Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan Terakhir, Pekerjaan,  
Lama Menjadi Nasabah dan Status Pengambilan Pembiayaan

NO	KLASIFIKASI RESPONDEN		JUMLAH	
			Orang	%
1	Berdasar Jenis Bank	Keterangan		
		B S M	39	54,17
		B M I	33	45,83
	Total		72	100
2	Berdasar Jenis Kelamin	Laki-laki	36	50
		Perempuan	36	50
		Total	72	100
3	Berdasar Usia	< 25 tahun	11	15,28
		25-40 tahun	46	63,89
		40-55 tahun	15	20,83
		Total	72	100
4	Berdasar Pendidikan Terakhir	D3	14	19,44
		Sarjana	28	38,89
		Pasca sarjana	24	33,33
		Lainnya	6	8,33
		Total	72	100
5	Berdasar Pekerjaan	PNS	26	36,11
		Pedagang	2	2,78
		Lainnya	44	61,11
		Total	72	100
6	Berdasar lama menjadi nasabah	< 5 tahun	52	72,22
		5 s/d 10 tahun	15	20,83
		> 10 tahun	5	6,94
		Total	72	100
7	Berdasar status Pembiayaan	Mengambil	30	41,67
		Tidak mengambil	42	58,33
		Total	72	100

Sumber: data primer diolah, 2012

Untuk analisis lebih lanjut responden diklasifikasikan menjadi 2 yaitu responden pembiayaan dan non pembiayaan kemudian dilakukan tabulasi silang dengan variabel penelitian.

## 2. Persepsi Responden Terhadap Kualitas Layanan

### a. Berdasar Jenis Bank

Berdasarkan jenis bank, kualitas pelayanan di Bank Syariah Mandiri lebih tinggi dari kualitas pelayanan di Bank Muamalat Indonesia. Secara rinci dapat dilihat pada tabel 4.2 dan tabel 4.3 di bawah ini:

Tabel 4.2 Kualitas Pelayanan Berdasar Jenis Bank Responden Pembiayaan

JENIS BANK		KUALITAS PELAYANAN		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
BSM	Count	1	7	8
	% within Jenis Bank	12.5%	87.5%	100.0%
BMI	Count	5	17	22
	% within Jenis Bank	22.7%	77.3%	100.0%
Total	Count	6	24	30
	% within Jenis Bank	20.0%	80.0%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.3 Kualitas Pelayanan Berdasar Jenis Bank Responden Non Pembiayaan

JENIS BANK		KUALITAS PELAYANAN			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
BSM	Count	0	10	21	31
	% within Jenis Bank	.0%	32.3%	67.7%	100.0%
BMI	Count	1	5	5	11
	% within Jenis Bank	9.1%	45.5%	45.5%	100.0%
Total	Count	1	15	26	42
	% within Jenis Bank	2.4%	35.7%	61.9%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

b. Berdasar Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel 4.4 dan tabel 4.5 di bawah ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap responden laki-laki lebih tinggi daripada pelayanan kepada responden perempuan.

Tabel 4.4 Kualitas Pelayanan Berdasar Jenis Kelamin Responden Pembiayaan

JENIS KELAMIN		KUALITAS PELAYANAN		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
Laki-laki	Count	3	13	16
	% within Jenis Kelamin	18.8%	81.3%	100.0%
Perempuan	Count	3	11	14
	% within Jenis Kelamin	21.4%	78.6%	100.0%
Total	Count	6	24	30
	% within Jenis Kelamin	20.0%	80.0%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

Tabel 4.5 Kualitas Pelayanan Berdasar Jenis Kelamin Responden Non Pembiayaan

JENIS KELAMIN		KUALITAS PELAYANAN			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Laki-laki	Count	1	3	16	20
	% within Jenis Kelamin	5.0%	15.0%	80.0%	100.0%
Perempuan	Count	0	12	10	22
	% within Jenis Kelamin	.0%	54.5%	45.5%	100.0%
Total	Count	1	15	26	42
	% within Jenis Kelamin	2.4%	35.7%	61.9%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

c. Berdasar Usia

Dari tabel 4.6 dan tabel 4.7 di bawah ini dapat diketahui bahwa Kualitas Pelayanan tertinggi diberikan kepada responden

pembiayaan usia 40-55 tahun. Sedangkan untuk responden non pembiayaan Kualitas Pelayanan tertinggi diberikan kepada responden usia 25-40 tahun.

Tabel 4.6 Kualitas Pelayanan Berdasarkan Usia Responden Pembiayaan

USIA		KUALITAS PELAYANAN		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
25 - 40 Tahun	Count	5	18	23
	% within Usia	21.7%	78.3%	100.0%
40 - 55 Tahun	Count	1	6	7
	% within Usia	14.3%	85.7%	100.0%
Total	Count	6	24	30
	% within Usia	20.0%	80.0%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.7 Kualitas Pelayanan Berdasarkan Usia Responden Non Pembiayaan

USIA		KUALITAS PELAYANAN			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
< 25 Tahun	Count	1	3	7	11
	% within Usia	9.1%	27.3%	63.6%	100.0%
25 - 40 Tahun	Count	0	8	15	23
	% within Usia	.0%	34.8%	65.2%	100.0%
40 - 55 Tahun	Count	0	4	4	8
	% within Usia	.0%	50.0%	50.0%	100.0%
Total	Count	1	15	26	42
	% within Usia	2.4%	35.7%	61.9%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

d. Berdasarkan Pendidikan

Kualitas Pelayanan kepada responden yang berpendidikan lainnya lebih tinggi daripada nasabah sarjana , dan pasca

sarjana . Secara rinci dapat dilihat pada tabel 4.8.dan tabel 4.9 di bawah ini:

Tabel 4.8

Tabel 4.8 Kualitas Pelayanan Berdasarkan Pendidikan Responden Pembiayaan

PENDIDIKAN TERAKHIR		KUALITAS PELAYANAN		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
Diploma	Count % within Pendidikan	1 16.7%	5 83.3%	6 100.0%
Sarjana	Count % within Pendidikan	1 8.3%	11 91.7%	12 100.0%
Pasca Sarjana	Count % within Pendidikan	4 36.4%	7 63.6%	11 100.0%
Lainnya	Count % within Pendidikan	0 .0%	1 100.0%	1 100.0%
Total	Count % within Pendidikan	6 20.0%	24 80.0%	30 100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

Tabel 4.9 Kualitas Pelayanan Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden Non Pembiayaan

PENDIDIKAN TERAKHIR		KUALITAS PELAYANAN			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Diploma	Count % within Pendidikan	1 11.1%	3 33.3%	5 55.6%	9 100.0%
Sarjana	Count % within Pendidikan	0 .0%	6 42.9%	8 57.1%	14 100.0%
Pasca Sarjana	Count % within Pendidikan	0 .0%	6 46.2%	7 53.8%	13 100.0%
Lainnya	Count % within Pendidikan	0 .0%	0 .0%	6 100.0%	6 100.0%
Total	Count % within Pendidikan	1 2.4%	15 35.7%	26 61.9%	42 100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

## e. Berdasar Pekerjaan

Kualitas Layanan tertinggi diberikan kepada responden dengan pekerjaan lainnya. Adapun secara rinci dapat dilihat pada tabel 4.10 dan tabel 4.11 di bawah ini:

Tabel 4.10 Kualitas Pelayanan Berdasar Pekerjaan Responden Pembiayaan

PEKERJAAN		KUALITAS PELAYANAN		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
PNS	Count	4	9	13
	% within Pekerjaan	30.8%	69.2%	100.0%
Lainnya	Count	2	15	17
	% within Pekerjaan	11.8%	88.2%	100.0%
Total	Count	6	24	30
	% within Pekerjaan	20.0%	80.0%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.11 Kualitas Pelayanan Berdasar Pekerjaan Responden Non Pembiayaan

PEKERJAAN		KUALITAS PELAYANAN			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
PNS	Count	0	7	6	13
	% within Pekerjaan	.0%	53.8%	46.2%	100.0%
Pedagang	Count	0	1	1	2
	% within Pekerjaan	.0%	50.0%	50.0%	100.0%
Lainnya	Count	1	7	19	27
	% within Pekerjaan	3.7%	25.9%	70.4%	100.0%
Total	Count	1	15	26	42
	% within Pekerjaan	2.4%	35.7%	61.9%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

## f. Berdasar Lama Menjadi Nasabah

Berdasar tabel 4.12 dan tabel 4.13 untuk responden pembiayaan Kualitas Layanan tertinggi diberikan kepada

responden yang lama menjadi nasabah kurang dari 5 tahun .  
Sedangkan untuk responden non pembiayaan Kualitas Pelayanan tertinggi diberikan kepada responden yang lama menjadi nasabah 5-10 tahun .

Tabel 4.12 Kualitas Pelayanan  
Berdasar Lama Menjadi Nasabah Responden Pembiayaan

LAMA MENJADI NASABAH		KUALITAS PELAYANAN		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
< 5 Tahun	Count	3	17	20
	% within Lama	15.0%	85.0%	100.0%
5 - 10 Tahun	Count	2	5	7
	% within Lama	28.6%	71.4%	100.0%
≥ 10 Tahun	Count	1	2	3
	% within Lama	33.3%	66.7%	100.0%
Total	Count	6	24	30
	% within Lama	20.0%	80.0%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.13 Kualitas Pelayanan  
Berdasar Lama Menjadi Nasabah Responden Non Pembiayaan

LAMA MENJADI NASABAH		KUALITAS PELAYANAN			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
< 5 Tahun	Count	1	13	18	32
	% within Lama	3.1%	40.6%	56.3%	100.0%
5 - 10 Tahun	Count	0	1	7	8
	% within Lama	.0%	12.5%	87.5%	100.0%
≥ 10 Tahun	Count	0	1	1	2
	% within Lama	.0%	50.0%	50.0%	100.0%
Total	Count	1	15	26	42
	% within Lama	2.4%	35.7%	61.9%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

### 3. Persepsi Responden Terhadap *Benefit Lost Cost*

#### a. Berdasar Jenis Bank

Tabel 4.14 *Benefit Lost Cost*  
Berdasar Jenis Bank Responden Pembiayaan

JENIS BANK		BENEFIT LOST COST			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
B S M	Count	0	2	6	8
	% within Jenis Bank	.0%	25.0%	75.0%	100.0%
B M I	Count	1	6	15	22
	% within Jenis Bank	4.5%	27.3%	68.2%	100.0%
Total	Count	1	8	21	30
	% within Jenis Bank	3.3%	26.7%	70.0%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

Tabel 4.15 *Benefit Lost Cost*  
Berdasar Jenis Bank Responden Non Pembiayaan

JENIS BANK		BENEFIT LC			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
B S M	Count	1	11	19	31
	% within Jenis Bank	3.2%	35.5%	61.3%	100.0%
B M I	Count	1	6	4	11
	% within Jenis Bank	9.1%	54.5%	36.4%	100.0%
Total	Count	2	17	23	42
	% within Jenis Bank	4.8%	40.5%	54.8%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Berpijak pada tabel 4.14 dan tabel 4.15 di atas *Benefit Lost Cost* di Bank Syariah Mandiri lebih tinggi dari *Benefit Lost Cost* di Bank Muamalat Indonesia.

b. Berdasar Jenis Kelamin

Berdasar tabel 4.16 dan 4.17 di bawah ini persepsi responden laki-laki terhadap Benefit Lost Cost lebih tinggi dari responden perempuan .

Tabel 4.16 *Benefit Lost Cost*  
Berdasar Jenis Kelamin Responden Pembiayaan

JENIS KELAMIN		BENEFIT LOST COST			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Laki-laki	Count	1	3	12	16
	% within Jenis Kelamin	6.3%	18.8%	75.0%	100.0%
Perempuan	Count	0	5	9	14
	% within Jenis Kelamin	0%	35.7%	64.3%	100.0%
Total	Count	1	8	21	30
	% within Jenis Kelamin	3.3%	26.7%	70.0%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

Tabel 4.17 *Benefit Lost Cost*  
Berdasar Jenis Kelamin Responden Non Pembiayaan

JENIS KELAMIN		BENEFIT LOST COST			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Laki-laki	Count	0	3	17	20
	% within Jenis Kelamin	0%	15.0%	85.0%	100.0%
Perempuan	Count	2	14	6	22
	% within Jenis Kelamin	9.1%	63.6%	27.3%	100.0%
Total	Count	2	17	23	42
	% within Jenis Kelamin	4.8%	40.5%	54.8%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

## c. Berdasar Usia

Tabel 4.18 *Benefit Lost Cost* Berdasar Usia Responden Pembiayaan

USIA		<i>BENEFIT LOST COST</i>			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
25 - 40 Tahun	Count	1	5	17	23
	% within Usia	4.3%	21.7%	73.9%	100.0%
40 - 55 Tahun	Count	0	3	4	7
	% within Usia	.0%	42.9%	57.1%	100.0%
Total	Count	1	8	21	30
	% within Usia	3.3%	26.7%	70.0%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

Tabel 4.19 *Benefit Lost Cost*  
Berdasar Usia Responden Non Pembiayaan

USIA		<i>BENEFIT Lost Cost</i>			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
< 25 Tahun	Count	0	7	4	11
	% within Usia	.0%	63.6%	36.4%	100.0%
25 - 40 Tahun	Count	2	5	16	23
	% within Usia	8.7%	21.7%	69.6%	100.0%
40 - 55 Tahun	Count	0	5	3	8
	% within Usia	.0%	62.5%	37.5%	100.0%
Total	Count	2	17	23	42
	% within Usia	4.8%	40.5%	54.8%	100.0%
	% within Benefit LC	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total	4.8%	40.5%	54.8%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

Berdasar tabel 4.18 dan tabel 4.19 di atas persepsi *Benefit Lost Cost* responden yang berusia 25-40 tahun lebih tinggi dari yang berusia < 25 tahun dan 40-55 tahun

## d. Berdasar Pendidikan

Berdasar tabel 4.20 dan 4.21 di bawah ini menunjukkan bahwa *Benefit Lost Cost* responden yang berpendidikan lainnya

lebih tinggi dibanding responden dengan pendidikan terakhir Diploma , Sarjana dan Pasca Sarjana .

Tabel 4.20 *Benefit Lost Cost*  
Berdasar Pendidikan Terakhir Responden Pembiayaan

PENDIDIKAN		BENEFIT LOST COST			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Diploma	Count	0	1	5	6
	% within Pendidikan	.0%	16.7%	83.3%	100.0%
	% of Total	.0%	3.3%	16.7%	20.0%
Sarjana	Count	0	3	9	12
	% within Pendidikan	.0%	25.0%	75.0%	100.0%
	% of Total	.0%	10.0%	30.0%	40.0%
Pasca Sarjana	Count	1	4	6	11
	% within Pendidikan	9.1%	36.4%	54.5%	100.0%
	% of Total	3.3%	13.3%	20.0%	36.7%
Lainnya	Count	0	0	1	1
	% within Pendidikan	.0%	.0%	100.0%	100.0%
	% of Total	3.3%	26.7%	70.0%	100.0%
Total	Count	1	8	21	30
	% within Pendidikan	3.3%	26.7%	70.0%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

Tabel 4.21 *Benefit Lost Cost*  
Berdasar Pendidikan Terakhir Responden Non Pembiayaan

PENDIDIKAN TERAKHIR		BENEFIT LC			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Diploma	Count	0	5	4	9
	% within Pendidikan	.0%	55.6%	44.4%	100.0%
Sarjana	Count	0	5	9	14
	% within Pendidikan	.0%	35.7%	64.3%	100.0%
Pasca Sarjana	Count	2	5	6	13
	% within Pendidikan	15.4%	38.5%	46.2%	100.0%
Lainnya	Count	0	2	4	6
	% within Pendidikan	.0%	33.3%	66.7%	100.0%
Total	Count	2	17	23	42
	% within Pendidikan	4.8%	40.5%	54.8%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

## e. Berdasar Pekerjaan

Tabel 4.22 *Benefit Lost Cost*  
Berdasarkan Pekerjaan Responden Pembiayaan

PEKERJAAN		BENEFIT LOST COST			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
PNS	Count	0	4	9	13
	% within Pekerjaan	.0%	30.8%	69.2%	100.0%
Lainnya	Count	1	4	12	17
	% within Pekerjaan	5.9%	23.5%	70.6%	100.0%
Total	Count	1	8	21	30
	% within Pekerjaan	3.3%	26.7%	70.0%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

Tabel 4.23 *Benefit Lost Cost*  
Berdasar Pekerjaan Responden Non Pembiayaan

PEKERJAAN		BENEFIT LC			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
PNS	Count	1	5	7	13
	% within Pekerjaan	7.7%	38.5%	53.8%	100.0%
Pedagang	Count	0	1	1	2
	% within Pekerjaan	.0%	50.0%	50.0%	100.0%
Lainnya	Count	1	11	15	27
	% within Pekerjaan	3.7%	40.7%	55.6%	100.0%
Total	Count	2	17	23	42
	% within Pekerjaan	4.8%	40.5%	54.8%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Berpijak pada tabel 4.22 dan tabel 4.23 di atas menunjukkan persepsi terhadap *Benefit Lost Cost* tertinggi adalah responden yang mempunyai pekerjaan lainnya.

## f. Berdasar Lama Menjadi Nasabah

Berdasar tabel 4.24 dan tabel 4.25 untuk responden pembiayaan persepsi *Benefit Lost Cost* tertinggi adalah

responden yang lama menjadi nasabah < 5 tahun ,  
sedangkan untuk responden non pembiayaan persepsi *BLC*  
tertinggi adalah responden yang lama menjadi nasabah 5-10  
tahun

Tabel 4.24 *Benefit Lost Cost*  
Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah Responden Pembiayaan

LAMA MENJADI NASABAH		BENEFIT LC			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
< 5 Tahun	Count	0	4	16	20
	% within Lama	.0%	20.0%	80.0%	100.0%
5-10 Tahun	Count	0	3	4	7
	% within Lama	.0%	42.9%	57.1%	100.0%
≥ 10 tahun	Count	1	1	1	3
	% within Lama	33.3%	33.3%	33.3%	100.0%
Total	Count	1	8	21	30
	% within Lama	3.3%	26.7%	70.0%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

Tabel 4.25 *Benefit Lost Cost*  
Berdasar Lama Menjadi Nasabah Responden Non Pembiayaan

LAMA MENJADI NASABAH		BENEFIT LC			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
< 5 Tahun	Count	2	12	18	32
	% within Lama	6.3%	37.5%	56.3%	100.0%
5 - 10 Tahun	Count	0	3	5	8
	% within Lama	.0%	37.5%	62.5%	100.0%
≥ 10 Tahun	Count	0	2	0	2
	% within Lama	.0%	100.0%	.0%	100.0%
Total	Count	2	17	23	42
	% within Lama	4.8%	40.5%	54.8%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

responden yang lama menjadi nasabah < 5 tahun ,  
sedangkan untuk responden non pembiayaan persepsi *BLC*  
tertinggi adalah responden yang lama menjadi nasabah 5-10  
tahun

Tabel 4.24 *Benefit Lost Cost*  
Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah Responden Pembiayaan

LAMA MENJADI NASABAH		BENEFIT LC			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
< 5 Tahun	Count	0	4	16	20
	% within Lama	.0%	20.0%	80.0%	100.0%
5-10 Tahun	Count	0	3	4	7
	% within Lama	.0%	42.9%	57.1%	100.0%
≥ 10 tahun	Count	1	1	1	3
	% within Lama	33.3%	33.3%	33.3%	100.0%
Total	Count	1	8	21	30
	% within Lama	3.3%	26.7%	70.0%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

Tabel 4.25 *Benefit Lost Cost*  
Berdasar Lama Menjadi Nasabah Responden Non Pembiayaan

LAMA MENJADI NASABAH		BENEFIT LC			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
< 5 Tahun	Count	2	12	18	32
	% within Lama	6.3%	37.5%	56.3%	100.0%
5 - 10 Tahun	Count	0	3	5	8
	% within Lama	.0%	37.5%	62.5%	100.0%
≥ 10 Tahun	Count	0	2	0	2
	% within Lama	.0%	100.0%	.0%	100.0%
Total	Count	2	17	23	42
	% within Lama	4.8%	40.5%	54.8%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

#### 4. Persepsi Responden Terhadap Keunggulan Produk

##### a. Berdasar Jenis Bank

Tabel 4.26 Keunggulan Produk  
Berdasar Jenis Bank Responden Pembiayaan

JENIS BANK	KEUNGGULAN PRODUK		TOTAL
	Sedang	Tinggi	
<b>BSM</b> Count	1	7	8
% within Jenis Bank	12.5%	87.5%	100.0%
<b>BMI</b> Count	0	22	22
% within Jenis Bank	0%	100.0%	100.0%
<b>Total</b> Count	1	29	30
% within Jenis Bank	3.3%	96.7%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.27 Keunggulan Produk  
Berdasar Jenis Bank Responden Non Pembiayaan

JENIS BANK	KEUNGGULAN PRODUK			TOTAL
	Rendah	Sedang	Tinggi	
<b>BSM</b> Count	0	5	26	31
% within Jenis Bank	0%	16.1%	83.9%	100.0%
<b>BMI</b> Count	1	1	9	11
% within Jenis Bank	9.1%	9.1%	81.8%	100.0%
<b>TOTAL</b> Count	1	6	35	42
% within Jenis Bank	2.4%	14.3%	83.3%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.26 dan tabel 4.27 di atas menurut responden pembiayaan Keunggulan Produk pembiayaan di Bank Muamalat Indonesia lebih tinggi dari Bank Syariah Mandiri. Sedangkan menurut responden non pembiayaan Keunggulan Produk di BSM lebih tinggi dari BMI .

b. Berdasar Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin persepsi responden perempuan terhadap Keunggulan Produk pembiayaan bank syariah lebih tinggi dari persepsi responden laki-laki. Secara rinci dapat dilihat dalam tabel 4.28 dan 4.29 di bawah ini:

Tabel 4.28 Keunggulan Produk Berdasar Jenis Kelamin Responden Pembiayaan

JENIS KELAMIN		KEUNGGULAN PRODUK		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
Laki-laki	Count	1	15	16
	% within Jenis Kelamin	6.3%	93.8%	100.0%
Perempuan	Count	0	14	14
	% within Jenis Kelamin	.0%	100.0%	100.0%
Total	Count	1	29	30
	% within Jenis Kelamin	3.3%	96.7%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.29 Keunggulan Produk Berdasar Jenis Kelamin Responden Non Pembiayaan

JENIS KELAMIN		KEUNGGULAN PRODUK			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Laki-laki	Count	1	3	16	20
	% within Jenis Kelamin	5.0%	15.0%	80.0%	100.0%
Perempuan	Count	0	3	19	22
	% within Jenis Kelamin	.0%	13.6%	86.4%	100.0%
Total	Count	1	6	35	42
	% within Jenis Kelamin	2.4%	14.3%	83.3%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

c. Berdasar Usia

Berdasar tabel 4.30 dan tabel 4.31 persepsi responden pembiayaan yang berusia 40-55 tahun terhadap Keunggulan Produk pembiayaan lebih tinggi dari yang lain, sedangkan

untuk responden non pembiayaan persepsi Keunggulan Produk pembiayaan responden yang berusia 25-40 tahun lebih tinggi dari responden yang lain

Tabel 4.30 Keunggulan Produk Berdasar Usia Responden Pembiayaan

USIA		KEUNGGULAN PRODUK		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
25 - 40 Tahun	Count	1	22	23
	% within Usia	4.3%	95.7%	100.0%
40 - 55 Tahun	Count	0	7	7
	% within Usia	.0%	100.0%	100.0%
Total	Count	1	29	30
	% within Usia	3.3%	96.7%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah 2012

Tabel 4.31 Keunggulan Produk Berdasar Usia Responden Non Pembiayaan

USIA		KEUNGGULAN PRODUK			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
< 25 Tahun	Count	1	1	9	11
	% within Usia	9.1%	9.1%	81.8%	100.0%
25 - 40 Tahun	Count	0	3	20	23
	% within Usia	.0%	13.0%	87.0%	100.0%
40 - 55 Tahun	Count	0	2	6	8
	% within Usia	.0%	25.0%	75.0%	100.0%
Total	Count	1	6	35	42
	% within Usia	2.4%	14.3%	83.3%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

d. Berdasar Pendidikan Terakhir

Berdasar tabel 4.32 dan tabel 4.33 persepsi responden pembiayaan dengan pendidikan terakhir Diploma, Sarjana dan Lainnya. Terhadap Keunggulan Produk pembiayaan bank syariah

lebih tinggi dari yang pascasarjana Sedangkan untuk responden non pembiayaan persepsi responden dengan pendidikan terakhir sarjana terhadap Keunggulan Produk pembiayaan bank syariah lebih tinggi dari yang berpendidikan terakhir diploma, pascasarjana dan lainnya.

Tabel 4.32 Keunggulan Produk Berdasarkan Pendidikan Responden Pembiayaan

PENDIDIKAN		KEUNGGULAN PRODUK		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
Diploma	Count	0	6	6
	% within Pendidikan	0.0%	100.0%	100.0%
Sarjana	Count	0	12	12
	% within Pendidikan	0.0%	100.0%	100.0%
Pasca Sarjana	Count	1	10	11
	% within Pendidikan	9.1%	90.9%	100.0%
Lainnya	Count	0	1	1
	% within Pendidikan	0.0%	100.0%	100.0%
Total	Count	1	29	30
	% within Pendidikan	3.3%	96.7%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

Tabel 4.33 Keunggulan Produk  
Berdasar Pendidikan Terakhir Responden Non Pembiayaan

PENDIDIKAN		KEUNGGULAN PRODUK			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Diploma	Count	1	1	7	9
	% within Pendidikan	11.1%	11.1%	77.8%	100.0%
Sarjana	Count	0	1	13	14
	% within Pendidikan	.0%	7.1%	92.9%	100.0%
Pasca Sarjana	Count	0	2	11	13
	% within Pendidikan	.0%	15.4%	84.6%	100.0%
Lainnya	Count	0	2	4	6
	% within Pendidikan	.0%	33.3%	66.7%	100.0%
Total	Count	1	6	35	42
	% within Pendidikan	2.4%	14.3%	83.3%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

(5) Berdasar Pekerjaan

Berdasar tabel 4.34 dan tabel 4.35 persepsi responden pembiayaan dengan pekerjaan lainnya terhadap Keunggulan Produk pembiayaan lebih tinggi dari responden dengan pekerjaan PNS. Sedangkan menurut responden non pembiayaan menurut pedagang lebih tinggi dari responden dengan pekerjaan PNS dan Lainnya

Tabel 4.34 Keunggulan Produk  
Berdasar Pekerjaan Responden Pembiayaan

PEKERJAAN	KEUNGGULAN PRODUK		TOTAL
	Sedang	Tinggi	
PNS Count % within Pekerjaan	1 7.7%	12 92.3%	13 100.0%
Lainnya Count % within Pekerjaan	0 .0%	17 100.0%	17 100.0%
Total Count % within Pekerjaan	1 3.3%	29 96.7%	30 100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

Tabel 4.35 Keunggulan Produk  
Berdasar Pekerjaan Responden Non Pembiayaan

PEKERJAAN	KEUNGGULAN PRODUK			TOTAL
	Rendah	Sedang	Tinggi	
PNS Count % within Pekerjaan	0 .0%	1 7.7%	12 92.3%	13 100.0%
Pedagang Count % within Pekerjaan	0 .0%	0 .0%	2 100.0%	2 100.0%
Lainnya Count % within Pekerjaan	1 3.7%	5 18.5%	21 77.8%	27 100.0%
Total Count % within Pekerjaan	1 2.4%	6 14.3%	35 83.3%	42 100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

INDONESIA

## f. Berdasar Lama Menjadi Nasabah

Tabel 4.36 Keunggulan Produk  
Berdasar Lama Menjadi Nasabah Responden Pembiayaan

LAMA MENJADI NASABAH		KEUNGGULAN PRODUK		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
< 5 Tahun	Count	1	19	20
	% within Lama	5.0%	95.0%	100.0%
5 - 10 Tahun	Count	0	7	7
	% within Lama	.0%	100.0%	100.0%
≥ 10 Tahun	Count	0	3	3
	% within Lama	.0%	100.0%	100.0%
Total	Count	1	29	30
	% within Lama	3.3%	96.7%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

Tabel 4.37 Keunggulan Produk  
Berdasar Lama Menjadi Nasabah Responden Non Pembiayaan

LAMA MENJADI NASABAH		KEUNGGULAN PRODUK			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
< 5 Tahun	Count	4	27	32	
	% within Lama	3.1%	84.4%	100.0%	
5 - 10 Tahun	Count	0	2	8	
	% within Lama	.0%	25.0%	100.0%	
≥ 10 Tahun	Count	0	0	2	
	% within Lama	.0%	.0%	100.0%	
Total	Count	1	6	42	
	% within Lama	2.4%	14.3%	83.3%	

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Berdasar tabel 4.36 dan tabel 4.37 persepsi responden pembiayaan yang lama menjadi nasabah  $\geq 5$  tahun terhadap Keunggulan Produk lebih tinggi dari persepsi responden pembiayaan yang lama menjadi nasabah  $< 5$  tahun. Persepsi responden non pembiayaan yang lama menjadi nasabah  $\geq 10$  tahun

terhadap Keunggulan Produk bank syariah lebih tinggi dari yang lama menjadi nasabah < 10 tahun.

## 5. Persepsi Responden Terhadap Keadilan Dan Kejujuran Harga.

### a. Berdasar Jenis Bank

Berdasar Tabel 4.38 dan tabel 4.39 menurut responden pembiayaan Kualitas Pelayanan di Bank Muamalat lebih tinggi dari Kualitas Pelayanan di Bank Syariah Mandiri . Sedangkan menurut responden non-pembiayaan Kualitas Pelayanan di Bank Syariah Mandiri lebih tinggi dari Kualitas Pelayanan di Bank Muamalat.

Tabel 4.38 Keadilan Dan Kejujuran Harga Berdasar Jenis Bank Responden Pembiayaan

JENIS BANK		KEADILAN DAN KEJUJURAN HARGA		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
BSM	Count	2	6	8
	% within Jenis Bank	25.0%	75.0%	100.0%
BMI	Count	5	17	22
	% within Jenis Bank	22.7%	77.3%	100.0%
Total	Count	7	23	30
	% within Jenis Bank	23.3%	76.7%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.39 Keadilan Dan Kejujuran Harga  
Berdasar Jenis Bank Responden Non Pembiayaan

JENIS BANK	KEADILAN DAN KEJUJURAN			TOTAL
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Count	0	9	22	31
<b>B S M</b> % within Jenis Bank	.0%	29.0%	<b>71.0%</b>	100.0%
Count	1	3	7	11
<b>B M I</b> % within Jenis Bank	9.1%	27.3%	63.6%	100.0%
Count	1	12	29	42
% within Jenis Bank	2.4%	28.6%	69.0%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

b. Berdasar Jenis Kelamin

Berdasar tabel 4.40 dan tabel 4.41 persepsi responden pembiayaan perempuan terhadap Keadilan dan Kejujuran Harga lebih tinggi dari laki-laki. Untuk responden non pembiayaan persepsi responden laki-laki terhadap Keadilan dan Kejujuran Harga lebih tinggi dari perempuan.

Tabel 4.40 Keadilan Dan Kejujuran Harga  
Berdasar Jenis Kelamin Responden Pembiayaan

JENIS KELAMIN	KEADILAN DAN KEJUJURAN HARGA		TOTAL	
	Sedang	Tinggi		
Laki-laki	Count	4	12	16
	% within Jenis Kelamin	25.0%	75.0%	100.0%
Perempuan	Count	3	11	14
	% within Jenis Kelamin	21.4%	<b>78.6%</b>	100.0%
Total	Count	7	23	30
	% within Jenis Kelamin	23.3%	76.7%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

Tabel 4.41 Keadilan dan Kejujuran Harga  
Berdasar Jenis Kelamin Responden Non Pembiayaan

JENIS KELAMIN		KEADILAN DAN KEJUJURAN HARGA			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Laki-laki	Count	1	2	17	20
	% within Jenis Kelamin	5.0%	10.0%	85.0%	100.0%
Perempuan	Count	0	10	12	22
	% within Jenis Kelamin	.0%	45.5%	54.5%	100.0%
Total	Count	1	12	29	42
	% within Jenis Kelamin	2.4%	28.6%	69.0%	100.0%
	% of Total	2.4%	28.6%	69.0%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

c. Berdasar Usia

Berdasar tabel 4.42 dan tabel 4.43 responden pembiayaan yang berusia 25-40 tahun mempunyai persepsi Keadilan dan Kejujuran Harga lebih tinggi dari yang berusia 40-55 tahun.

Tabel 4.42 Keadilan Dan Kejujuran Harga  
Berdasar Usia Responden Pembiayaan

USIA		KEADILAN DAN KEJUJURAN HARGA		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
25 - 40 Tahun	Count	5	18	23
	% within Usia	21.7%	78.3%	100.0%
40 - 55 Tahun	Count	2	5	7
	% within Usia	28.6%	71.4%	100.0%
Total	Count	7	23	30
	% within Usia	23.3%	76.7%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.43 Keadilan Dan Kejujuran Harga  
Berdasar Usia Responden Non Pembiayaan

USIA ( Tahun )	KEADILAN DAN KEJUJURAN			TOTAL	
	Rendah	Sedang	Tinggi		
< 25	Count	1	2	8	11
	% within Usia	9.1%	18.2%	72.7%	100.0%
25 - 40	Count	0	6	17	23
	% within Usia	.0%	26.1%	73.9%	100.0%
40 - 55	Count	0	4	4	8
	% within Usia	.0%	50.0%	50.0%	100.0%
Total	Count	1	12	29	42
	% within Usia	2.4%	28.6%	69.0%	100.0%

Sumber; data primer yang diolah, 2012

d. Berdasar Pendidikan Terakhir

Tabel 4.44 Keadilan Dan Kejujuran Harga  
Berdasar Pendidikan Terakhir Responden Pembiayaan

PENDIDIKAN	KEADILAN DAN KEJUJURAN HARGA		TOTAL	
	Sedang	Tinggi		
Diploma	Count	1	5	6
	% within Pendidikan	16.7%	83.3%	100.0%
Sarjana	Count	1	11	12
	% within Pendidikan	8.3%	91.7%	100.0%
Pasca Sarjana	Count	5	6	11
	% within Pendidikan	45.5%	54.5%	100.0%
Lainnya	Count	0	1	1
	% within Pendidikan	.0%	100.0%	100.0%
Total	Count	7	23	30
	% within Pendidikan	23.3%	76.7%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.45 Keadilan dan Kejujuran Harga  
Berdasar Pendidikan Terakhir Responden Non Pembiayaan

PENDIDIKAN		KEADILAN DAN KEJUJURAN			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Diploma	Count	1	2	6	9
	% within Pendidikan	11.1%	22.2%	66.7%	100.0%
Sarjana	Count	0	5	9	14
	% within Pendidikan	.0%	35.7%	64.3%	100.0%
Pasca Sarjana	Count	0	4	9	13
	% within Pendidikan	.0%	30.8%	69.2%	100.0%
Lainnya	Count	0	1	5	6
	% within Pendidikan	.0%	16.7%	83.3%	100.0%
Total	Count	1	12	29	42
	% within Pendidikan	2.4%	28.6%	69.0%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.44 dan 4.45 di atas persepsi responden pembiayaan maupun non pembiayaan dengan pendidikan terakhir lainnya terhadap Keadilan dan Kejujuran Harga lebih tinggi dari responden dengan pendidikan diploma, sarjana dan pascasarjana.

e. Berdasar Pekerjaan

Tabel 4.46 Keadilan Dan Kejujuran Harga  
Berdasar Pekerjaan Responden Pembiayaan

PEKERJAAN		KEADILAN DAN KEJUJURAN HARGA		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
PNS	Count	5	8	13
	% within Pekerjaan	38.5%	61.5%	100.0%
Lainnya	Count	2	15	17
	% within Pekerjaan	11.8%	88.2%	100.0%
Total	Count	7	23	30
	% within Pekerjaan	23.3%	76.7%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.47 Keadilan Dan Kejujuran Harga  
Berdasar Pekerjaan Responden Non Pembiayaan

PEKERJAAN		KEADILAN DAN KEJUJURAN			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
PNS	Count	0	6	7	13
	% within Pekerjaan	.0%	46.2%	53.8%	100.0%
Pedagang	Count	0	0	2	2
	% within Pekerjaan	.0%	.0%	100.0%	100.0%
Lainnya	Count	1	6	20	27
	% within Pekerjaan	3.7%	22.2%	74.1%	100.0%
Total	Count	1	12	29	42
	% within Pekerjaan	2.4%	28.6%	69.0%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Berdasar tabel 4.46 dan tabel 4.47 persepsi responden pembiayaan dengan pekerjaan lainnya terhadap Keadilan dan Kejujuran Harga lebih tinggi dari yang PNS dan pedagang. Untuk responden non pembiayaan Keadilan dan Kejujuran Harga tertinggi menurut responden dengan pekerjaan pedagang.

(6) Berdasar Lama Menjadi Nasabah

Tabel 4.48 Keadilan Dan Kejujuran Harga  
Berdasar Lama Menjadi Nasabah Responden Pembiayaan

LAMA MENJADI NASABAH		KEADILAN DAN KEJUJURAN HARGA		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
< 5 Tahun	Count	2	18	20
	% within Lama	10.0%	90.0%	100.0%
5 - 10 Tahun	Count	3	4	7
	% within Lama	42.9%	57.1%	100.0%
≥ 10 Tahun	Count	2	1	3
	% within Lama	66.7%	33.3%	100.0%
Total	Count	7	23	30
	% within Lama	23.3%	76.7%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.49 Keadilan dan Kejujuran Harga  
Berdasar Lama Menjadi Nasabah Responden Non Pembiayaan

LAMA MENJADI NASABAH		KEADILAN DAN KEJUJURAN			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
< 5 Tahun	Count	1	10	21	32
	% within Lama	3.1%	31.3%	65.6%	100.0%
5 - 10 Tahun	Count	0	1	7	8
	% within Lama	.0%	12.5%	87.5%	100.0%
≥ 10 Tahun	Count	0	1	1	2
	% within Lama	.0%	50.0%	50.0%	100.0%
Total	Count	1	12	29	42
	% within Lama	2.4%	28.6%	69.0%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Berdasar tabel 4.48 dan tabel 4.49 di atas menunjukkan bahwa persepsi responden responden pembiayaan yang menjadi nasabah < 5 tahun terhadap Keadilan dan Kejujuran Harga lebih tinggi dari responden yang lama menjadi nasabah  $\geq 5$  tahun. Persepsi responden non pembiayaan yang menjadi nasabah 5-10 tahun terhadap Keadilan dan Kejujuran Harga lebih tinggi dari responden yang lama menjadi nasabah < 5 tahun dan  $\geq 10$  tahun

## 6. Persepsi Responden Terhadap Kepuasan

### a. Berdasar Jenis Bank

Berpijak pada tabel 4.50 dan 4.51 dapat disimpulkan bahwa kepuasan responden BSM lebih tinggi dari nasabah BMI untuk responden pembiayaan maupun non pembiayaan.

Tabel 4.50 Kepuasan Berdasar Jenis Bank Responden Pembiayaan

JENIS BANK		KEPUASAN NASABAH		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
BSM	Count	1	7	8
	% within Jenis Bank	12.5%	87.5%	100.0%
BMI	Count	4	18	22
	% within Jenis Bank	18.2%	81.8%	100.0%
Total	Count	5	25	30
	% within Jenis Bank	16.7%	83.3%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

Tabel 4.51 Kepuasan Berdasar Jenis Bank Responden Non Pembiayaan

JENIS BANK		KEPUASAN		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
BSM	Count	7	24	31
	% within Jenis Bank	22.6%	77.4%	100.0%
BMI	Count	6	5	11
	% within Jenis Bank	54.5%	45.5%	100.0%
Total	Count	13	29	42
	% within Jenis Bank	31.0%	69.0%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

## (2) Berdasar Jenis Kelamin

Berdasar tabel 4.52 dan tabel 4.53 responden pembiayaan dengan jenis kelamin perempuan lebih mudah puas dari responden laki laki. Responden non pembiayaan dengan jenis kelamin laki-laki lebih mudah puas dari responden perempuan.

Tabel 4.52

## Kepuasan Berdasar Jenis Kelamin Responden Pembiayaan

JENIS KELAMIN		KEPUASAN		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
Laki-laki	Count	3	13	16
	% within Jenis Kelamin	18.8%	81.3%	100.0%
Perempuan	Count	2	12	14
	% within Jenis Kelamin	14.3%	85.7%	100.0%
Total	Count	5	25	30
	% within Jenis Kelamin	16.7%	83.3%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

Tabel 4.53

## Kepuasan Responden Berdasar Jenis Kelamin Responden Non Pembiayaan

JENIS KELAMIN		KEPUASAN		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
Laki-laki	Count	3	17	20
	% within Jenis Kelamin	15.0%	85.0%	100.0%
Perempuan	Count	10	12	22
	% within Jenis Kelamin	45.5%	54.5%	100.0%
Total	Count	13	29	42
	% within Jenis Kelamin	31.0%	69.0%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

## c. Berdasar Usia

Berdasar tabel 4.54 dan tabel 4.55 di atas menunjukkan bahwa responden usia 25-40 tahun lebih mudah dipuaskan.

Tabel 4.54

## Kepuasan Berdasar Usia Responden Pembiayaan

USIA		KEPUASAN		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
25 - 40 Tahun	Count	3	20	23
	% within Usia	13.0%	87.0%	100.0%
40- 55 Tahun	Count	2	5	7
	% within Usia	28.6%	71.4%	100.0%
Total	Count	5	25	30
	% within Usia	16.7%	83.3%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.55

## Kepuasan Berdasar Usia Responden Non Pembiayaan

USIA		KEPUASAN		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
< 25 Tahun	Count	5	6	11
	% within Usia	45.5%	54.5%	100.0%
25 - 40 Tahun	Count	5	18	23
	% within Usia	21.7%	78.3%	100.0%
40 - 55 Tahun	Count	3	5	8
	% within Usia	37.5%	62.5%	100.0%
Total	Count	13	29	42
	% within Usia	31.0%	69.0%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

## d. Berdasar Pendidikan Terakhir

Berdasar tabel 4.56 dan tabel 4.57 reponden pembiayaan dengan pendidikan sarjana dan pendidikan lainnya lebih mudah dipuaskan. Responden non pembiayaan dengan pendidikan lainnya lebih mudah dipuaskan.

Tabel 4.56

## Kepuasan Berdasar Pendidikan Terakhir Responden Pembiayaan

PENDIDIKAN		KEPUASAN		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
Diploma	Count	1	5	6
	% within Pendidikan	16.7%	83.3%	100.0%
Sarjana	Count	0	12	12
	% within Pendidikan	.0%	100.0%	100.0%
Pasca Sarjana	Count	4	7	11
	% within Pendidikan	36.4%	63.6%	100.0%
Lainnya	Count	0	1	1
	% within Pendidikan	.0%	100.0%	100.0%
Total	Count	5	25	30
	% within Pendidikan	16.7%	83.3%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.57

## Kepuasan Berdasar Pendidikan Terakhir Responden Non Pembiayaan

PENDIDIKAN		KEPUASAN		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
Diploma	Count	5	4	9
	% within Pendidikan	55.6%	44.4%	100.0%
Sarjana	Count	5	9	14
	% within Pendidikan	35.7%	64.3%	100.0%
Pasca Sarjana	Count	3	10	13
	% within Pendidikan	23.1%	76.9%	100.0%
Lainnya	Count	0	6	6
	% within Pendidikan	.0%	100.0%	100.0%
Total	Count	13	29	42
	% within Pendidikan	31.0%	69.0%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

## e. Berdasar Pekerjaan

Berdasar tabel 4.58 dan tabel 4.59 di bawah ini responden pembiayaan dengan pekerjaan lainnya lebih mudah dipuaskan. Responden non pembiayaan dengan pekerjaan pedagang lebih mudah dipuaskan.

Tabel 4.58

## Kepuasan Berdasar Pekerjaan Responden Pembiayaan

PEKERJAAN		KEPUASAN		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
PNS	Count	4	9	13
	% within Pekerjaan	30.8%	69.2%	100.0%
Lainnya	Count	1	16	17
	% within Pekerjaan	5.9%	94.1%	100.0%
Total	Count	5	25	30
	% within Pekerjaan	16.7%	83.3%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

Tabel 4.59

Kepuasan Responden Berdasar Pekerjaan  
Responden Non Pembiayaan

PEKERJAAN		KEPUASAN		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
PNS	Count	6	7	13
	% within Pekerjaan	46.2%	53.8%	100.0%
Pedagang	Count	0	2	2
	% within Pekerjaan	.0%	100.0%	100.0%
Lainnya	Count	7	20	27
	% within Pekerjaan	25.9%	74.1%	100.0%
Total	Count	13	29	42
	% within Pekerjaan	31.0%	69.0%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

## (6) Berdasar Lama Menjadi Nasabah

Berdasarkan tabel 4.60 dan tabel 4.61 responden pembiayaan yang kurang dari 5 tahun menjadi nasabah lebih mudah dipuaskan. Responden non pembiayaan yang lama menjadi nasabah  $\geq 10$  tahun lebih mudah dipuaskan

Tabel 4.60

## Kepuasan Berdasar Lama Menjadi Nasabah Responden Pembiayaan

LAMA MENJADI NASABAH		KEPUASAN		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
< 5 Tahun	Count	2	18	20
	% within Lama	10.0%	90.0%	100.0%
5 - 10 Tahun	Count	2	5	7
	% within Lama	28.6%	71.4%	100.0%
$\geq 10$ Tahun	Count	1	2	3
	% within Lama	33.3%	66.7%	100.0%
Total	Count	5	25	30
	% within Lama	16.7%	83.3%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.61

## Kepuasan Berdasar Lama Menjadi Nasabah Responden Non Pembiayaan

LAMA MENJADI NASABAH		KEPUASAN		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
< 5 Tahun	Count	12	20	32
	% within Lama	37.5%	62.5%	100.0%
5 - 10 Tahun	Count	1	7	8
	% within Lama	12.5%	87.5%	100.0%
$\geq 10$ Tahun	Count	0	2	2
	% within Lama	.0%	100.0%	100.0%
Total	Count	13	29	42
	% within Lama	31.0%	69.0%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2011

## 7. Persepsi Responden Terhadap Kepercayaan

### a. Berdasar Jenis Bank

Tabel 4.62

#### Kepercayaan Berdasar Jenis Bank Responden Pembiayaan

JENIS BANK		KEPERCAYAAN		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
BSM	Count	2	6	8
	% within Jenis Bank	25.0%	75.0%	100.0%
BMI	Count	4	18	22
	% within Jenis Bank	18.2%	81.8%	100.0%
TOTAL	Count	6	24	30
	% within Jenis Bank	20.0%	80.0%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.63

#### Kepercayaan Berdasar Jenis Bank Responden Non Pembiayaan

JENIS BANK		KEPERCAYAAN			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
BSM	Count	0	5	26	31
	% within Jenis Bank	.0%	16.1%	83.9%	100.0%
BMI	Count	1	1	9	11
	% within Jenis Bank	9.1%	9.1%	81.8%	100.0%
Total	Count	1	6	35	42
	% within Jenis Bank	2.4%	14.3%	83.3%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Berdasar tabel 4.62 dan tabel 4.63 di atas menunjukkan kepercayaan responden BMI lebih tinggi dari kepercayaan responden BSM untuk responden pembiayaan. Sedangkan untuk responden non pembiayaan kepercayaan responden BSM lebih tinggi dari kepercayaan responden BMI.

b. Berdasar Jenis Kelamin

Berdasar tabel 4.64 dan tabel 4.65 di bawah ini kepercayaan responden perempuan terhadap pembiayaan lebih tinggi dibanding laki-laki. Responden non pembiayaan kepercayaan responden laki-laki lebih tinggi dari perempuan

Tabel 4.64

Kepercayaan Berdasar Jenis Kelamin Responden Pembiayaan

JENIS KELAMIN		KEPERCAYAAN		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
Laki-laki	Count	4	12	16
	% within Jenis Kelamin	25.0%	75.0%	100.0%
Perempuan	Count	2	12	14
	% within Jenis Kelamin	14.3%	85.7%	100.0%
Total	Count	6	24	30
	% within Jenis Kelamin	20.0%	80.0%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.65

Kepercayaan Berdasar Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN		KEPERCAYAAN			TOTAL
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Laki-laki	Count	1	0	19	20
	% within Jenis Kelamin	5.0%	.0%	95.0%	100.0%
Perempuan	Count	0	6	16	22
	% within Jenis Kelamin	.0%	27.3%	72.7%	100.0%
Total	Count	1	6	35	42
	% within Jenis Kelamin	2.4%	14.3%	83.3%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

c. Berdasar Usia

Berdasarkan tabel 4.66 dan tabel 4.67 menunjukkan bahwa responden dengan usia 25-40 tahun mempunyai kepercayaan

yang paling tinggi pada bank syariah dibandingkan dengan yang usia yang lain.

Tabel 4.66 Kepercayaan Berdasar Usia Responden Pembiayaan

USIA ( Tahun )		KEPERCAYAAN		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
25 - 40	Count	4	19	23
	% within Usia	17.4%	82.6%	100.0%
40 - 55	Count	2	5	7
	% within Usia	28.6%	71.4%	100.0%
Total	Count	6	24	30
	% within Usia	20.0%	80.0%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.67 Kepercayaan Berdasar Usia Responden Non Pembiayaan

USIA ( Tahun )		KEPERCAYAAN			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
< 25	Count	1	2	8	11
	% within Usia	9.1%	18.2%	72.7%	100.0%
25 - 40	Count	0	2	21	23
	% within Usia	.0%	8.7%	91.3%	100.0%
40 - 55	Count	0	2	6	8
	% within Usia	.0%	25.0%	75.0%	100.0%
Total	Count	1	6	35	42
	% within Usia	2.4%	14.3%	83.3%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

d. Berdasar Pendidikan Terakhir

Berdasarkan tabel 4.68 dan tabel 4.69 di bawah ini kepercayaan responden pembiayaan dengan pendidikan lainnya lebih tinggi dari yang berpendidikan diploma, sarjana dan pasca sarjana. Responden non pembiayaan dengan pendidikan

terakhir pasca sarjana mempunyai kepercayaan yang lebih tinggi dari yang berpendidikan diploma, sarjana dan lainnya.

Tabel 4.68 Kepercayaan Berdasar Pendidikan Terakhir Responden Pembiayaan

PENDIDIKAN TERAKHIR		KEPERCAYAAN		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
Diploma	Count	2	4	6
	% within Pendidikan	33.3%	66.7%	100.0%
Sarjana	Count	2	10	12
	% within Pendidikan	16.7%	83.3%	100.0%
Pasca Sarjana	Count	2	9	11
	% within Pendidikan	18.2%	81.8%	100.0%
Lainnya	Count	0	1	1
	% within Pendidikan	0.0%	100.0%	100.0%
Total	Count	6	24	30
	% within Pendidikan	20.0%	80.0%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

Tabel 4.69 Kepercayaan Berdasar Pendidikan Terakhir Responden Non Pembiayaan

PENDIDIKAN TERAKHIR		KEPERCAYAAN			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Diploma	Count	1	2	6	9
	% within Pendidikan	11.1%	22.2%	66.7%	100.0%
Sarjana	Count	0	2	12	14
	% within Pendidikan	.0%	14.3%	85.7%	100.0%
Pasca Sarjana	Count	0	1	12	13
	% within Pendidikan	.0%	7.7%	92.3%	100.0%
Lainnya	Count	0	1	5	6
	% within Pendidikan	.0%	16.7%	83.3%	100.0%
Total	Count	1	6	35	42
	% within Pendidikan	2.4%	14.3%	83.3%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

## e. Berdasar Pekerjaan

Berdasarkan tabel 4.70 dan tabel 4.71 responden pembiayaan dengan pekerjaan PNS kepercayaannya pada bank syariah lebih tinggi dari yang lain. Responden non pembiayaan dengan pekerjaan pedagang kepercayaannya pada bank syariah lebih tinggi dari yang PNS dan Lainnya.

Tabel 4.70 Kepercayaan Berdasar Pekerjaan Responden Pembiayaan

PEKERJAAN		KEPERCAYAAN		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
PNS	Count	2	11	13
	% within Pekerjaan	15.4%	84.6%	100.0%
Lainnya	Count	4	13	17
	% within Pekerjaan	23.5%	76.5%	100.0%
Total	Count	6	24	30
	% within Pekerjaan	20.0%	80.0%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.71 Kepercayaan Berdasar Pekerjaan Responden Non Pembiayaan

PEKERJAAN		KEPERCAYAAN			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
PNS	Count	0	3	10	13
	% within Pekerjaan	.0%	23.1%	76.9%	100.0%
Pedagang	Count	0	0	2	2
	% within Pekerjaan	.0%	.0%	100.0%	100.0%
Lainnya	Count	1	3	23	27
	% within Pekerjaan	3.7%	11.1%	85.2%	100.0%
Total	Count	1	6	35	42
	% within Pekerjaan	2.4%	14.3%	83.3%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

## f. Berdasar Lama Menjadi Nasabah

Berdasar tabel 4.72 dan tabel 4.73 di bawah ini menunjukkan bahwa responden pembiayaan yang lama menjadi

nasabah 5-10 tahun mempunyai kepercayaan tertinggi pada bank syariah dari yang lain. Sedangkan responden non pembiayaan yang telah menjadi nasabah  $\geq 10$  tahun mempunyai kepercayaan tertinggi pada bank syariah dibandingkan dengan yang  $< 10$  tahun.

Tabel 4.72 Kepercayaan Berdasar Lama Menjadi Nasabah Responden Pembiayaan

LAMA MENJADI NASABAH		KEPERCAYAAN		TOTAL
		Sedang	Tinggi	
< 5 Tahun	Count	4	16	20
	% within Lama	20.0%	80.0%	100.0%
5 - 10 Tahun	Count	0	7	7
	% within Lama	.0%	100.0%	100.0%
$\geq 10$ Tahun	Count	2	1	3
	% within Lama	66.7%	33.3%	100.0%
Total	Count	6	24	30
	% within Lama	20.0%	80.0%	100.0%

Sumber: data primer diolah, 2012

Tabel 4.73 Kepercayaan Berdasar Lama Menjadi Nasabah Responden Non Pembiayaan

LAMA MENJADI NASABAH		KEPERCAYAAN			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
$\leq 5$ Tahun	Count	1	5	26	32
	% within Lama	3.1%	15.6%	81.3%	100.0%
5 - 10 Tahun	Count	0	1	7	8
	% within Lama	.0%	12.5%	87.5%	100.0%
$\geq 10$ Tahun	Count	0	0	2	2
	% within Lama	.0%	.0%	100.0%	100.0%
Total	Count	1	6	35	42
	% within Lama	2.4%	14.3%	83.3%	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

**C. Peta Kualitas Pelayanan, *Benefit Lost Cost*, Keunggulan Produk, Keadilan dan Kejujuran Harga, Kepuasan dan Kepercayaan terhadap pembiayaan bank syariah berdasar persepsi responden.**

Berdasarkan tabel 4.2 sampai dengan tabel 4.73 dapat disusun peta Kualitas Pelayanan (KP), *Benefit Lost Cost (BLC)*, Keunggulan Produk (UP), Keadilan dan Kejujuran Harga (AJH) dan Kepercayaan Responden berdasar Jenis kelamin bank syariah dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 4.74 Peta Kualitas Pelayanan (KP), *Benefit Lost Cost (BLC)*, Keunggulan Produk (UP), Keadilan dan Kejujuran Harga (AJH) dan Kepercayaan Responden Pembiayaan (P) dan Responden Non Pembiayaan (NP)**

KP						
P	BSM	L	40-55	Lainnya	Lainnya	< 5
NP	BSM	L	25-40	Lainnya	Lainnya	5-10
<i>BLC</i>						
P	BSM	L	25-40	Lainnya	Lainnya	< 5
NP	BSM	L	25-40	Lainnya	Lainnya	5-10
UP						
P	BMI	P	40-55	Sarjana, Lainnya	Lainnya	≥ 5
NP	BSM	P	25-40	Sarjana	Pedagang	≥ 10
AJH						
P	BMI	P	25-40	Lainnya	Lainnya	< 5
NP	BSM	L	25-40	Lainnya	Pedagang	5-10
KEP						
P	BSM	P	25-40	Sarjana, Lainnya	Lainnya	< 5
NP	BSM	L	25-40	Lainnya	Pedagang	≥ 10
KPCY						
P	BMI	P	25-40	Lainnya	PNS	5-10
NP	BSM	L	25-40	Pasca Sarjana	Pedagang	≥ 10

Sumber: Tabel 4.2 s/d tabel 4.73 yang diolah 2012

#### D. Uji Validitas, Reliabilitas Dan Normalitas Data

Sebelum data diolah lebih lanjut setelah dilakukan entry data ke Program SPSS diperlukan uji kelayakan instrumen penelitian, yaitu daftar pertanyaan diuji kesahihannya dan keandalannya. Data yang sah dan handal yang dapat dianalisis. Uji ini dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas.

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi Pearson dimana nilai setiap indikator dibandingkan dengan nilai variabel latennya atau nilai totalnya. Instrumen penelitian dinyatakan sah apabila nilai probabilitasnya signifikan yaitu  $< 0,05$ . Uji validitas yang dilakukan ini akan dibagi ke dalam enam bagian yaitu uji validitas Kualitas Pelayanan, Benefit Lost Cost, Keunggulan Prooduk, Keadilan dan Kejujuran Harga, Kepuasan serta Kepercayaan.

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat konsistensi responden dalam memberikan jawaban atas semua pertanyaan yang diajukan. Daftar pertanyaan dikatakan handal jika jawaban responden konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan pendekatan one shot, dimana pengukuran hanya sekali kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Daftar pertanyaan dapat dikatakan handal jika nilai *Cronbach Alpha*  $> 0.60$  (Ghozali, 2001)

Hasil dari uji validitas dan reliabilitas untuk kuesioner penelitian dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.75 REKAPITULASI HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

VAR TAHUN KE	RESPONDEN PEMBIAYAAN	RESPONDEN NON PEMBIAYAAN	KETERANGAN			
	VALIDITAS	RELIABILITAS	VALIDITAS	RELIABILITAS	PEMBIAYAAN	NON PEMBIAYAAN
KPA	KP2 & KP3 tdk valid	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel	KP2 dan KP3 dibuang	SEMUA DIPAKAI
KPB	KP2 & KP3 tdk valid	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel	KP2 dan KP3 dibuang	SEMUA DIPAKAI
KPC	KP2 & KP3 tdk valid	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel	KP2 dan KP3 dibuang	SEMUA DIPAKAI
KPD	KP2 & KP3 tdk valid	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel	KP2 dan KP3 dibuang	SEMUA DIPAKAI
KPE	KP22 TIDAK VALID	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel	KP2 2 dibuang	SEMUA DIPAKAI
BICA	Semua valid	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel		SEMUA DIPAKAI
BICB	Semua valid	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel		SEMUA DIPAKAI
BICC	Semua valid	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel		SEMUA DIPAKAI
BICD	Semua valid	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel		SEMUA DIPAKAI
BLCE	Semua valid	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel		SEMUA DIPAKAI
UPA	Semua valid	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel		SEMUA DIPAKAI
UPB	Semua valid	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel		SEMUA DIPAKAI
UPC	Semua valid	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel		SEMUA DIPAKAI
UPD	Semua valid	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel		SEMUA DIPAKAI
UPE	Semua valid	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel		SEMUA DIPAKAI
AJHA	Semua valid	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel		SEMUA DIPAKAI
AJHB	Semua valid	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel		SEMUA DIPAKAI
AJHC	Semua valid	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel		SEMUA DIPAKAI
AJHD	Semua valid	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel		SEMUA DIPAKAI
AJHE	AJH13, AJH14 dan AJH15 TIDAK VALID	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel	AJH 13, AJH14 dan AJH 15 dibuang	SEMUA DIPAKAI
KEPA	Semua valid	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel		SEMUA DIPAKAI
KEPB	Semua valid	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel		SEMUA DIPAKAI
KEPC	Semua valid	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel		SEMUA DIPAKAI
KEPD	Semua valid	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel		SEMUA DIPAKAI
KEPE	Semua valid	Semua reliabel	Semua valid	Semua reliabel		SEMUA DIPAKAI

Dari hasil uji validitas dan reliabilitas untuk nasabah pembiayaan **KP2A, KP3A, KP2B, KP3B, KP2C, KP3C, KP22E, AJHE13, AJHE14 DAN AJHE15** dikeluarkan dan tidak diikut sertakan dalam uji selanjutnya, karena tidak valid. Sedangkan untuk nasabah non pembiayaan semua valid dan reliabel. Langkah berikutnya data yang lolos uji validitas dan reliabilitas dilakukan asesmen normalitas data dengan melihat nilai CR. Data dikatakan normal bila CR nya  $< 2,58$  dan  $p_1, p_2 > 0,000$ . Hasil assessment normalitas data dari keenam variabel laten adalah sebagai berikut:

Tabel 4.76 Rekapitulasi Asesmen Normalitas Data Responden Pembiayaan

Variabel	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
KP	NORMAL	NORMAL	NORMAL	NORMAL	NORMAL
AJH	NORMAL	NORMAL	NORMAL	NORMAL	NORMAL
UP	NORMAL	NORMAL	NORMAL	NORMAL	NORMAL
BLC	NORMAL	NORMAL	NORMAL	NORMAL	NORMAL
KEP	NORMAL	NORMAL	NORMAL	NORMAL	NORMAL
KPCY	NORMAL	NORMAL	NORMAL	NORMAL	NORMAL

Sumber: data primer yang diolah

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai CR untuk skew dan kurtosis untuk variabel pembiayaan  $< 2,58$  yang berarti bahwa data memenuhi kriteria normal dan nilai  $p_1, p_2 > 0,000$

Adapun asesmen untuk data responden non pembiayaan dapat ditunjukkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.77. Rekapitulasi Asesmen Normalitas Data Responden Non Pembiayaan

Variabel	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
KP	NORMAL	NORMAL	NORMAL	NORMAL	NORMAL
AJH	NORMAL	NORMAL	NORMAL	NORMAL	NORMAL
UP	NORMAL	NORMAL	NORMAL	Tidak NORMAL	NORMAL
BLC	NORMAL	NORMAL	NORMAL	NORMAL	NORMAL
KEP	NORMAL	NORMAL	NORMAL	NORMAL	NORMAL
KPCY	NORMAL	NORMAL	Tidak INORMAL	Tidak NORMAL	Tidak NORMAL

Sumber: data primer yang diolah

### E. Pengujian Hipotesis Dan Pembahasan

Pengujian hipotesis dilakukan dengan dasar hasil pengolahan data dalam penelitian ini dengan Uji Regression Weight Pada Model Penuh dengan *Probability level* 0,001 menggunakan alat bantu analisis Amos 16. Secara umum pengujian hipotesis ini dilakukan dengan menganalisis nilai *critical ratio*(CR) dan nilai probabilitas sebagai hasil dari pengolahan data yang dibandingkan dengan batasan statistik yang disyaratkan. Nilai *critical ratio* yang dipersyaratkan adalah di atas 1,96 dan nilai probabilitas yang disyaratkan adalah di bawah 0,05. Jika hasil dari pengolahan data memenuhi persyaratan tersebut maka hipotesis yang diajukan dapat diterima

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dibahas secara terperinci sesuai dengan yang diajukan. Pada bagian akhir akan diajukan kesimpulan umum atas permasalahan dan cakupan penelitian serta signifikansi hipotesis berdasarkan data statistik yang ada. Ada enam hipotesis dalam penelitian ini

dengan pembahasan sebagai berikut:

### 1. Uji Hipotesis Nasabah Pembiayaan

Tabel 4.78 Hasil Uji Regression Weight Pada Model Penuh dengan *Probability level* 0,001 Responden Pembiayaan Tahun 2006

	Estimate	S.E.	C.R.
<i>Benefit Lost Cost</i> ←----- Kualitas Pelayanan	0.358	0.061	5.880
Kepuasan ←---- Kualitas Pelayanan	0.379	0.102	3.698
Kepuasan ←-- <i>Benefit Lost Cost</i>	0.107	0.162	<b>0.656</b>
Kepuasan ←-- Keunggulan Produk	-0.018	0.138	<b>-0.133</b>
Kepuasan ←--- Keadilan & Kejujuran Harga	0.415	0.099	4.189
Kepercayaan ←--- Kepuasan	0.811	0.113	7.190

Sumber: data primer diolah 2012

Tabel 4.79 Hasil Uji Regression Weight Pada Model Penuh dengan *Probability level* 0,001 Responden Pembiayaan Tahun 2007

	Estimate	S.E.	C.R.
<i>Benefit Lost Cost</i> ←----- Kualitas Pelayanan	0.352	0.064	5.485
Kepuasan ←---- Kualitas Pelayanan	0.330	0.092	3.579
Kepuasan ←-- <i>Benefit Lost Cost</i>	0.172	0.142	<b>1.211</b>
Kepuasan ←-- Keunggulan Produk	0.034	0.127	<b>0.266</b>
Kepuasan ←-- Keadilan & Kejujuran Harga	0.408	0.091	4.473
Kepercayaan ←--- Kepuasan	0.829	0.111	7.472

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.80 Hasil Uji Regression Weight Pada Model Penuh dengan *Probability level* 0,006 Responden Pembiayaan Tahun 2008

	Estimate	S.E.	C.R.
<i>Benefit Lost Cost</i> ←----- Kualitas Pelayanan	0.368	0.059	6.237
Kepuasan ←---- Kualitas Pelayanan	0.313	0.133	2,348
Kepuasan ←-- <i>Benefit Lost Cost</i>	0.284	0.196	<b>1.446</b>
Kepuasan ←-- Keunggulan Produk	0.073	0.171	<b>0.427</b>
Kepuasan ←-- Keadilan & Kejujuran Harga	0.36	0.119	3.083
Kepercayaan ←--- Kepuasan	0.789	0.104	7.603

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.81 Hasil Uji Regression Weight Pada Model Penuh dengan *Probability level* 0,000 Responden Pembiayaan Tahun 2009

	Estimate	S.E.	C.R.
<i>Benefit Lost Cost</i> ←----- Kualitas Pelayanan	0.376	0.059	6.405
Kepuasan ←--- Kualitas Pelayanan	0.410	0.170	2.405
Kepuasan ←-- <i>Benefit Lost Cost</i>	0.934	0.249	3.745
Kepuasan ←-- Keunggulan Produk	-0.189	0.222	<b>-0.851</b>
Kepuasan ←-- Keadilan & Kejujuran Harga	<b>0.067</b>	<b>0.151</b>	<b>0.446</b>
Kepercayaan ←--- Kepuasan	0.723	0.112	6.435

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.82 Hasil Uji Regression Weight Pada Model Penuh dengan *Probability level* 0,000 Responden Pembiayaan Tahun 2010

	Estimate	S.E.	C.R.
<i>Benefit Lost Cost</i> ←----- Kualitas Pelayanan	0.390	0.050	7.831
Kepuasan ←--- Kualitas Pelayanan	-0.243	0.156	1.560
Kepuasan ←-- <i>Benefit Lost Cost</i>	0.486	0.226	2.147
Kepuasan ←-- Keunggulan Produk	-0.094	0.208	-0.453
Kepuasan ←-- Keadilan & Kejujuran Harga	0.311	0.159	1.962
Kepercayaan ←--- Kepuasan	0.843	0.120	7.001

Sumber: data primer yang diolah, 2012

a. Uji Hipotesis 1

Hipotesis 1 pada penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan Berpengaruh positif terhadap *Benefit Lost Cos*, sehingga semakin tinggi Kualitas Pelayanan semakin tinggi *Benefit Lost Cost*. Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui nilai *CR* (*Critical Ratio*) untuk variabel Kualitas pelayanan terhadap *Benefit Lost Cost* seperti terlihat pada tabel 4.78 sampai dengan tabel 4.82 selama 5 periode analisis adalah sebesar 5,880; 5,485; 5,485; 6,405 dan 7,831 dengan *P(Probability)* sebesar

0,001 untuk tahun pertama dan kedua, 0,006 untuk tahun ketiga dan 0,000 untuk tahun keempat dan kelima. Nilai ini menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, yaitu di atas 1,96 untuk *CR/Critical Ratio* dan di bawah 0,05 untuk nilai *P/(Probability)*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 pada penelitian ini **dapat diterima**.

Hai ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini memiliki kesamaan dan memperkuat justifikasi penelitian terdahulu seperti penelitian **Meng, Juang dan Elliot, Kevin M. (2009)**. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa hipotesis 1 telah mendapatkan justifikasi dukungan secara empiris, sehingga dapat diaplikasikan

b. Uji Hipotesis 2

Hipotesis 2 pada penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan sehingga semakin tinggi Kualitas Pelayanan semakin tinggi Kepuasan. Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui nilai *CR (Critical Ratio)* untuk variabel Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan seperti terlihat pada tabel 4.78- tabel 4.82 adalah sebesar 3,698; 3,579; 2,348; 2,405 dan 1,560 dengan *P (Probability)* sebesar 0,001. Nilai ini menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, yaitu di atas 1,96 untuk *CR/Critical Ratio* dan di bawah 0,05 untuk nilai *P/(Probability)* untuk tahun pertama sampai dengan keempat dan tidak

memenuhi syarat untuk tahun kelima karena  $1,560 < 1,96$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 pada penelitian ini **dapat diterima** untuk tahun pertama sampai dengan tahun keempat, tetapi hipotesis 2 untuk tahun kelima **ditolak**. Dari keadaan tersebut secara umum dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 **diterima**.

Hal ini menunjukkan penelitian ini memiliki kesamaan dan memperkuat justifikasi penelitian Meng, Juan dan Elliot, Kevin M(2009), **Kim; Zhao; Yang (2008), Transtianingzah (2006)**.

c. Uji Hipotesis 3

Hipotesis 3 pada penelitian ini adalah *Benefit Lost Cost* Berpengaruh positif terhadap Kepuasan sehingga semakin tinggi *Benefit Lost Cost* semakin tinggi Kepuasan. Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui nilai *CR (Critical Ratio)* untuk variabel *Benefit Lost Cost* terhadap Kepuasan seperti terlihat pada tabel 4.78– tabel 4.82 adalah sebesar 0,656; 1,211; 1,446; 3,745; 2,147 dengan *P(Probability)* sebesar 0,001 untuk tahun pertama dan kedua, 0,006 untuk tahun ketiga dan 0,000 untuk tahun keempat dan kelima. Hal ini menunjukkan hasil yang tidak memenuhi syarat untuk tahun pertama sampai dengan ketiga, yaitu di bawah 1,96 untuk *CR/Critical Ratio* dan memenuhi syarat di bawah 0,05 untuk nilai *P(Probability)*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 pada

penelitian ini untuk tahun pertama sampai dengan ketiga **tidak dapat diterima**. Untuk tahun keempat dan kelima hipotesis 3 **dapat diterima**.

Secara umum dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 **ditolak/ tidak diterima**.

Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki kesamaan dan memperkuat justifikasi penelitian Meng, Juan dan Elliot, Kevin M(2009) bahwa untuk responden yang beranggapan positif *BLC* tidak dijadikan sandaran untuk memperoleh kepuasan. Dalam penelitian bagi responden pembiayaan *BLC* tidak dijadikan sandaran untuk memperoleh kepuasan.

d. Uji Hipotesis 4

Hipotesis 4 pada penelitian ini adalah Keunggulan Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan sehingga semakin tinggi Keunggulan Produk semakin tinggi Kepuasan. Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui nilai *CR* ( *Critical Ratio* ) untuk variabel Keunggulan Produk terhadap Kepuasan seperti terlihat pada tabel 4.78- tabel 4.82 adalah sebesar - 0,133; 0,266; 0,427; -0,851; -0,453 dengan *P*(*Probability*) sebesar untuk tahun 2006-2007, 0,006 untuk tahun 2008 dan 0,000 untuk tahun 2009-2010. Hal ini menunjukkan hasil yang tidak memenuhi syarat, yaitu di bawah 1,96 untuk *CR/Critical Ratio* dan memenuhi syarat di bawah 0,05 untuk nilai *P*(*Probability*). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 pada penelitian ini untuk tahun pertama – kelima **tidak dapat diterima**.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini tidak memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu seperti penelitian Kim, Changsu; Zhao, Weihong; Yang, Kyung Hoon (2008). Hal ini menunjukkan bahwa bahwa responden pembiayaan tidak menjadikan keunggulan produk sebagai landasan untuk memperoleh kepuasan. Hal ini sejalan dengan konsep syariah bahwa responden menerima keadaan produk bukan dari *performance* dan lain-lain tapi dari esensinya yaitu ketaqwaan (sesuai dengan syariah Islam bagi responden pembiayaan merupakan keunggulan produk yang tidak dipunyai oleh bank non syariah yaitu responden menggunakan karena taqwa)

e. Uji Hipotesis 5

Hipotesis 5 pada penelitian ini adalah Keadilan dan Kejujuran Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan sehingga semakin tinggi Keadilan dan Kejujuran Harga semakin tinggi Kepuasan. Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui nilai *CR* ( *Critical Ratio* ) untuk variabel Keadilan dan Kejujuran Harga terhadap Kepuasan seperti terlihat pada tabel 4.77 - tabel 4.82 adalah sebesar 4,189; 4,473; 3,083; 0,446 dan 1,962 dengan *P/(Probability)* sebesar 0,001 untuk 2006-2007, 0,006 untuk tahun 2008 dan 0,000 untuk 2009 dan 2010.. Nilai ini menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, yaitu di atas 1,96 untuk *CR/Critical Ratio* dan di bawah 0,05 untuk nilai *P/(Probability)*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa

hipotesis 5 pada penelitian ini untuk 2006, 2007, 2008 dan 2010 **dapat diterima**. Sedangkan untuk tahun 2009 **tidak dapat diterima** karena  $CR < 1,96$ .

Hal ini menunjukkan bahwa secara umum hipotesis lima **dapat diterima**. Meskipun sama-sama berpengaruh dalam penelitian Kim, Changsu; Zhao, Weihong; Yang, Kyung Hoon (2008) Keadilan dan Kejujuran harga berpengaruh lemah terhadap kepuasan sedangkan dalam penelitian ini keadilan dan kejujuran harga berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini dapat disimpulkan penelitian ini memiliki kesamaan dan memperkuat justifikasi bahwa transaksi dalam Islam keadilan dan kejujuran harga merupakan harga mati yang harus dipenuhi dalam transaksi.

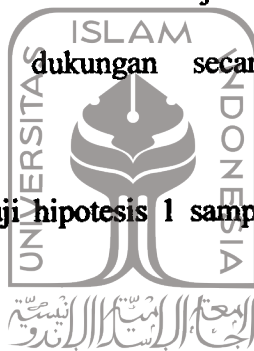
f. Uji Hipotesis 6

H6 pada penelitian ini adalah Kepuasan berpengaruh positif terhadap Kepercayaan sehingga semakin tinggi Kepuasan semakin tinggi Kepercayaan. Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui nilai  $CR$  ( *Critical Ratio* ) untuk variabel Kepuasan terhadap Kepercayaan seperti terlihat pada tabel 4.78- tabel 4.82 adalah sebesar 7,190; 7,472; 7,603; 6,435; 7,061 dengan  $P$ /(*Probability*) sebesar 0,001 untuk tahun 2006 dan 2007, 0,006 untuk tahun 2008 dan 0,000 untuk tahun 2009 dan 2010. Kedua nilai ini menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, yaitu di atas

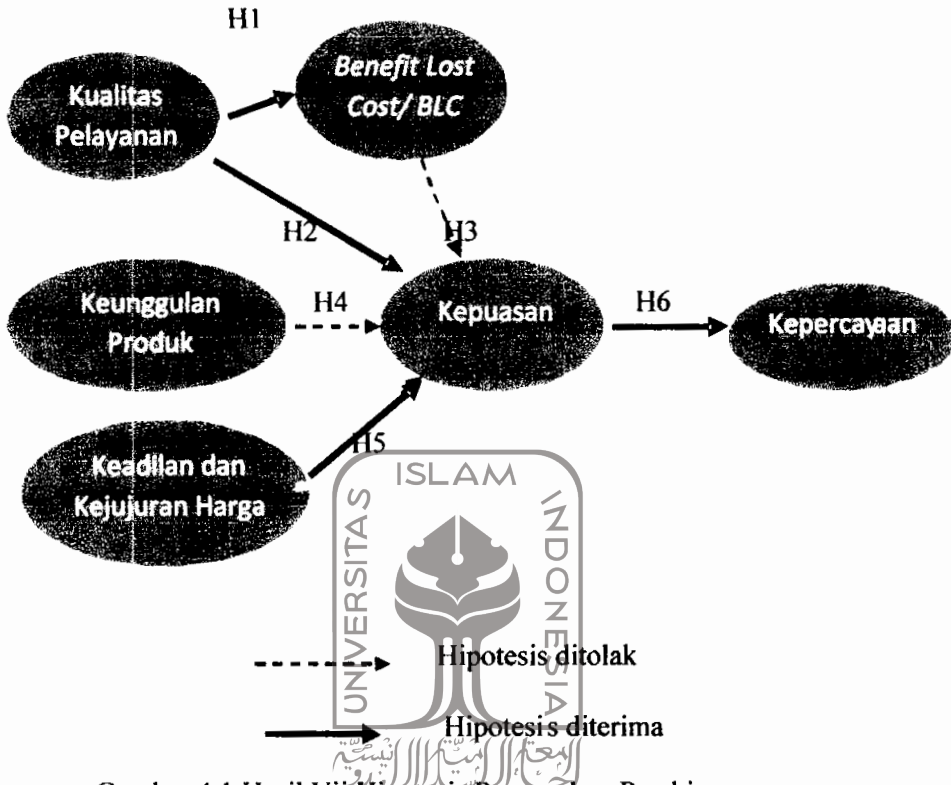
1,96 untuk CR/*Critical Ratio* dan di bawah 0,05 untuk nilai P/*Probability*). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 pada penelitian ini **dapat diterima**.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini memiliki kesamaan dan memperkuat justifikasi penelitian terdahulu seperti penelitian Kim, Changsu; Zhao, Weihong; Yang, Kyung Hoon (2008). Kesimpulan ini menunjukkan bahwa hipotesis 6 telah mendapatkan justifikasi dukungan secara empiris, sehingga dapat diaplikasikan.

Adapun dari hasil uji hipotesis 1 sampai dengan 6 dapat dilihat pada gambar 4.1 di bawah ini:



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA



Gambar 4.1 Hasil Uji Hipotesis Responden Pembiayaan

# UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

## 2. Uji hipotesis Reponden non pembiayaan

Tabel 4.83 Hasil Uji Regression Weight Pada Model Penuh dengan *Probability level* 0,002 Responden Non Pembiayaan Tahun 2006

		Estimate	S.E.	C.R.
<i>Benefit Lost Cost</i>	←----- Kualitas Pelayanan	0.194	0.045	4.319
Kepuasan	←---- Kualitas Pelayanan	0.071	0.085	0.845
Kepuasan	←-- <i>Benefit Lost Cost</i>	0.315	0.213	1.474
Kepuasan	←-- Keunggulan Produk	0.158	0.177	0.897
Kepuasan	←--- Keadilan & Kejujuran Harga	0.577	0.127	4.540
Kepercayaan	←--- Kepuasan	0.618	0.069	8.978

Sumber: data primer diolah 2012

Tabel 4.84 Hasil Uji Regression Weight Pada Model Penuh dengan *Probability level* 0,001 Responden Non Pembiayaan Tahun 2007

	Estimate	S.E.	C.R.
<i>Benefit Lost Cost</i> ←----- Kualitas Pelayanan	0.196	0.045	4.316
Kepuasan ←---- Kualitas Pelayanan	0.121	0.082	1.475
Kepuasan ←-- <i>Benefit Lost Cost</i>	0.387	0.196	1.976
Kepuasan ←-- Keunggulan Produk	0.127	0.155	0.820
Kepuasan ←-- Keadilan & Kejujuran Harga	0.444	0.114	3.891
Kepercayaan ←--- Kepuasan	0.681	0.072	9.444

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.85 Hasil Uji Regression Weight Pada Model Penuh dengan *Probability level* 0,001 Responden Non Pembiayaan Tahun 2008

	Estimate	S.E.	C.R.
<i>Benefit Lost Cost</i> ←----- Kualitas Pelayanan	0.199	0.049	4.050
Kepuasan ←---- Kualitas Pelayanan	0.122	0.074	1.647
Kepuasan ←-- <i>Benefit Lost Cost</i>	0.451	0.168	2.687
Kepuasan ←-- Keunggulan Produk	0.103	0.137	0.753
Kepuasan ←-Keadilan & Kejujuran Harga	0.385	0.098	3.923
Kepercayaan ←--- Kepuasan	0.693	0.077	9.010

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.86 Hasil Uji Regression Weight Pada Model Penuh dengan *Probability level* 0,001 Responden Non Pembiayaan Tahun 2009

	Estimate	S.E.	C.R.
<i>Benefit Lost Cost</i> ←----- Kualitas Pelayanan	0.234	0.044	5.382
Kepuasan ←---- Kualitas Pelayanan	0.097	0.79	1.229
Kepuasan ←-- <i>Benefit Lost Cost</i>	0.517	0.186	2.780
Kepuasan ←-- Keunggulan Produk	0.030	0.135	0.221
Kepuasan ←-- Keadilan & Kejujuran Harga	0.447	0.102	4.392
Kepercayaan ←--- Kepuasan	0.703	0.089	7.881

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.87 Hasil Uji Regression Weight Pada Model Penuh dengan *Probability level* 0,001 Responden Non Pembiayaan Tahun 2010

	Estimate	S.E.	C.R.
<i>Benefit Lost Cost</i> ←----- Kualitas Pelayanan	0.242	0.043	5.589
Kepuasan ←---- Kualitas Pelayanan	0.069	0.086	0.806
Kepuasan ←-- <i>Benefit Lost Cost</i>	0.515	0.198	2.593
Kepuasan ←-- Keunggulan Produk	-0.084	0.143	-0.587
Kepuasan ←--- Keadilan & Kejujuran Harga	0.488	0.104	4.675
Kepercayaan ←--- Kepuasan	0.708	0.099	7.152

Sumber: data primer yang diolah, 2012

a) Uji Hipotesis 1

Hipotesis 1 pada penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan Berpengaruh positif terhadap *Benefit Lost Cos*, sehingga semakin tinggi Kualitas Pelayanan semakin tinggi *Benefit Lost Cost*. Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui nilai *CR* (*Critical Ratio*) untuk variabel Kepuasan terhadap *Benefit Lost Cost* tahun 2006 sampai dengan tahun 2010 seperti terlihat pada tabel 4.83 tabel 4.87 adalah sebesar 4,319; 4,316; 4,050; 5,382 dan 5, 589 dengan *P(Probability)* sebesar 0,002 untuk tahun pertama dan 0,001 untuk tahun ke 2-5. Nilai ini menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, yaitu di atas 1,96 untuk *CR/Critical Ratio* dan di bawah 0,05 untuk nilai *P(Probability)*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 pada penelitian ini dari tahun 2006 sampai dengan 2010 dapat diterima.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini memiliki kesamaan dan memperkuat justifikasi penelitian terdahulu seperti penelitian Meng, Juang dan Elliot, Kevin M. (2009). Kesimpulan ini menunjukkan bahwa hipotesis 1 telah mendapatkan justifikasi dukungan secara empiris, sehingga dapat diaplikasikan.

b) Uji Hipotesis 2

Hipotesis 2 pada penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan sehingga semakin tinggi Kualitas Pelayanan semakin tinggi Kepuasan. Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui nilai *CR* (*Critical Ratio*) untuk variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dari tahun 2006-2010 seperti terlihat pada tabel 4.83 - tabel 4.87 adalah sebesar 0,845; 1,475; 1,647; 1,229 dan 0,806 dengan *P(Probability)* sebesar 0,001. Nilai ini menunjukkan hasil yang tidak memenuhi syarat, yaitu di atas 1,96 untuk *CR/Critical Ratio* dan memenuhi syarat di bawah 0,05 untuk nilai *P(Probability)*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 pada penelitian ini dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2010 **tidak dapat diterima**.

Hal ini dapat disimpulkan penelitian ini tidak memiliki kesamaan dengan penelitian Meng, Juan dan Elliot, Kevin M(2009), **Kim; Zhao; Yang (2008), Transtianingzah(2006)** yang hasilnya menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan. Dalam

penelitian ini bagi responden non pembiayaan kualitas pelayanan tidak dijadikan landasan untuk memperoleh kepuasan.

c) Uji Hipotesis 3

Hipotesis 3 pada penelitian ini adalah *Benefit Lost Cost* berpengaruh positif terhadap Kepuasan sehingga semakin tinggi *Benefit Lost Cost* semakin tinggi Kepuasan. Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui nilai *CR* (*Critical Ratio*) untuk variabel *Benefit Lost Cost* terhadap Kepuasan dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2010 seperti terlihat pada tabel 4.83 - tabel 4.87 adalah sebesar 1,474; 1,976; 2,687; 2,760; 2,593 dengan *P*(*Probability*) sebesar 0,002 untuk tahun 2006 dan 0,001 untuk tahun 2007-2010. Nilai ini menunjukkan hasil yang tidak memenuhi syarat untuk tahun 2006 dan memenuhi syarat untuk tahun 2007-2010 di atas 1,96 *CR/Critical Ratio* dan di bawah 0,05 untuk nilai *P*(*Probability*). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 pada penelitian ini untuk tahun 2006 **tidak dapat diterima**. Sedangkan untuk tahun 2007, 2008, 2009 dan 2010 **dapat diterima**.

Hal ini dapat disimpulkan penelitian ini memiliki kesamaan dan memperkuat justifikasi penelitian Meng, Juan dan Elliot, Kevin M(2009) bahwa untuk responden yang beranggapan negatif *BLC* dijadikan sandaran untuk memperoleh kepuasan. Dalam penelitian bagi responden non pembiayaan *BLC* dijadikan sandaran untuk memperoleh kepuasan.

d) Uji Hipotesis 4

Hipotesis 4 pada penelitian ini adalah Keunggulan Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan sehingga semakin tinggi Keunggulan Produk semakin tinggi Kepuasan. Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui nilai *CR* (*Critical Ratio*) untuk variabel Keunggulan Produk terhadap Kepuasan seperti terlihat pada tabel 4.83 - tabel 4.87 adalah sebesar 0,897; 0,820; 0,753; 0,221; -0,587 dengan *P* (*Probability*) sebesar 0,002 untuk tahun 2006 dan 0,001 untuk tahun 2007-2010. Hal ini menunjukkan hasil yang tidak memenuhi syarat, yaitu di atas 1,96 untuk *CR/Critical Ratio* dan memenuhi syarat di bawah 0,05 untuk nilai *P*(*Probability*). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 pada penelitian ini tidak dapat diterima.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini tidak memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu seperti penelitian Kim, Changsu; Zhao, Weihong; Yang, Kyung Hoon (2008). Hal ini menunjukkan bahwa bahwa responden non pembiayaan tidak menjadikan keunggulan produk sebagai landasan untuk memperoleh kepuasan.

e) Uji Hipotesis 5

Hipotesis 5 pada penelitian ini adalah Keadilan dan Kejujuran Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan sehingga semakin tinggi Keadilan

dan Kejujuran Harga semakin tinggi Kepuasan. Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui nilai *CR* ( *Critical Ratio* ) untuk variabel Keadilan dan Kejujuran Harga terhadap Kepuasan seperti terlihat pada tabel 4.83 - tabel 4.87 adalah sebesar 4,450; 3,891; 3,923; 4,392; 4,675 dengan *P*/(*Probability*) sebesar 0,002 tahun 2006, 0,001 tahun ke 2007-2010. Nilai ini menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, yaitu di atas 1,96 untuk *CR/Critical Ratio* dan di bawah 0,05 untuk nilai *P* (*Probability*). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 pada penelitian ini **dapat diterima**

Meskipun sama-sama berpengaruh dalam penelitian Kim, Changsu; Zhao, Weihong; Yang, Kyung Hoon (2008) Keadilan dan Kejujuran harga berpengaruh lemah terhadap kepuasan sedangkan dalam penelitian ini keadilan dan kejujuran harga berpengaruh positif dan signifikan

Hal ini dapat disimpulkan penelitian ini memiliki kesamaan dan memperkuat justifikasi bahwa dalam Islam keadilan dan kejujuran harga merupakan harga mati yang harus dipenuhi dalam bertransaksi .

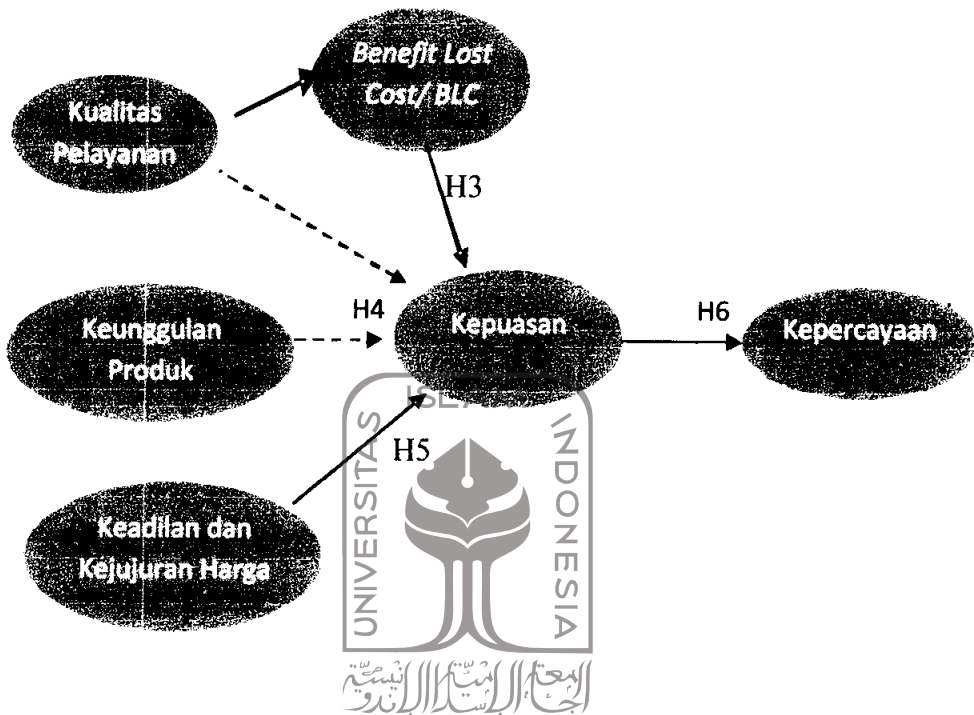
f) Uji Hipotesis 6

$H_6$  pada penelitian ini adalah Kepuasan berpengaruh positif terhadap Kepercayaan sehingga semakin tinggi Kepuasan semakin tinggi Kepercayaan. Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui nilai *CR* (

*Critical Ratio* ) untuk variabel Kepuasan terhadap Kepercayaan seperti terlihat pada tabel ..tabel. adalah sebesar 8,978; 9,444; 9,010; 7;881; 7,152 dengan P (*Probability*) sebesar 0,002 tahun 2006 dan 0,001 tahun ke 2007-2010.. Nilai ini menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, yaitu di atas 1,96 untuk *CR/Critical Ratio* dan di bawah 0,05 untuk nilai P/(*Probability*). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 pada penelitian ini **dapat diterima**.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini memiliki kesamaan dan memperkuat justifikasi penelitian terdahulu seperti penelitian Kim, Changsu; Zhao, Weihong; Yang, Kyung Hoon (2008). Kesimpulan ini menunjukkan bahwa hipotesis 6 telah mendapatkan justifikasi dukungan secara empiris, sehingga dapat diaplikasikan.

Kesimpulan hasil uji Hipotesis untuk responden non pembiayaan dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 4.2 Hasil Uji Hipotesis Responden Non Pembiayaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis untuk nasabah pembiayaan dan non pembiayaan di atas hasilnya dapat dirangkum dalam tabel rangkuman hasil uji hipotesis untuk responden pembiayaan dan responden non pembiayaan dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2010 di bawah ini:



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

Tabel 4.88 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis

HIPOTESIS		Nilai Critical Ratio dan Probability		HASIL		
		Nasabah Pembiayaan	Nasabah non Pembiayaan	Nasabah Pembiayaan	Nasabah non Pembiayaan	
H1	Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap <i>Benefit Lost Cost</i>	T1	CR 5,880 P 0,001	CR 4,319 P 0,002	Diterima	Diterima
T2		CR 5,485 P 0,001	CR 4,316 P 0,001	Diterima	Diterima	
T3		CR 5,485 P 0,006	CR 4,050 P 0,001	Diterima	Diterima	
T4		CR 6,405 P 0,000	CR 5,382 P 0,001	Diterima	Diterima	
T5		CR 7,831 P 0,000	5,589 P 0,001	Diterima	Diterima	
H2	Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan	T1	CR 3,698 P 0,001	CR 0,843 P 0,002	Diterima	Ditolak
T2		CR 3,579 P 0,001	CR 1,475 P 0,001	Diterima	Ditolak	
T3		CR 2,348 P 0,006	CR 1,647 P 0,001	Diterima	Ditolak	
T4		CR 2,405 P 0,000	CR 1,229 P 0,001	Diterima	Ditolak	
T5		CR 1,560 P 0,000	CR 0,806 P 0,001	Ditolak	Ditolak	

Lanjutan							
H 3	T1	Benefit Lost Cost berpengaruh positif terhadap Kepuasan	CR 0,116	CR 1,474	Ditolak	Ditolak	Ditolak
	T2		P 0,001	P 0,002	Ditolak	Ditolak	Diterima
	T3		CR 1,211	CR 1,976	Ditolak	Ditolak	Diterima
	T4		P 0,001	P 0,001	Ditolak	Ditolak	Diterima
	T5		CR 1,446	CR 2,687	Ditolak	Ditolak	Diterima
			P 0,006	P 0,001	Diterima	Diterima	Diterima
			CR 3,745	CR 2,760	Diterima	Diterima	Diterima
			P 0,000	P 2,593	Diterima	Diterima	Diterima
			CR 2,147	CR 2,593	Diterima	Diterima	Diterima
			P 0,000	P 0,001	Diterima	Diterima	Diterima
H 4	T1	Keunggulan Produk berpengaruh positif terhadap kepuasan	CR -0,133	CR 0,897	Ditolak	Ditolak	Ditolak
	T2		P 0,001	P 0,002	Ditolak	Ditolak	Ditolak
	T3		CR 0,226	CR 0,820	Ditolak	Ditolak	Ditolak
	T4		P 0,001	P 0,001	Ditolak	Ditolak	Ditolak
	T5		CR 0,427	CR 0,753	Ditolak	Ditolak	Ditolak
			P 0,006	P 0,001	Ditolak	Ditolak	Ditolak
			CR 0,851	CR 0,221	Ditolak	Ditolak	Ditolak
			P 0,000	P 0,001	Ditolak	Ditolak	Ditolak
			CR -0,453	CR -0,587	Ditolak	Ditolak	Ditolak
			P 0,006	P 0,001	Ditolak	Ditolak	Ditolak
H 5	T1	Keadilan dan Kejujuran Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan	CR 4,189	CR 4,540	Diterima	Diterima	Diterima
	T2		P 0,001	P 0,002	Diterima	Diterima	Diterima
	T3		CR 4,473	CR 3,891	Diterima	Diterima	Diterima
	T4		P 0,001	P 0,001	Diterima	Diterima	Diterima
	T5		CR 3,083	CR 3,923	Diterima	Diterima	Diterima
			P 0,006	P 0,001	Ditolak	Diterima	Diterima
			CR 0,446	CR 4,392	Ditolak	Diterima	Diterima
			P 0,000	P 0,001	Diterima	Diterima	Diterima
			CR 1,962	CR 4,675	Diterima	Diterima	Diterima
			P 0,000	P 0,001	Diterima	Diterima	Diterima

Lanjutan	Kepuasan berpengaruh positif terhadap Kepercayaan	CR 7,190	CR8,978	Diterima	Diterima
H 6 T1	P 0,001	P 0,001	P 0,002	Diterima	Diterima
T2	CR 7,472	P 0,001	CR 9,444	Diterima	Diterima
T3	P 0,001	CR 7,603	P 0,001	Diterima	Diterima
T4	P 0,006	CR 6,435	CR 7,881	Diterima	Diterima
T5	P 0,000	CR 7,001	P 0,001	Diterima	Diterima
	P 0,000	P 0,000	CR 7,152	Diterima	Diterima

Sumber: data primer yang diolah, 2011



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## F. *Path Analysis* (Analisis Jalur)

Analisis ini digunakan untuk mengukur hubungan langsung antar variabel dalam model maupun hubungan tidak langsung antar variabel dalam model <sup>1</sup>

Dalam penelitian ini diuji model dimana:

1. Variabel *Benefit Lost Cost* dipengaruhi langsung oleh Kualitas Pelayanan dapat dirumuskan . Persamaan1:

$$BLC = a1 + b1 KP$$

2. Variabel Kepuasan dapat langsung dipengaruhi(*direct*) oleh variabel Kualitas Pelayanan, Keunggulan Produk, Keadilan dan kejujuran Harga serta benefit */(indirect)* oleh Kualitas Pelayanan dapat dirumuskan.

Persamaan 2

$$Kep = a2 + b2 BLC + b3 KP + b4 UP + b5 AJ$$

3. Variabel kepercayaan dapat langsung dipengaruhi (*direct*) oleh variabel kepuasan. Tapi Kepercayaan nasabah juga dipengaruhi secara tidak langsung */(indirect)* oleh Kualitas Pelayanan, Keadilan dan Kejujuran Harga, Keunggulan Produk, *Benefit Lost Cost*, dapat dirumuskan sebagai berikut. Persamaan 3

$$\text{Kepercayaan} = a3 + b6 \text{Kepuasan}$$

---

<sup>1</sup> Ghozali, Imam, 2008, *Model Persamaan Struktural Konsep & Aplikasi Dengan Program AMOS 16,0*, edisi II, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, hlm. 93

Dalam analisis ini variabel *Benefit Lost Cost* berfungsi sebagai variabel antara atau intervening bagi kepuasan dan kepuasan sebagai variabel intervening bagi kepercayaan.

Hasil pengolahan data berdasarkan model penuh dengan analisis jalur/*path analysis* untuk mengukur hubungan langsung antar variabel dalam model (*direct*), hubungan tidak langsung antar variabel dalam model (*indirect*) serta untuk mengukur pengaruh langsung dan tidak langsung (*total effect*). Dalam penelitian ini diuji model dimana Variabel Kepercayaan dapat dipengaruhi secara langsung (*direct*) oleh variabel Kepuasan. Tetapi Kepercayaan juga dipengaruhi secara tidak langsung (*indirect*) Kualitas Pelayanan ke *Benefit Lost Cost* ke Kepuasan baru ke Kepercayaan. Keunggulan Produk ke Kepuasan baru ke Kepercayaan. Keadilan dan Kejujuran Harga ke Kepuasan baru ke Kepercayaan. Di sini Variabel *Benefit Lost Cost* dan Kepuasan berfungsi sebagai variabel antara atau intervening.

#### 1. Untuk Responden pembiayaan hasilnya sebagai berikut:

Hasil output AMOS memberikan nilai *intercept* pada persamaan 1, 2 dan 3 sebagai berikut:

Tabel 4.89 *Intercept* Variabel Endogen: *Benefit Lost Cost*,  
Kepuasan dan Kepercayaan Responden Pembiayaan Tahun 2006-2010

Variabel endogen	<i>Intercept</i> ( a1, a2, a3) Tahun				
	2006	2007	2008	2009	2010
<i>Benefit Lost Cost/ BLC</i>	-1,095	-0,571	-2,155	-2,864	-6,897
Kepuasan / Kep	16,660	16,312	14,802	28,476	32,649
Kepercayaan / Kpcy	0,493	-1,157	2,423	7,289	-1,591

Sumber: data primer yang diolah 2012

Tabel 4.90 *Standardized Regression Weight* Responden Pembiayaan

	Estimasi tahun 2006-2010				
	2006	2007	2008	2009	2010
<i>Benefit Lost Cost</i> ←-----	0,737	0,714	0,757	0,765	0,824
Kualitas Pelayanan Kepuasan ←-----	0,454	0,399	0,360	0,464	0,349
Kualitas Pelayanan Kepuasan ←-----	0,062	0,103	0,159	0,519	0,330
<i>Benefit Lost Cost</i> Kepuasan ←-----	-0,015	0,028	0,058	-0,146	-0,086
keUnggulan Produk Kepuasan ←-----	0,515	0,511	0,433	0,077	0,355
keAdilan keJujuran Harga Kepercayaan ←-----	0,800	0,811	0,816	0,767	0,793
Kepuasan					

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Dari tabel 4.89 dan tabel 4.90 di atas dan nilai dihasilkan persamaan sebagai berikut:

Tabel 4.91 Persamaan Regresi  
Responden Pembiayaan Hasil Path Analysis

Variabel endogen	Persamaan yang dihasilkan
BLC T1	-1,095 + 0,737 KP
BLC T2	-0,571 + 0,714 K P
BLC T3	-2,135 + 0,757 K P
BLC T4	-2,864 + 0,765 K P
BLC T5	-6,897 + 0,679 KP
KEPUASAN T1	16,660 + 0,454KP + 0,062BLC + -0,015 UP + 0,515AJH
KEPUASAN T2	16,312 + 0,399KP + 0,103BLC + 0,028 UP + 0,511AJH
KEPUASAN T3	14,802 + 0,360KP + 0,159 BLC + 0,058 UP + 0,433 AJH
KEPUASAN T4	28,476 + 0,464 KP + 0,519 BLC - 0,146 UP + 0,077 AJH
KEPUASAN T5	32,649 + 0,349 KP + 0,330 BLC - 0,086 UP + 0,793 AJH
KEPERCAYAAN T1	0,493 + 0,800 KEP
KEPERCAYAAN/T2	-1,157 + 0,811 KEP
KEPERCAYAAN T3	2,423 + 0,816 KEP
KEPERCAYAAN T4	7,289 + 0,767 KEP
KEPERCAYAAN T5	-1,591 + 0,793 KEP

Sumber: data primer yang diolah 2012

Berdasarkan tabel 4.91 di atas persamaan dapat dijabarkan sebagai berikut:

$$1) \textit{Benefit Lost Cost} = - 1,095 + 0,737 \textit{Kualitas Pelayanan}$$

$$\textit{Benefit Lost Cost} = - 0,571 + 0,714 \textit{Kualitas Pelayanan}$$

$$\textit{Benefit Lost Cost} = - 2,135 + 0,757 \textit{Kualitas Pelayanan}$$

$$\textit{Benefit Lost Cost} = - 2,864 + 0,765 \textit{Kualitas Pelayanan}$$

$$\textit{Benefit Lost Cost} = - 6,897 + 0,679 \textit{Kualitas Pelayanan}$$

$$2) \text{Kepuasan} = 16,660 + 0,454 \text{ Kualitas Pelayanan} + 0,062 \text{ Benefit}$$

$$\text{Lost Cost} + -0,015 \text{ keUnggulan Produk} + 0,515$$

$$\text{keAdilan dan keJujuran Harga}$$

$$\text{Kepuasan} = 16,312 + 0,399 \text{ Kualitas Pelayanan} + 0,103 \text{ Benefit Lost}$$

$$\text{Cost} + 0,028 \text{ keUnggulan Produk} + 0,511 \text{ keAdilan \&}$$

$$\text{keJujuran Harga}$$

$$\text{Kepuasan} = 14,802 + 0,360 \text{ Kualitas Pelayanan} + 0,159 \text{ Benefit Lost}$$

$$\text{Cost} + 0,058 \text{ keUnggulan Produk} + 0,433 \text{ keAdilan \&}$$

$$\text{keJujuran Harga}$$

$$\text{Kepuasan} = 28,476 + 0,464 \text{ Kualitas Pelayanan} + 0,519 \text{ Benefit Lost}$$

$$\text{Cost} - 0,146 \text{ keUnggulan Produk} + 0,077 \text{ keAdilan \&}$$

$$\text{keJujuran Harga}$$

$$\text{Kepuasan} = 32,649 + 0,349 \text{ Kualitas Pelayanan} + 0,330 \text{ Benefit Lost}$$

$$\text{Cost} - 0,086 \text{ keUnggulan Produk} + 0,793 \text{ keAdilan \&}$$

$$\text{keJujuran Harga}$$

$$3) \text{Kepercayaan} = 0,493 + 0,800 \text{ Kepuasan}$$

$$\text{Kepercayaan} = -1,157 + 0,811 \text{ Kepuasan}$$

$$\text{Kepercayaan} = 2,423 + 0,816 \text{ Kepuasan}$$

$$\text{Kepercayaan} = 7,289 + 0,767 \text{ Kepercayaan}$$

$$\text{Kepercayaan} = -1,591 + 0,793 \text{ Kepercayaan}$$

Hasil pengolahan data dengan model penuh dengan alat analisis jalur (path analysis) untuk uji *direct*, *indirect* dan *total effect*, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.92 *Standardized Total Effects* Responden Pembiayaan

	Kualitas Pelayanan	KeAdilan & Kejujuran Harga	Keunggulan Produk	Benefit Lost Cost	Kepuasan
<i>BLC</i>	0.737	0.000	0.000	0.000	0.000
	0.714	0.000	0.000	0.000	0.000
	0,757	0.000	0.000	0.000	0.000
	0,765	0.000	0.000	0.000	0.000
	0,824	0.000	0.000	0.000	0.000
Kepuasan	0.500	0.515	-0.015	0.062	0.000
	0.472	0.511	0.028	0.103	0.000
	0.481	0.433	0.058	0,159	0.000
	0,861	0,077	-0,146	0,519	0,000
	0,621	0,355	-0,086	0,330	0,000
Kepercayaan	0.400	0.412	-0.012	0.049	0.800
	0.383	0.414	0.023	0.083	0.811
	0,392	0,353	0,047	0,130	0,816
	0,661	0,059	-0,112	0,398	0,767
	0,492	0,281	-0,068	0,262	0,793

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.93 *Standardized Direct Effects* Rersponden Pembiayaan

	Kualitas Pelayanan	KeAdilan & Kejujuran Harga	Keunggulan Produk	Benefit Lost Cost	Kepuasan
<i>B L C</i>	0.737	0.000	0.000	0.000	0.000
	0.714	0.000	0.000	0.000	0.000
	0,757	0.000	0.000	0.000	0.000
	0,765	0.000	0.000	0.000	0.000
	0,824	0.000	0.000	0.000	0.000
Kepuasan	0.454	0.515	-0.015	0.062	0.000
	0.399	0.511	0.028	0.103	0.000
	0.360	0.433	0.058	0,159	0.000
	0,464	0.077	- 0.146	0.519	0.000
	0,349	0.355	- 0.087	0.330	0.000
Kepercayaan	0.000	0.000	0.000	0.000	0.800
	0.000	0.000	0.000	0.000	0.811
	0.000	0.000	0.000	0.000	0,816
	0.000	0.000	0.000	0.000	0,767
	0.000	0.000	0.000	0.000	0,793

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.94 *Standardized Indirect Effects* Responden Pembiayaan

	Kualitas Pelayanan	KeAdilan & Kejujuran Harga	Keunggulan Produk	Benefit Lost Cost	Kepuasan
<i>B L C</i>	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Kepuasan	0.046	0.000	0.000	0.000	0.000
	0,073	0.000	0.000	0.000	0.000
	0,120	0.000	0.000	0.000	0.000
	0,397	0.000	0.000	0.000	0.000
	0.272	0.000	0.000	0.000	0.000
Kepercayaan	0.400	0.412	-0.012	0.049	0.000
	0.383	0.414	0.023	0.083	0.000
	0,392	0,353	0,047	0,130	0,000
	0,661	0,059	-0,112	0,398	0,000
	0,492	0,281	-0,068	0,262	0,000

Sumber: data primer yang diolah, 2011

Pada tabel *standardized direct effects* pengaruh langsung dari Kualitas Pelayanan ke *Benefit Lost Cost* dari tahun 2006 – tahun 2010 masing – masing sebesar 0,737; 0,714; 0,757; 0,765; 0,824. Pengaruh langsung Kualitas Pelayanan, Keadilan dan Kejujuran Harga, Keunggulan Produk dan *Benefit Lost Cost* terhadap Kepuasan untuk tahun 2006 sebesar 0,499; 0,515; -0,015 dan 0,062. Tahun 2007 sebesar 0,472; 0,511; 0,028 dan 0,103. Tahun 2008 sebesar 0,481; 0,433; 0,058 dan 0,159. Tahun 2009 sebesar 0,861; 0,077; -0,146 dan 0,519. Tahun 2010 sebesar 0,621; 0,355; -0,086 dan 0,330 .

Pengaruh langsung Kepuasan terhadap Kepercayaan dari tahun 2006 -2010 adalah 0,800; 0,811; 0,816; 0,767 dan 0,793.

Pengaruh langsung Kualitas Pelayanan ke Kepuasan dari tahun 2006 – tahun 2010 adalah 0,454; 0,399; 0,360; 0,464 dan 0,349. Pengaruh tidak langsung

Kualitas Pelayanan ke *Benefit Lost Cost* baru ke Kepuasan untuk tahun pertama =  $(0,737) (0,062) = 0,046$ . Tahun 2007 =  $(0,714) (0,103) = 0,073$ . Tahun 2008 =  $(0,757) (0,159) = 0,120$ . Tahun 2009 =  $(0,765) (0,519) = 0,397$ . Tahun 2010 =  $(0,824) (0,330) = 0,272$ . Bila dibandingkan dengan output tabel *Standardized indirect effects* dari kolom Kualitas Pelayanan ke kepuasan hasilnya sama sebesar 0,046; 0,735; 0,120; 0,397 dan 0, 272..

Jadi total effect = Langsung + Tidak Langsung Kualitas Pelayanan ke Kepuasan ditunjukkan dalam tabel 4.95

Tabel 4.95 Bukti Efek Langsung + Efek tidak Langsung = Total Efek Kualitas Pelayanan ke Kepuasan Responden Pembiayaan Tahun 2006-2010

Tahun ke	Efek Langsung	Efek Tidak Langsung	Total Efek
1	0,454	0,046	0,500
2	0,399	0,073	0,472
3	0,360	0,120	0,480
4	0,464	0,397	0,861
5	0,349	0,272	0,621

Sumber: data primer yang diolah 2012

Dibandingkan dengan output *Standardized total effects* dari kolom Kualitas Pelayanan (KP) ke Kepuasan (Kep) sama sebesar 0,500; 0,472; 0,480; 0,861; 0,621. **Dapat disimpulkan bahwa pengaruh langsung Kualitas Pelayanan ke Kepuasan dari tahun 2006-2010 untuk responden pembiayaan lebih besar dari pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan ke Kepuasan ( sebagaimana dilihat dalam tabel 4.95 ).** Hal ini menunjukkan bahwa untuk dapat memuaskan nasabah diperlukan Kualitas Pelayanan yang dapat memberikan Kepuasan kepada nasabah.

Pengaruh tidak langsung Keunggulan Produk ke Kepuasan kemudian ke Kepercayaan nasabah untuk 2006 =  $(-0,015) (0,800) = -0,012$ . Tahun 2007 =

$(0,028) (0,811) = 0,023$ ,. Tahun 2008 =  $(0,058) (0,816) = 0,047$ . Tahun 2009 =  $(-0,146) (0,767) = -0,112$  Tahun 2010 =  $(-0,087) (0,793) = -0,068$ . Bila dibandingkan dengan output tabel *Standardized Indirect Effets* dari kolom Keunggulan Produk Ke Kepercayaan hasilnya sama sebesar  $-0,012; 0,023; 0,047; -0,112$  dan  $-0,068$ . **Dapat disimpulkan bahwa pengaruh tidak langsung Keunggulan Produk ke Kepuasan lalu ke Kepercayaan dari tahun 2006-2010 sebesar  $-0,012; 0,023; 0,047; -0,112$  dan  $-0,068$**

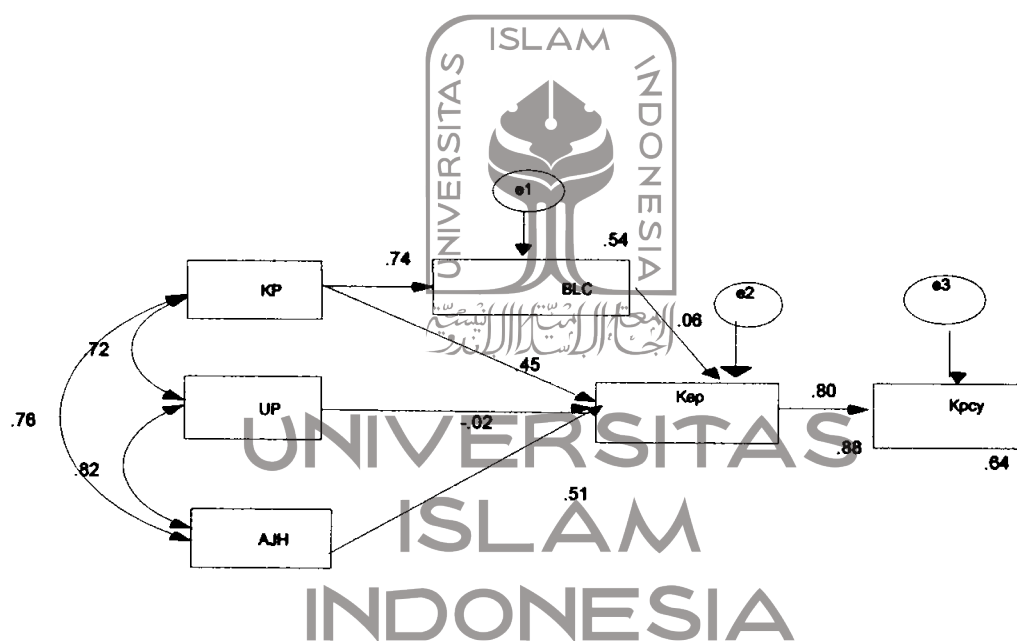
Pengaruh tidak langsung Keadilan dan Kejujuran Harga ke Kepuasan kemudian ke Kepercayaan nasabah untuk tahun 2006 =  $(0,515) (0,800) = 0,412$ . Tahun 2007 =  $(0,511) (0,811) = 0,414$ . Tahun 2008 =  $(0,433) (0,816) = 0,353$ . Tahun 2009 =  $(0,077) (0,767) = 0,059$ . Tahun 2010 =  $(0,355) (0,793) = 0,281$ . Bila dibandingkan dengan output tabel *Standardized Indirect Effets* dari kolom Keadilan & Kejujuran Harga ke Kepercayaan hasilnya dari tahun 2006- 2010 sama sebesar  $0,412; 0,414; 0,353; 0,059$  dan  $0,281$ .

**Dapat disimpulkan bahwa pengaruh tidak langsung Keadilan dan Kejujuran Harga ke Kepuasan lalu ke Kepercayaan dari tahun 2006 - 2010 adalah  $0,412; 0,414; 0,353; 0,059$  dan  $0,281$**

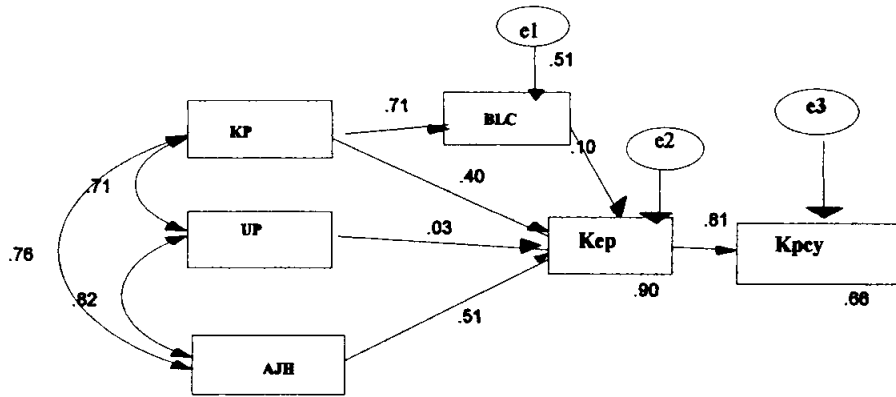
Pengaruh tidak langsung *Benefit Lost Cost* ke Kepuasan kemudian ke Kepercayaan nasabah untuk tahun pertama  $(0,062) (0,800) = 0,049$ . Tahun kedua  $(0,103) (0,811) = 0,083$ . Tahun ketiga  $(0,159) (0,816) = 0,130$ . Tahun keempat  $(0,519) (0,767) = 0,398$ . Tahun kelima  $(0,333) (0,793) = 0,262$ . Bila dibandingkan dengan output tabel *Standardized Indirect Effets* dari kolom *Benefit Lost Cost* ke Kepuasan Baru ke Kepercayaan hasilnya sama sebesar  $0,049; 0,083;$

0,130; 0,398 dan 0,262. Dapat disimpulkan bahwa pengaruh tidak langsung *Benefit Lost Cost* ke Kepuasan lalu ke Kepercayaan sebesar 0,049; 0,083; 0,130; 0,398 dan 0,262.

Hasil analisis jalur untuk nasabah pembiayaan dari tahun 2006-2010 dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

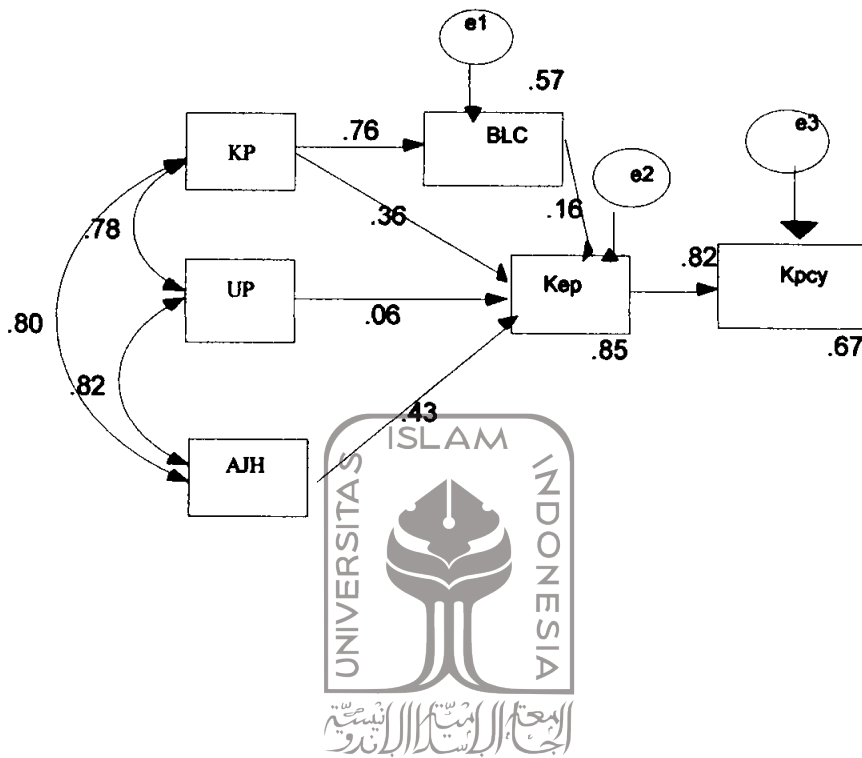


**Gambar 4.3 Analisis Jalur Nasabah Pembiayaan Tahun 2006**



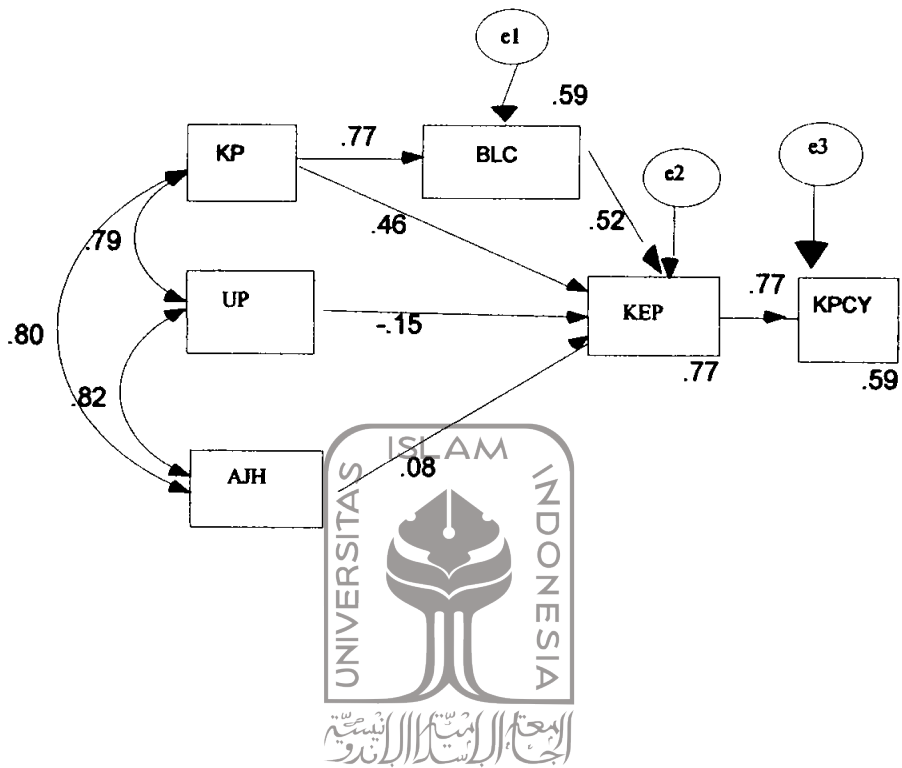
**Gambar 4.4 Analisis Jalur Nasabah Pembiayaan Tahun 2007**

UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA



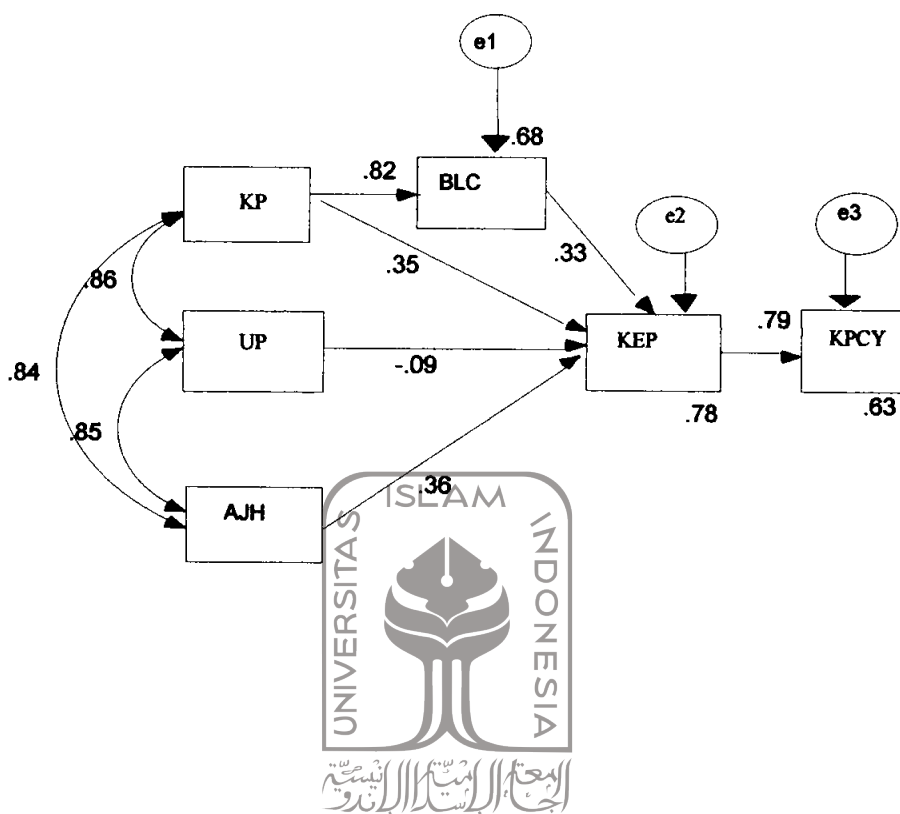
UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

Gambar 4.5 Analisis Jalur Nasabah Pembiayaan Tahun 2008



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

**Gambar 4.6 Analisis Jalur Nasabah Pembiayaan Tahun 2009**



**Gambar 4.7 Analisis Jalur Nasabah Pembiayaan Tahun 2010**

UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## 2. Responden Non Pembiayaan

Hasil output AMOS 16 memberikan nilai *intercept* pada persamaan

1, 2 dan 3 sebagai berikut:

Tabel 4.96 *Intercept* Variabel Endogen: *Benefit Lost Cost*,  
Kepuasan dan Kepercayaan Responden Non Pembiayaan

Variabel endogen	<i>Intercept</i> ( a1, a2, a3) tahun				
	2006	2007	2008	2009	2010
<i>Benefit Lost Cost</i> / <i>BLC</i>	11,061	10,688	10,465	6,685	6,158
Kepuasan / Kep	80,762	16,709	21,407	21,986	28,737
Kepercayaan / Kpcy	13,463	13,582	12,611	11,961	12,589

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.97 *Standardized Regression Weight* Responden Non Pembiayaan

	Estimasi tahun				
	2006	2007	2008	2009	2010
<i>Benefit Lost Cost</i> ←-----	0,559	0,559	0,535	0,643	0,658
Kualitas Pelayanan					
Kepuasan ←-----	0,104	0,186	0,196	0,157	0,115
Kualitas Pelayanan					
Kepuasan ←-----	0,160	0,209	0,270	0,305	0,317
<i>Benefit Lost Cost</i>					
Kepuasan ←-----	-0,111	0,101	0,092	0,027	-0,078
keUnggulan Produk					
Kepuasan ←-----	0,603	0,512	0,491	0,534	-0,600
keAdilan keJujuran Harga					
Kepercayaan ←-----	0,814	0,828	0,815	0,776	0,745
Kepuasan					

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Dari tabel 4.96 dan tabel 4.97 di atas maka dihasilkan persamaan sebagai berikut:

- 1) *Benefit Lost Cost* = 11,061 + 0,559 Kualitas Pelayanan  
*Benefit Lost Cost* = 10,688 + 0,559 Kualitas Pelayanan  
*Benefit Lost Cost* = 10,465 + 0,535 Kualitas Pelayanan  
*Benefit Lost Cost* = 6,685 + 0,643 Kualitas Pelayanan  
*Benefit Lost Cost* = 6,158 + 0,658 Kualitas Pelayanan
- 2) Kepuasan = 80,762 + 0,104 Kualitas Pelayanan + 0,160 *Benefit Lost Cost* + 0,111 Keunggulan Produk + 0,603 Keadilan dan Kejujuran Harga  
Kepuasan = 16,709 + 0,186 Kualitas Pelayanan + 0,209 *Benefit Lost Cost* + 0,101 Keunggulan Produk + 0,512 Keadilan dan Kejujuran Harga  
Kepuasan = 21,407 + 0,196 Kualitas Pelayanan + 0,270 *Benefit Lost Cost* + 0,092 Keunggulan Produk + 0,491 Keadilan dan Kejujuran Harga  
Kepuasan = 21,986 + 157 Kualitas Pelayanan + 0,305 *Benefit Lost Cost* + 0,27 Keunggulan Produk + 0,534 Keadilan dan Kejujuran Harga  
Kepuasan = 28,737 + 0,115 Kualitas Pelayanan + 0,317 *Benefit Lost Cost* - 0,078 Keunggulan Produk + 0,776 Keadilan dan Kejujuran Harga
- 3) Kepercayaan = 13,463 + 0,814 Kepuasan  
Kepercayaan = 13,582 + 0,828 Kepuasan  
Kepercayaan = 12,611 + 0,815 Kepuasan

$$\text{Kepercayaan} = 12,961 + 0,776 \text{ Kepuasan}$$

$$\text{Kepercayaan} = 12,589 + 0,745 \text{ Kepuasan}$$

Hasil pengolahan data dengan model penuh dengan alat analisis jalur /*path analysis* untuk uji *direct*, *indirect* dan *total effect*, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.98 *Standardized Total Effects* Responden Non Pembiayaan

	Kualitas Pelayanan	Keadilan & Kejujuran Harga	Keunggulan Produk	Benefit Lost Cost	Kepuasan
<i>B L C</i>					
2006	0,559	0,000	0,000	0,000	0,000
2007	0,559	0,000	0,000	0,000	0,000
2008	0,535	0,000	0,000	0,000	0,000
2009	0,643	0,000	0,000	0,000	0,000
2010	0,658	0,000	0,000	0,000	0,000
Kepuasan					
2006	0,194	0,603	0,111	0,160	0,000
2007	0,303	0,512	0,101	0,209	0,000
2008	0,341	0,491	0,092	0,270	0,000
2009	0,353	0,534	0,027	0,305	0,000
2010	0,324	0,600	-0,077	0,317	0,000
Kepercayaan					
2006	0,158	0,491	0,090	0,130	0,814
2007	0,251	0,424	0,084	0,173	0,828
2008	0,278	0,400	0,075	0,220	0,815
2009	0,274	0,415	0,021	0,236	0,776
2010	0,241	0,447	-0,058	0,236	0,745

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.99 *Standardized Direct Effects* Responden Non Pembiayaan

	Kualitas Pelayanan	Keadilan & Kejujuran Harga	Keunggulan Produk	Benefit Lost Cost	Kepuasan
<i>B L C</i>					
2006	0,559	0,000	0,000	0,000	0,000
2007	0,559	0,000	0,000	0,000	0,000
2008	0,535	0,000	0,000	0,000	0,000
2009	0,643	0,000	0,000	0,000	0,000
2010	0,658	0,000	0,000	0,000	0,000
Kepuasan					
2006	0,104	0,603	0,111	0,160	0,000
2007	0,186	0,512	0,101	0,209	0,000
2008	0,196	0,491	0,092	0,270	0,000
2009	0,157	0,534	0,027	0,305	0,000
2010	0,115	0,600	-0,775	0,317	0,000
Kepercayaan					
2006	0,000	0,000	0,000	0,000	0,814
2007	0,000	0,000	0,000	0,000	0,828
2008	0,000	0,000	0,000	0,000	0,815
2009	0,000	0,000	0,000	0,000	0,776
2010	0,000	0,000	0,000	0,000	0,745

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Tabel 4.100 *Standardized Indirect Effects* Responden Non Pembiayaan

	Kualitas Pelayanan	Keadilan & Kejujuran Harga	Keunggulan Produk	Benefit Lost Cost	Kepuasan
<i>B L C</i>					
2006	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
2007	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
2008	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
2009	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
2010	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Kepuasan					
2006	0,089	0,000	0,000	0,000	0,000
2007	0,117	0,000	0,000	0,000	0,000
2008	0,144	0,000	0,000	0,000	0,000
2009	0,196	0,000	0,000	0,000	0,000
2010	0,208	0,000	0,000	0,000	0,000
Kepercayaan					
2006	0,158	0,491	0,090	0,130	0,000
2007	0,251	0,424	0,084	0,173	0,000
2008	0,278	0,400	0,075	0,220	0,000
2009	0,274	0,415	0,021	0,236	0,000
2010	0,241	0,447	-0,058	0,236	0,000

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Pada tabel *standardized direct effects* pengaruh langsung dari Kualitas Pelayanan ke *Benefit Lost Cost* tahun 2006-2010 sebesar 0,559; 0,559; 0,535; 0,643 dan 0,658. Pengaruh langsung Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dari tahun 2006-2010 adalah 0,104; 0,186; 0,196; 0,157; 0,115. Keadilan dan Kejujuran Harga terhadap Kepuasan masing-masing adalah 0,063; 0,512; 0,491; 0,534; 0,600. Keunggulan Produk terhadap Kepuasan 0,111; 0,101; 0,092; 0,027 dan -0,775. *Benefit Lost Cost* terhadap Kepuasan dari tahun 2006-2010 masing-masing adalah 0,160; 0,209; 0,270; 0,305 dan 0,317

Pengaruh langsung dari Kepuasan ke Kepercayaan tahun 2006-2010 masing-masing adalah 0,814; 0,828; 0,815; 0,776; 0,745.

Pengaruh langsung Kualitas Pelayanan ke Kepuasan tahun 2006-2010 adalah 0,104; 0,186; 0,196; 0,157 dan 0,115

Pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan ke *Benefit Lost Cost* baru ke Kepuasan tahun 2006 =  $(0,559) (0,160) = 0,089$ . Tahun 2007 =  $(0,559) (0,209) = 0,117$ . Tahun 2008 =  $(0,535) (0,270) = 0,144$ . Tahun 2009 =  $(0,643) (0,305) = 0,196$ . Tahun 2010 =  $(0,658) (0,317) = 0,208$ . Bila dibandingkan dengan output tabel *Standardized indirect effects* dari kolom Kualitas Pelayanan ke Kepuasan hasilnya sama sebesar 0,089; 0,117; 0,144; 0,196 dan 0,208. Jadi *Total effect* = Efek Langsung + Efek Tidak Langsung.

Pada tabel *standardized direct effects* pengaruh langsung dari Kualitas Pelayanan ke *Benefit Lost Cost* tahun 2006-2010 sebesar 0,559; 0,559; 0,535; 0,643 dan 0,658. Pengaruh langsung Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dari tahun 2006-2010 adalah 0,104; 0,186; 0,196; 0,157; 0,115. Keadilan dan Kejujuran Harga terhadap Kepuasan masing-masing adalah 0,063; 0,512; 0,491; 0,534; 0,600. Keunggulan Produk terhadap Kepuasan 0,111; 0,101; 0,092; 0,027 dan -0,775. *Benefit Lost Cost* terhadap Kepuasan dari tahun 2006-2010 masing-masing adalah 0,160; 0,209; 0,270; 0,305 dan 0,317

Pengaruh langsung dari Kepuasan ke Kepercayaan tahun 2006-2010 masing-masing adalah 0,814; 0,828; 0,815; 0,776; 0,745.

Pengaruh langsung Kualitas Pelayanan ke Kepuasan tahun 2006-2010 adalah 0,104; 0,186; 0,196; 0,157 dan 0,115

Pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan ke *Benefit Lost Cost* baru ke Kepuasan tahun 2006 =  $(0,559) (0,160) = 0,089$ . Tahun 2007 =  $(0,559) (0,209) = 0,117$ . Tahun 2008 =  $(0,535) (0,270) = 0,144$ . Tahun 2009 =  $(0,6430) (0,305) = 0,196$ . Tahun 2010 =  $(0,658) (0,317) = 0,208$ . Bila dibandingkan dengan output tabel *Standardized indirect effects* dari kolom Kualitas Pelayanan ke Kepuasan hasilnya sama sebesar 0,089; 0,117; 0,144; 0,196 dan 0,208. Jadi *Total effect* = Efek Langsung + Efek Tidak Langsung.

Tabel 4.101 *Total Effect* Kualitas Pelayanan ke Kepuasan Responden Non Pembiayaan tahun 2006-2010

Tahun	Efek Langsung	Efek Tidak Langsung	Total Efek
2006	0,104	0,089	0,193
2007	0,186	0,117	0,303
2008	0,196	0,144	0,304
2009	0,157	0,196	0,353
2010	0,115	0,208	0,323

Sumber: data primer yang diolah, 2012

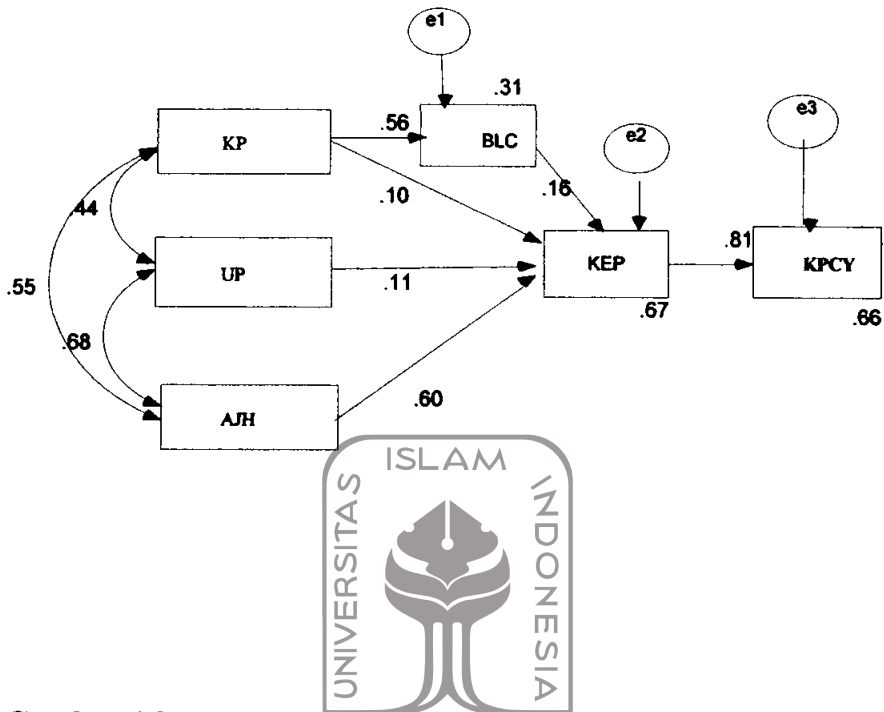
Dibandingkan dengan output *Standardized total effects* dari kolom Kualitas Pelayanan (KP) ke Kepuasan (Kep) sama sebesar 0,194; 0,303; 0,304; 0,353 dan 0,324. **Dapat disimpulkan bahwa pengaruh langsung Kualitas Pelayanan ke Kepuasan tahun 2006-2008 yaitu 0,104; 0,186; 0,196 lebih besar dari pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan ke Kepuasan 0,089; 0,117; 0,144.** Hal ini menunjukkan bahwa untuk dapat memuaskan nasabah diperlukan Kualitas Pelayanan yang dapat memberikan Kepuasan kepada nasabah. **Sedangkan untuk tahun 2009-2010 yaitu 0,157; 0,115 lebih kecil dari pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan ke Kepuasan 0,196; 0,208.** Hal ini menunjukkan bahwa untuk dapat memuaskan nasabah disamping Kualitas Pelayanan yang dapat memberikan kepuasan nasabah (*given*) ada faktor lain yang menjadi pertimbangan nasabah untuk memperoleh Kepuasan yaitu Keunggulan Produk, Keadilan dan Kejujuran Harga dan *Benefit Lost Cost*

Pengaruh tidak langsung Keunggulan Produk ke Kepuasan kemudian ke Kepercayaan nasabah tahun 2006 =  $(0,111) (0,814) = 0,090$ . Tahun 2007 =  $(0,101) (0,828) = 0,084$ . Tahun 2008 =  $(0,092) (0,815) = 0,075$ . Tahun 2009 =  $(0,027) (0,776) = 0,021$ . Tahun 2010 =  $(-0,775) (0,745) = -$

0,058. Bila dibandingkan dengan output tabel *Standardized Indirect Effets* dari kolom Keunggulan Produk Ke Kepercayaan hasilnya sebesar 0,090; 0,084; 0,075; 0,021 dan -0,058. **Dapat disimpulkan bahwa pengaruh tidak langsung Keunggulan Produk ke Kepuasan lalu ke Kepercayaan dari tahun 2006-2010 sebesar 0,090; 0,084; 0,075; 0,021 dan -0,058.**

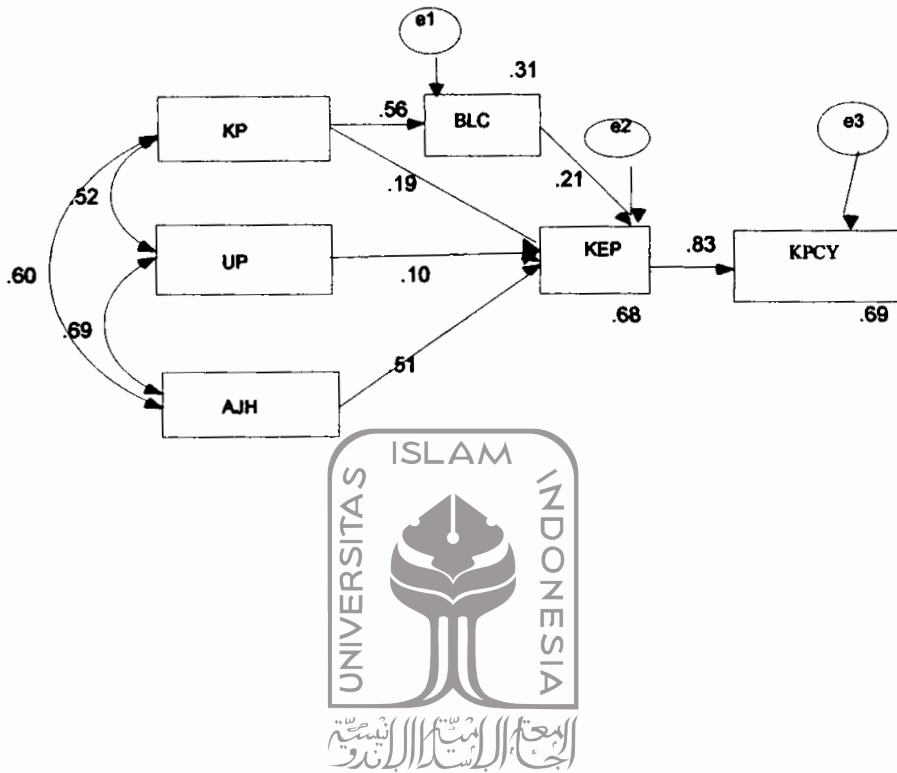
Pengaruh tidak langsung Keadilan dan Kejujuran Harga ke Kepuasan kemudian ke Kepercayaan nasabah Tahun 2006 =  $(0,603) (0,814) = 0,491$ . Tahun 2007 =  $(0,512) (0,828) = 0,424$ . Tahun 2008 =  $(0,491) (0,815) = 0,400$ . Tahun 2009 =  $(0,534) (0,776) = 0,415$ . Tahun 2010 =  $(0,600) (0,745) = 0,447$ . Bila dibandingkan dengan output tabel *Standard Indirect Effets* dari kolom Keadilan & Kejujuran Harga ke Kepercayaan hasilnya sama sebesar 0,491; 0,424; 0,400; 0,415 dan 0,447.. **Dapat disimpulkan bahwa pengaruh tidak langsung Keadilan dan Kejujuran Harga ke Kepuasan lalu ke Kepercayaan sebesar 0,491; 0,424; 0,400; 0,415 dan 0,447**

Pengaruh tidak langsung Benefit Lost Cost ke Kepuasan kemudian ke Kepercayaan nasabah tahun 2006 =  $(0,160) (0,814) = 0,130$ . Tahun 2007 =  $(0,209) (0,828) = 0,173$ . Tahun 2008 =  $(0,270) (0,815) = 0,220$ . Tahun 2009 =  $(0,305) (0,776) = 0,236$ . Tahun 2010 =  $(0,317) (0,745) = 0,236$ . Bila dibandingkan dengan output tabel *Standardized Indirect Effets* dari kolom Keadilan & Kejujuran Harga ke Kepercayaan hasilnya sama sebesar 0,130; 0,173; 0,220; 0,236 dan 0,236. **Dapat disimpulkan bahwa**



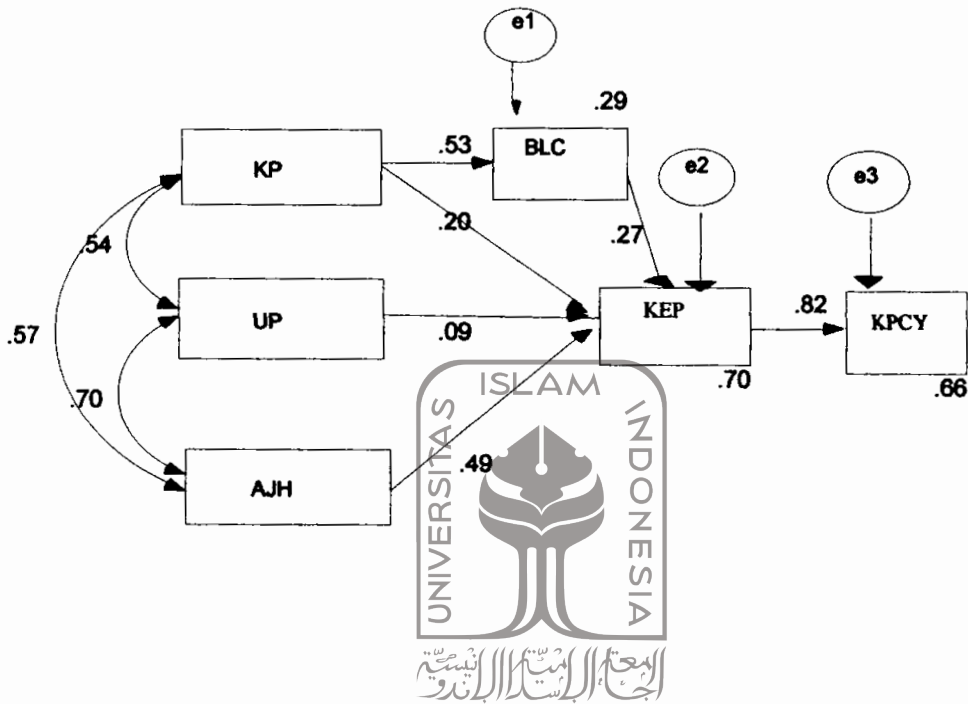
**Gambar 4.8 Analisis Jalur Nasabah Non Pembiayaan Tahun 2006**

UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA



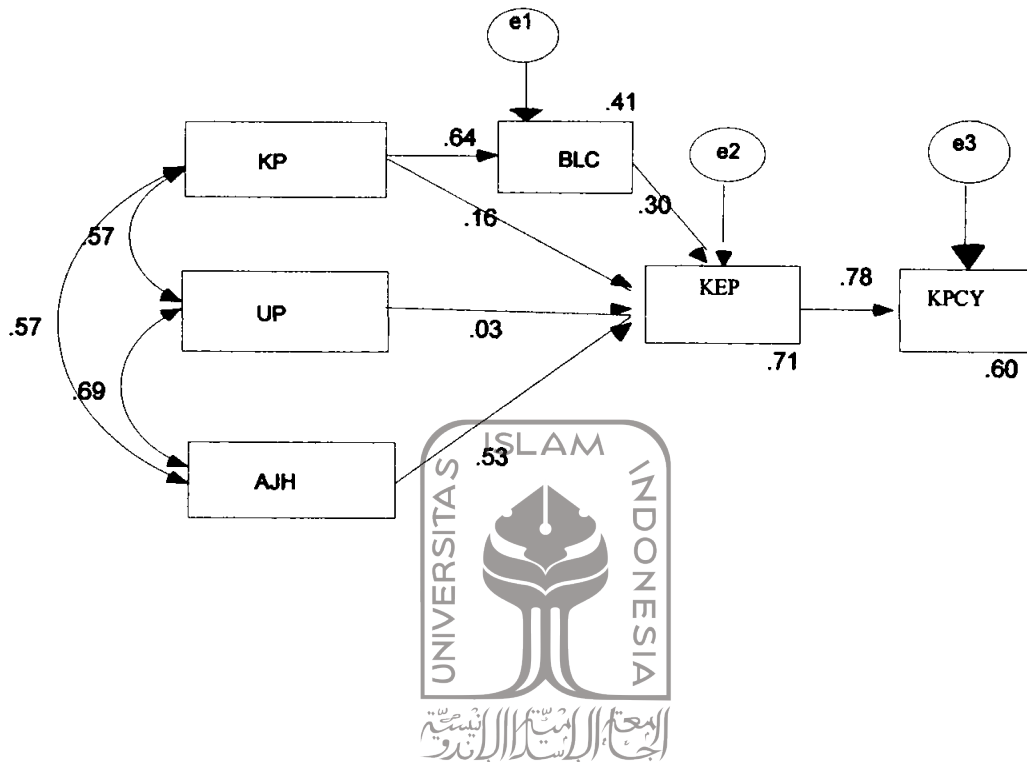
**Gambar 4.9 Analisis Jalur Nasabah Non Pembiayaan Tahun 2007**

**UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA**



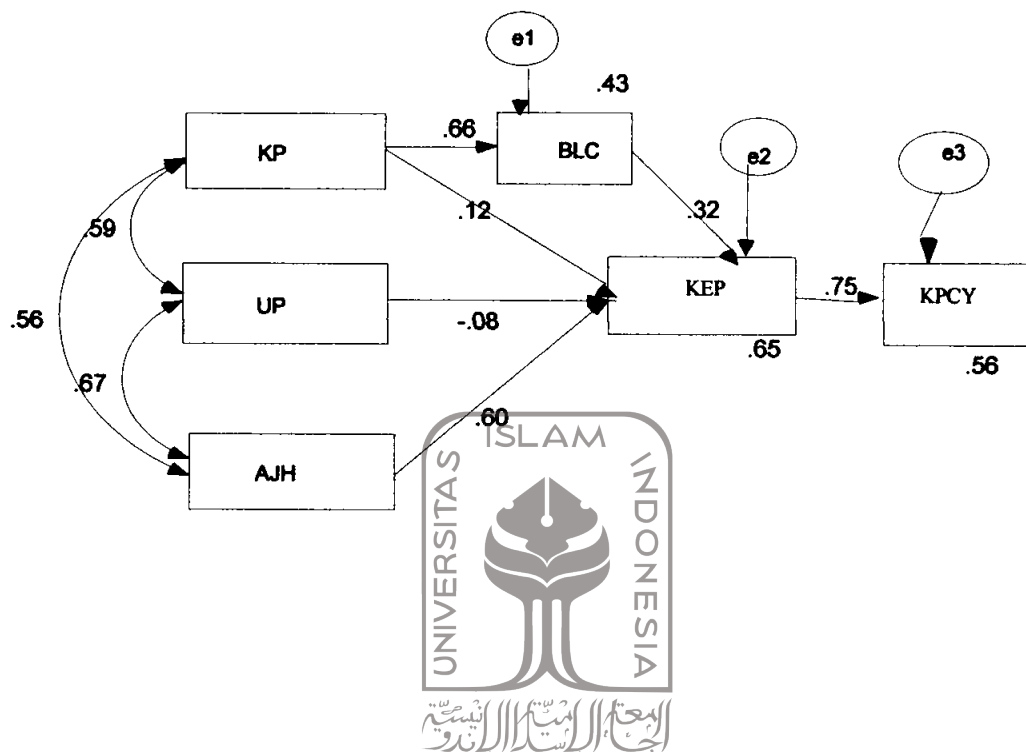
UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

Gambar 4.10 Analisis Jalur Nasabah Non Pembiayaan Tahun 2008



Gambar 4.11 Analisis Jalur Nasabah Non Pembiayaan Tahun 2009

UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA



**Gambar 4. 12. Analisis Jalur Nasabah Non Pembiayaan Tahun 2010**

## G. UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Uji koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *squared multiple correlation* ( $R^2$ ) yang berarti variabilitas eksogen ( BLC, Kepuasan dan Kepercayaan yang dapat dijelaskan oleh variabilitas endogen ( Kualitas Pelayanan untuk BLC; Kualitas Pelayanan, BLC, Keunggulan Produk, Keadilan dan Kejujuran harga untuk Kepuasan dan Kepuasan untuk Kepercayaan. Hasil uji koefisien determinasi untuk masing-masing variabel eksogen dapat dilihat dalam tabel 4.102 di bawah ini:

Tabel 4.102 Koefisien Determinasi  
Responden Pembiayaan dan Non Pembiayaan Tahun 2006-2010

Variabel eksogen	Pembiayaan		Non Pembiayaan	
	Tahun	R <sup>2</sup>	Tahun	R <sup>2</sup>
Benefit Lost Cost	2006	0,544	2006	0,313
	2007	0,509	2007	0,312
	2008	0,573	2008	0,286
	2009	0,586	2009	0,414
	2010	0,679	2010	0,432
Kepuasan	2006	0,882	2006	0,670
	2007	0,898	2007	0,684
	2008	0,850	2008	0,704
	2009	0,769	2009	0,771
	2010	0,780	2010	0,653
Kepercayaan	2006	0,641	2006	0,663
	2007	0,658	2007	0,685
	2008	0,666	2008	0,664
	2009	0,588	2009	0,602
	2010	0,628	2010	0,555

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Berdasar tabel 4.102 di atas dapat disimpulkan bahwa untuk responden pembiayaan variabilitas Benefit Lost Cost mayoritas dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan dari tahun 2006-2010 sebesar 54,4%; 50,9%; 57,3%; 58,6% dan 67,9%. Variabilitas Kepuasan mayoritas dijelaskan oleh variabilitas BLC, Kualitas Pelayanan, Keunggulan Produk serta Keadilan &

Kejujuran Harga dari tahun 2006-2010 sebesar 88,2%; 89,8%; 85,0%; 76,9% dan 78,0%. Variabilitas Kepercayaan mayoritas dijelaskan oleh variabilitas Kepuasan dari tahun 2006-2010 sebesar 64,1%; 65,8%; 66,6%; 58,8% dan 62,8%. **Dapat disimpulkan bahwa semua variabilitas (BLC, Kepuasan dan Kepercayaan) mayoritas dijelaskan oleh variabilitas yang ada dalam model penelitian sehingga dapat dikatakan model untuk responden pembiayaan cukup baik.**

Berdasar tabel 4.102 di atas dapat disimpulkan bahwa untuk responden non pembiayaan variabilitas Benefit Lost Cost dijelaskan oleh variabilitas Kualitas Pelayanan dari tahun 2006-2010 sebesar 31,3%; 31,2%; 28,6%; 41,4% dan 43,2%. Variabilitas Kepuasan mayoritas dijelaskan oleh variabilitas BLC, Kualitas Pelayanan, Keunggulan Produk serta Keadilan & Kejujuran Harga dari tahun 2006-2010 sebesar 67,0%; 68,4%; 70,4%; 77,1% dan 65,3%. Variabilitas Kepercayaan mayoritas dijelaskan oleh variabilitas Kepuasan dari tahun 2006-2010 sebesar 66,3%; 68,5%; 66,4%; 60,2% dan 55,5%. **Dapat disimpulkan bahwa variabilitas BLC mayoritas dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti (meskipun demikian 2 tahun terakhir menunjukkan kenaikan terus-menerus). Kepuasan dan Kepercayaan) mayoritas dijelaskan oleh variabilitas yang ada dalam model penelitian sehingga dapat dikatakan model untuk responden non pembiayaan cukup baik untuk variabel kepuasan dan kepercayaan.**

## BAB V

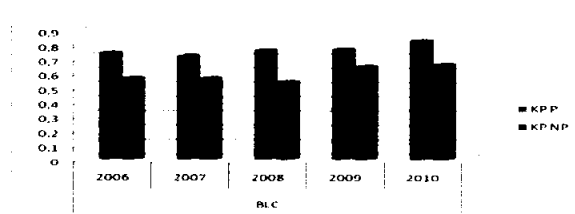
### PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian dan agenda penelitian mendatang berdasarkan temuan hasil penelitian.

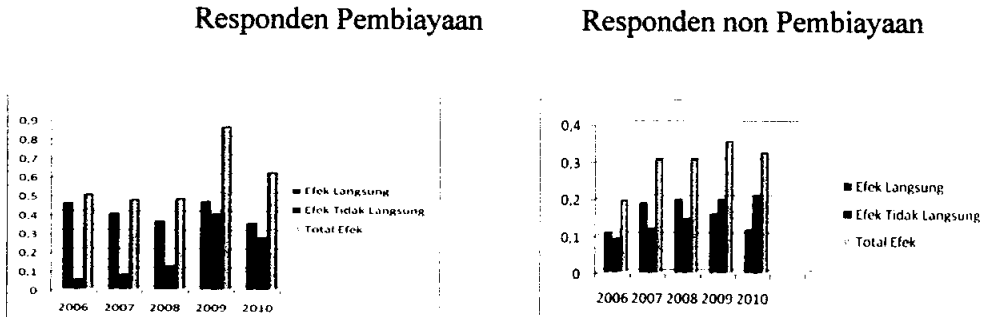
#### A. Kesimpulan

1. Peta penerimaan nasabah pembiayaan dan non pembiayaan terhadap kualitas pelayanan, *benefit lost cost*, keunggulan produk, keadilan dan kejujuran harga, kepuasan dan kepercayaan berdasar jenis bank, jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan lama menjadi nasabah menunjukkan bahwa berdasar Tabel 4.74
  - a. Terdapat perbedaan tingkat penerimaan Responden Pembiayaan dan Non Pembiayaan terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah berdasar Umur dan Lama Menjadi Nasabah
  - b. Terdapat perbedaan tingkat penerimaan Responden Pembiayaan dan Non Pembiayaan terhadap *Benefit Lost Cost/ BLC* Bank Syariah berdasar Lama Menjadi Nasabah
  - c. Terdapat perbedaan tingkat penerimaan Responden Pembiayaan dan Non Pembiayaan terhadap Keunggulan Produk berdasar Umur, Pendidikan Terakhir, Pekerjaan dan Lama Menjadi Nasabah

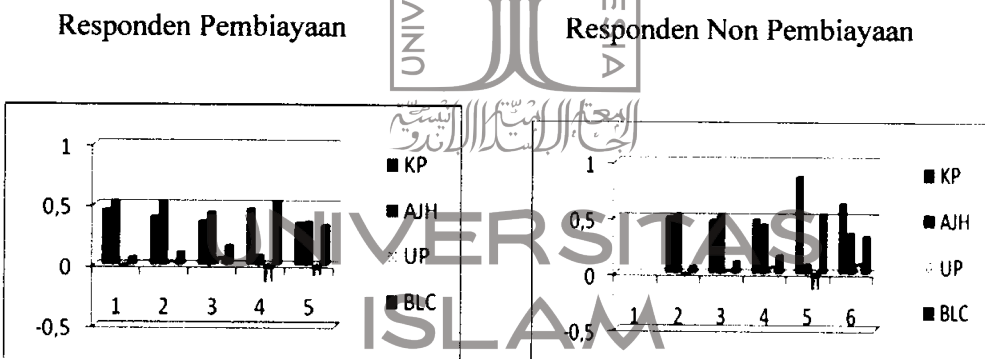
- d. Terdapat perbedaan tingkat penerimaan Responden Pembiayaan dan Non Pembiayaan terhadap Keadilan dan Kejujuran Harga berdasar Jenis Bank, Jenis Kelamin, Pekerjaan dan Lama Menjadi Nasabah
- e. Terdapat perbedaan tingkat penerimaan Responden Pembiayaan dan Non Pembiayaan terhadap Kepuasan berdasar Jenis Kelamin, Pendidikan Terakhir, Pekerjaan, Lama Menjadi Nasabah
- f. Terdapat perbedaan tingkat penerimaan Responden Pembiayaan dan Non Pembiayaan terhadap Kepercayaan berdasar Jenis Bank, Jenis Kelamin, Pendidikan Terakhir, Pekerjaan dan Lama Menjadi Nasabah
2. Hipotesis
- a. Untuk Nasabah Pembiayaan:  
Hipotesis 1, 2, 5 dan 6 diterima; Hipotesis 3 dan 4 ditolak
- b. Untuk Nasabah Non Pembiayaan:  
Hipotesis 1, 3, 5 & 6 diterima; Hipotesis 2 & 4 ditolak
3. Pengaruh Langsung dan Tidak langsung/ Path Analysis Terhadap factor faktor yang mempengaruhi Kepercayaan
- a. Pengaruh langsung Kualitas Pelayanan Terhadap *BLC* responden pembiayaan (KP P) dan non pembiayaan (KP NP):



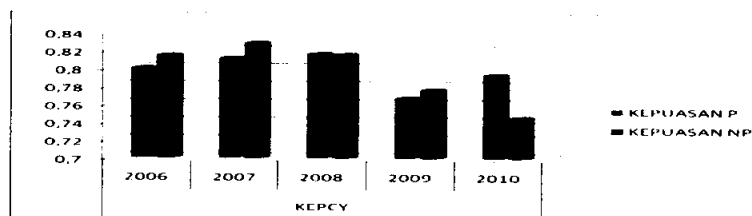
b. Pengaruh Langsung dan tidak langsung Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan



c. Pengaruh Langsung Kualitas Pelayanan, BLC, Keunggulan Produk dan Keadilan & Kejujuran Harga terhadap Kepuasan



d. Pengaruh Langsung Kepuasan Terhadap Kepercayaan Responden Pembiayaan (Kepuasan P) dan Non Pembiayaan (Kepuasan NP)



#### 4. Koefisien Determinasi

##### a. Responden Pembiayaan

Semua variabel eksogen dalam penelitian (BLC, Kepuasan dan Kepercayaan mayoritas dapat dijelaskan oleh variabel endogen pembentuknya. Sehingga dapat dikatakan model representative.

##### b. Responden Non Pembiayaan

Variabel *BLC* mayoritas ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti dan minoritas ditentukan oleh variabel Kualitas Pelayanan.

Variabel Kepuasan dan Kepercayaan mayoritas dapat dijelaskan oleh variabel pembentuknya.

#### B. Implikasi Manajerial

Tabel 5.1 Implikasi Manajerial

No	Variabel	Customer needs & wants	Saran/kebijakan	Prioritas
1	<i>Benefit Lost Cost</i>	Sesuai dengan layanan produknya. Semakin mahal, harus diimbangi dengan pelayanan yang memuaskan, ada solusi kebaikan disaat nasabah bangkrut seluruh proses awal-akhir memenuhi unsur syariah, memenuhi unsur keadilan dan kejujuran berdasar proporsional sesuai beban, bagi hasil yang jelas hitungannya, karena saat ini sebagai nasabah	Berdasar tabel 4.91, tabel 4.96 dan tabel 4.97 <i>Benefit Lost Cost</i> dicerminkan oleh variabel kualitas pelayanan selama periode analisis untuk responden pembiayaan sebesar 73,7%;71,4%; 75,7%; 76,5% dan 67,9% dan untuk responden non pembiayaan sebesar 55,9%; 55,9%; 53,5%;	Berdasar kolom 3 dan 4 untuk responden pembiayaan dengan cerminan % yang menurun dan responden non pembiayaan dengan cerminan yang meningkat perlu ditingkatkan

		<p>belum pernah mendapat laporan apa-apa mengenai bagi hasil tsb (misal pemberitahuan lewat rekoran atau lainnya), penyelesaian realisasi pembiayaan yang sesingkat mungkin maksimal 24 jam, proses tidak berbelit-belit, profesional, ATM tidak ada biaya tambahan, KPR marginnya lebih rendah, denda tidak memberatkan nasabah/ tidak ada denda apabila ada alasan yang jujur/ adil. Dilakukan setelah disepakati.</p> <p>Berbagi kerugian dan keuntungan, denda lebih murah dan tidak untuk pendapatan bank/ masuk dana sosial, margin bank lebih rendah dari bunga,</p>	<p>64,3%; 65,8% maka pihak manajemen bank harus mempertahankan kualitas pelayanan kepada nasabah pembiayaan dan meningkatkan kualitas pelayanannya kepada nasabah non pembiayaan</p>	<p>kualitas pelayanan yang singkat tepat dengan biaya yang murah dan terintegrasi untuk memberikan manfaat yang lebih besar terhadap pengorbanan waktu, biaya dan tenaga responden</p>
5	Kepuasan (X5)	<p>Dari awal sampai akhir transaksi sesuai syariah, Bersih, mudah dijangkau transportasi umum, parkir mobil yang luas, Konsisten menerapkan syariah selamanya dalam semua proses aktifitas, pelayanan counter cepat Kurang lebih 5 menit. saling ridho, ada solusi kebaikan disaat nasabah bangkrut, tidak mengandung riba, tidak menggunakan pokok sebagai standar basil ( berdasarkan kesepakatan/ tawar menawar , memenuhi unsur keadilan berdasar proporsional sesuai beban, pemberitahuan</p>	<p>Berdasar tabel 4.91, tabel 4.96 dan tabel 4.97 <b>Kepuasan responden pembiayaan</b> selama 5 periode analisis paling banyak dicerminkan oleh variabel Keadilan dan Kejujuran Harga yakni 51,1%; 51,1%; 43,3%; 7,7% dan 79,3% . Kedua Kualitas Pelayanan sebesar 45,4%; 39,9%; 36%; 46,4% dan 34,9%. Ketiga Benefit Lost Cost sebesar 6,2%; - 10,3%; 15,9%; 51,9% dan 33%. Keempat Keunggulan</p>	<p>Untuk meningkatkan kepuasan responden perlu peningkatan Keunggulan Produk, Kualitas Pelayanan, Keadilan dan Kejujuran Harga untuk responden Pembiayaan . Untuk responden non pembiayaan perlu peningkatan Keunggulan Produk, BLC dan</p>

		<p>perhitungan bagi hasil kepada nasabah, tempat parkir yang luas. Transparansi harga, produk, pelayanan tidak ada unsur magribzal dalam harga, kompetitif. Ada kesepakatan kedua belah pihak.</p> <p>Produk tidak mengandung spekulasi, gharar dan riba, perubahan mengikuti keadaan bukan pasar jangka waktu pembiayaan 10-15 tahun, petugas yang kompeten berdasar SOP. Praktis, sesuai syariah dan realistis dalam studi kelayakan</p>	<p>Produk sebesar -1,5%; 2,8%, 5,8%; -14,6% dan -8,6%. <b>Responden non pembiayaan</b> paling besar dipengaruhi oleh Keadilan dan Kejujuran Harga 60,3%; 51,2%; 49,1%; 53,4%; 77,6%.</p> <p>Kedua Benefit Lost Cost 16%; 20,9%; 27%;30,5% dan 31,7%. Ketiga, Kualitas Pelayanan sebesar 10,4%; 18,6%; 19,6%; 15,7% dan 11,5%.</p> <p>Keempat, Keunggulan Produk sebesar 11,1%; 10,1%; 9,2%; 2,7% maka pihak manajemen meningkatkan kepuasan nasabah pembiayaan &amp; non pembiayaan</p>	<p>Keadilan &amp; Kejujuran Harga</p>
6	Kepercayaan (X6)	<p>Produk jelas sesuai harapan, syar'i, ramah dan mengerti kebutuhan nasabah, fleksibel, harga masih di kisaran harga pasar, jangka waktu ideal yang memuaskan produktif &lt; 5 tahun pembiayaan konsumtif 15-20 tahun, pelayanan cepat, tepat dan akurat, tidak ada toleransi kesalahan, cepat mendapat solusi permasalahan yang dihadapi, Adil, tidak memihak, sesuai kondisi riil dan bisa dipertanggungjawabkan baik di dunia dan akhirat, Bila fitur produk menjawab kebutuhan masyarakat/ calon nasabah, fitur pembiayaan dapat menjawab kebutuhan masyarakat</p>	<p>Berdasar tabel 4.91, tabel 4.96 dan tabel 4.97 Kepercayaan dicerminkan oleh variabel kualitas pelayanan selama periode analisis untuk responden pembiayaan sebesar 80%; 81,1%; 81,6%; 76,7% dan 79,3%. Responden non pembiayaan sebesar 60,3%; 51,2%; 49,1%; 53,4% dan 77,6% maka pihak manajemen bank harus meningkatkan Kepuasan nasabah pembiayaan dan nasabah non pembiayaan.</p>	<p>Berdasarkan kolom 3 dan 4 untuk responden pembiayaan dan non pembiayaan perlu peningkatan kepuasan dengan menyediakan fitur yang diinginkan nasabah, transparan dan menyesuaikan dengan kemajuan teknologi. Memberikan manfaat yang lebih besar terhadap pengorbanan waktu, biaya dan tenaga responden</p>

### C. Keterbatasan Penelitian

Pada tahap *screening data* terdapat variabel KP2A, KP3A, KP2B, KP3B, KP2C, KP3C, KP22E, AJHE13, AJHE14 DAN AJHE15 yang dihilangkan karena tidak valid. Pada uji normalitas terdapat variabel Keunggulan Produk (UP4) tahun Keempat(2009) dan Kepercayaan (KPCY 3,4,5) tahun (2008-2010) yang tidak normal untuk responden non pembiayaan. Data yang dianalisis meskipun memenuhi syarat untuk dianalisis jumlahnya relatif sedikit, sehingga untuk penelitian mendatang dengan menggunakan responden yang lebih banyak lagi.

Pada penelitian ini responden masih sedikit dan hanya 1 variabel langsung yang mempengaruhi Kepercayaan, untuk penelitian mendatang bisa dikembangkan dan diteliti lebih lanjut variabel yang langsung mempengaruhi Kepercayaan dengan responden yang lebih banyak

### D. Agenda Penelitian Mendatang

Berdasarkan keterbatasan yang ada penelitian ini memungkinkan untuk dikembangkan lebih lanjut dengan harapan dapat mengungkap hal-hal yang belum terjawab dalam penelitian ini.

Diharapkan peneliti mendatang lebih teliti dan hati-hati karena adanya kemungkinan hasil yang bertentangan dengan penelitian sebelumnya dengan menekankan pada indikator-indikator yang tertentu saja

## DAFTAR PUSTAKA

- Abu 'Abdillah Muhammad ibn Ahmad Syams al-Din al-Qurtubi, *al-Jami' li Ahkam al-Qur'an*, Juz. XII (Cet. II; al-Qahirah: Dar al-Kutub al-Misriyyah, 1384 H./1964 M.), hlm. 107
- Al-Qur'an Digital versi 2.0, 2004 (Maret), Website ♦: //www.alquran-digital.com; E-mail ♦ info@alquran-digital.com
- Ardiansah, M.N., Murtini, Sri, dan Handayani, Jati. 2005. "Implementasi Prinsip Syariah pada Perbankan Syariah Studi Investigasi di Kota Semarang", Jurusan Akuntansi, Polines, Semarang
- Athanassopoulos, A.D., (2000), Customer Satisfaction ones to support market segmentation and explain switching behavior. *Journal of business Research* 47(3), 191-207
- Bitner, M.J., 1990. Evaluating Service encounters: The effects of physical surroundings and employee responses. *Journal of Marketing Science*. 54(2), 69-81
- Brucks, M. Zeithaml, V. A., & Naylor, G. (2000), Price and Brand name as indicators of quality dimensions for customer durable. *Journal of Academy of Marketing Science*. 28(3), 359-374
- Buttle, F. (1996) "SERVQUAL: Review, critique, Research Agenda". *European Journal of Marketing*, 30(1), 8-32
- Chakrabarty, S., Whiten, D. & Green, K. (2007). Understanding Service Quality and Relationship Quality in IS Outsourcing: Client Orientation & Promotion, Project Management Effectiveness, and the Task-Technology-Structure Fit. *Journal of Computer Information Systems*, (Winter 2007-2008), 1-15
- Cronin, J. and Taylor, S. (1992) "Measuring SQ: re-examination and extension". *Journal of Marketing*, Vol.56, July, 55-68
- Cronin, J. and Taylor, S. (1994) "SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions-minus expectations measurement of SQ". *Journal of Marketing*. Vol.58, January, 125-131

- Crosby, L. A. & Johnson, S. L. (2004), Making the intangible ... tangible, *Marketing Management*, 13(3), 12-13
- Fatati, Manarotul, dkk, 2006, *Posisi Dan Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Perbankan Syariah*, Politeknik Negeri Semarang
- Garbarino, E., Johnson, M.S. (1999). The different roles of satisfaction, Trust and commitment in Customer relationships. *Journal of Marketing*, 63(April), 70-87
- Garvin, D. A. (1983), Quality on the line, *Harvard Business Review*, September-Oktober, 65-75
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D.W. (2003). Trust and TAM in on line shopping: An integrated model, *MIS Quarterly*, 27(1), 51-90.
- Ghozali, Imam, 2008, *Model Persamaan Struktural Konsep & Aplikasi Dengan Program AMOS 16,0*, edisi 21, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Ghozali, Imam, 2007, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Cetakan 4, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Gie, 2009, , Syariah Marak di Kuartal III, kolom ekonomi dan bisnis syariah, *Harian Republika*. Kamis, 14 Mei, halaman 22
- Harahap, S Sofyan dkk, 2006, "Kepuasan pelanggan Pada Bank Islam Studi Kasus suatu Bank Islam di Indonesia", *Media Riset Bisnis dan manajemen*, vol. 6, No. 2, Agustus
- Islamic Science Sanad Th Khusus, 2011, dikutip dari Abu> al-H{usain Ah}mad bin Fa>ris bin Zakariya>, *Mu'jam Maqa>yi>s al-Lugah*. Juz.1 (Beirut: Da>r al-Fikr. t.th), hlm. 138
- Johnson, J.T, Barksdale, H.C., Jr., & Boles, J.S. (2001). The Startegic role of the sales person in reducing customer defection in business relationships. *Journal of Personal Sale and Sales management*, 21(Spring), 123-134.
- Kim, Changsu. Yeongnam University. Korea. Weihong Zhao, Jiangxi Normal University. China. Kyung Hoon Yang. University of Wisconsin-La Cross, USA. 2008. An Empirical Study on Integrated Framework of e-CRM in Online Shopping: Evaluating The Relationships Among Perceived Value, Satisfaction and Trust Based on Customer's Perspectives, *Jurnal of electronic*

*commerce in Organisation*, Volume 6. Issue 3, edited by Mehdi Khosrow-Pour, IGI Global, USA

Kelompok Pengawasan Bank Syariah Kantor Bank Indonesia Semarang, 2008, *Evaluasi Perbankan Syariah Jawa Tengah 2007 dan Outlook 2008*, Disampaikan oleh Kelompok Pengawas Bank Syariah dalam forum Sarasehan Gubernur dalam rangka Seven III dan Temilreg II "Strategi Pengembangan Ekonomi Islam di Jawa Tengah" Purwokerto, 28 Januari 2008 ).

Kotler, Philip, 2000, *Manajemen Pemasaran, Terjemahan Hendra Teguh*, Edisi Milenium, Jakarta, Prenhalindo

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2006, *Marketing Manajemen 12e*, Pearson International Edition, 12 edition

Kotler, P., Armstrong, Gary, 2001, *Principle of Marketing, ninth edition*, Prentice Hall International, Inc, USA.

Lestari, S. S., Tyas L., Mustika W., 2004, *Persepsi Masyarakat Muslim Dan Muslim Terhadap Eksistensi Perbankan Syariah Di Jawa Tengah*. ( Laporan hasil penelitian )

Magister Studi Islam, 2005, *Pedoman Penulisan Tesis Magister Studi Islam Program Pasca Sarjana Universitas Islam Indonesia*

Mattalata, Andi ( Menteri Hukum HAM Indonesia, 2008, *Review Undang- undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 No. 94

Meng, Juan ; Elliot, Kevin M, 2009, *Investigating Structural Relationships Between Service Quality, Switching Costs, and Customer Satisfaction*, The Journal of Applied Business and Economics, Thunder Bay: May 2009 Volume IX , edisi 2

Misanam, Munrokhim; Priyonggo Suseno; M. Bhekti Hendrieanto, 2007, *Ekonomi Islam*. PT RajaGrafindo Persada

Muhammad Rasyid ibn 'Ali Ridwan. *Tafsir al-Manar*. Juz. V (Mesir: al-Haiah al-Misriyyah al-'Ammah li al-Kitaab. 1990 M.). hlm. 140

Mujiharjo, Bagyo , 2006. " *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan*". Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Volume V, September

Oliver, R.L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*: New York: McGraw-Hill

Parasuraman, A., Berry, L. and Zeithaml, V. (1985) "A conceptual model of SQ and its implications for future research, *Journal of Marketing*, Vol. 49, Fall, 41-50.

Robinson, S. (1999) "Measuring SQ: current thinking and future requirements", *Marketing Intelligence & Planning*, 17(1), 21-32.

Sanad Khusus, 2011, <http://www.google.com/search?q=konsep+amanah+dalam+al-qur%27an&ie=utf-8&oe=utf-8&aq=t&rls=org.mozilla:en-US:official&client=firefox-a>

Sebastianell, R. & Tamimi, N. (2002). How Products quality dimensions relate to defining quality, *International Journal of Quality and Reliability Management*, 19(4), 442-453

Shafie, Shahril, DR. Wan Nursofiza Wan Azmi, Prof Sudin Haron, 2004, *Adopting and measuring Customer Service Quality in Islamic Bank: A Case Study of Bank Islam Malaysia Berhad*, *Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, vol. 1, no. 1, KLBS Creating Dynamic Leaders

Sulistiyorini, U. T., Jati, Ida, 2005, "Buku Ajar Pemasaran Bank Syariah Polines". Semarang

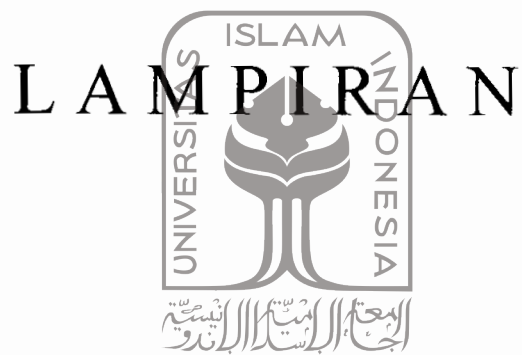
Supranto, J. 2002. *Metode Riset Aplikasi Dalam Pemasaran*. Jakarta: Rineka Cipta

Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: {Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008. hlm.48,

Tjiptono, Fandy, 1997, *Manajemen Jasa*, edisi ke dua, Andi Ofset, Yogyakarta

Utami, Anggit; Ariyani, Y. Anni, 2006, *Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah ( Studi Kasus Di Bank Syariah Mandiri Cabang Surakarta )*, *Jurnal Akuntansi dan Bisnis* Vol. 4 No. 1, FE UNS.

Utomo, Hargo, Deputy Director of Academic and Student Affairs pada Program Magister Manajemen Universitas Gadjah Mada (MMUGM). 26 Juni 2008. *Membangun Kepercayaan Publik*, 26 Juni,



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP  
BANK SYARIAH  
Studi Kasus Pada Bank Syariah di Kota Semarang

---

KONSENTRASI EKONOMI ISLAM MAGISTER STUDI ISLAM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Ykh.  
Bapak/ Ibu/ Saudara Responden  
di  
Semarang

Assalamu'alaikum Warahmatullaahi wabarakatuh

Berkenaan dengan penelitian yang saya lakukan dalam rangka menyelesaikan Studi pada Program Pasca Sarjana Magister Studi Islam ( MSI UII ) Konsentrasi Ekonom Islam mengenai Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepercayaan Nasabah terhadap bank Syariah, maka saya mohon kesediaan Bapak untuk mengisi kuesioner terlampir.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat, Oleh karena itu dimohon kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara untuk mengisi jawaban kuesioner dengan sejujur-jujurnya. Jawaban yang Bapak/ Ibu/ Saudara berikan bermanfaat dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan.

Akhir kata atas bantuan Bapak/ Ibu/ Saudara dan kerjasama yang baik saya ucapkan terimakasih.

Semarang, Desember 2010

Peneliti

Jati Handayani

KONSENTRASI EKONOMI ISLAM  
MAGISTER STUDI ISLAM ( MSI )  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA ( UII )  
YOGYAKARTA

**A. IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nama : .....
2. Jenis Kelamin:                      a. Laki-Laki                      b. Perempuan
3. Usia:    a. Kurang dari 25 tahun    b. 25 – 40 tahun    c. 40 – 55 tahun    d.  $\geq$  55 tahun
4. Pendidikan terakhir:
  - a. Diploma                      b. Sarjana
  - c. Pasca Sarjana                      d. Lainnya ..... (Sebutkan )
5. Pekerjaan:    a. PNS                      b. TNI / Polri                      c. Petani  
                    d. Nelayan                      e. Kontraktor                      f. Pedagang  
                    g. Lainnya ..... (Sebutkan )
6. Lama menjadi nasabah:
  - a. Kurang dari 5 tahun                      b. 5 – 10 tahun
  - c. Lebih dari 10 tahun
7. Apakah Bapak/ Ibu/ Saudara/ pernah dan atau sedang mengambil pembiayaan di bank Syariah:
  - a. Ya
  - b. Tidak



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

Bila pernah dan atau sedang mengambil pembiayaan, apa yang Bapak/ Ibu/ Saudara ambil: ( bisa lebih dari satu )

no	Nama Pembiayaan	Akad yang dipakai
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		

Berdasarkan Persepsi Bapak/Ibu/ Saudara tentang pembiayaan bank syariah mohon memberikan tanda silang (X) dan mengisi kuesioner berikut:



a = sangat setuju

c = tidak setuju

b =setuju

d = sangat tidak setuju

Indikator Penelitian	Periode Waktu																			
	4 tahun yang lalu			3 tahun yang lalu			2 tahun yang lalu			1 tahun yang lalu			Saat ini							
1. Bank Syariah menjalankan hukum dan prinsip syariah dengan konsisten	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
	Menurut Bapak/Ibu/ Saudara berapa periode waktu yang dibutuhkan agar dapat dikatakan konsisten																			

2	Produk Bank Syariah tidak mengandung bunga pada saat pengajuan sampai dengan pelunasan Bila Bapak/Ibu/Saudara merasa masih ada unsur bunga di bank syariah ini mohon dijelaskan!	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
3	Bank Syariah menyediakan produk dengan layanan yang Islami Menurut Bapak/Ibu/Saudara bagaimanakah layanan yang Islami itu?	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
4	Akad-akad produk Bank Syariah sesuai syariah Islam Bagaimana akad-akad produk bank syariah dapat dikatakan sesuai dengan syariah Islam menurut Bapak/Ibu/Saudara.	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
5	Bank Syariah menerapkan bagi hasil/revenue sharing /profit sharing untuk investasi dengan kesepakatan akad Bagaimana bagi hasil yang menurut Bapak/Ibu/Saudara menguntungkan	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
6	Sikap karyawan Bank Syariah ramah tamah, sopan dan bersahabat Menurut Bapak/Ibu/Saudara apa tolok ukur ramah tamah, sopan dan bersahabat bagi karyawan bank syariah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
7	Bank Syariah menyediakan layanan konsultasi keuangan bagi nasabah Bentuk layanan konsultasi keuangan yang bagaimana yang Bapak/Ibu/Saudara butuhkan	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
8	Bank Syariah menyediakan informasi yang mudah diperoleh nasabah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d

Apa saja informasi yang Bapak/ Ibu/ Saudara butuhkan?

Apakah yang menjadi tolok ukur kemudahan perolehan informasi bagi Bapak/ Ibu/ Saudara?

9	Tim manajemen Bank Syariah memiliki pengalaman dan berilmu pengetahuan yang kompeten	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
---	--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Menurut Bapak/Ibu/Saudara apa tolok ukur tim manajemen bank syariah yang berpengalaman dan berilmu pengetahuan yang kompeten?

10	Bank Syariah menyediakan layanan di banyak tempat	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Dimana sajakah Bapak/ Ibu/ Saudara dapat menerima layanan bank syariah ini?

11	Bank Syariah menyediakan sistem pelayanan yang terintegrasi	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara apa wujud layanan yang terintegrasi dalam bank syariah?

12	Bank Syariah menjamin keamanan dalam transaksi	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
----	--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Keamanan apa saja yang Bapak/ibu/Saudara butuhkan dalam bertransaksi di bank syariah?

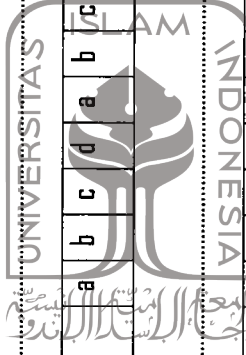
13	Bank Syariah memiliki jam buka kantor yang tepat	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
----	--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Jam berapakah menurut Bapak/ Ibu/ Saudara jam buka dan tutup kantor bank syariah yang tepat?

14	Produk yang disediakan Bank Syariah berkualitas.	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
----	--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Apa tolok ukur kualitas bagi Bapak/ibu/Saudara?

.....													
15	Produk yang disediakan Bank Syariah inovatif.	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Apa tolok ukur inovatif bagi Bapak/ibu/Saudara? .....													
16	Produk yang disediakan Bank Syariah unggul	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Menurut Bapak/ibu/Saudara apa yang menjadi tolok ukur agar produk Bank Syariah unggul? .....													
17	Produk yang disediakan Bank Syariah diversifikatif	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Menurut Bapak/ibu/Saudara mengapa demikian? .....													
18	Bank Syariah selalu memberikan pelayanan dengan cepat, tepat dan akurat	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Apa tolok ukur pelayanan cepat, tepat dan akurat bagi Bapak/ibu/Saudara? .....													
19	Bank Syariah selalu menggunakan teknologi informasi yang canggih	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Apakah yang Bapak/ibu/Saudara maksud dengan teknologi informasi yang canggih? .....													
20	Bank Syariah selalu menyediakan fasilitas gedung, tempat parkir dan fasilitas fisik lain yang representatif.	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Apa yang Bapak/ibu/Saudara maksud dengan representatif? .....													

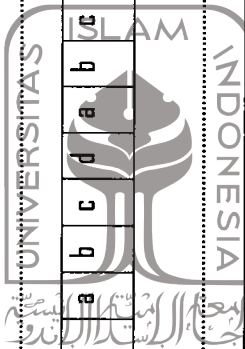


UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

21	Petugas Bank Syariah selalu siap membantu kesulitan dan melayani nasabah dengan sepenuh hati	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Menurut Bapak/Ibu/Saudara mengapa demikian?																	
.....																	
22	Petugas Bank Syariah selalu mampu memberikan perhatian dan pelayanan yang bersifat pribadi	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Pelayanan dan perhatian yang bersifat pribadi seperti apa yang Bapak/Ibu/Saudara butuhkan																	
.....																	
23	Petugas Bank Syariah selalu memberikan informasi yang tepat, cepat dan akurat sesuai yang diinginkan nasabah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Bagaimanakah Bapak/Ibu? Saudara mengetahui informasi yang diberikan cepat, tepat dan akurat																	
.....																	
24	Bank Syariah selalu memberikan pelayanan dengan segera kepada nasabah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Seberapa cepat pelayanan yang ingin Bapak/Ibu Saudara dapatkan?																	
.....																	
25	Bank Syariah selalu memberikan respon positif terhadap keluhan nasabah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Mohon dijelaskan bentuk respon positif yang bagaimana yang Bapak/Ibu/Saudara butuhkan																	
.....																	
<b>BENEFIT LOST COST</b>																	
1	Biaya administrasi pembiayaan di bank syariah murah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Seberapa murah yang Bapak/Ibu/Saudara inginkan?																	
.....																	

2	Waktu yang dipakai untuk mengurus pembiayaan di bank syariah singkat	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d						
Berapa waktu yang ideal untuk mengurus pembiayaan menurut Bapak/Ibu/Saudara ?																							
.....																							
3	Tenaga yang dikeluarkan untuk mengurus pembiayaan di bank syariah hemat energi	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d						
Menurut Bapak/Ibu/Saudara mengapa demikian																							
.....																							
4	Biaya operasional yang dibebankan oleh bank syariah lebih kecil dari bank lain	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d						
Mengapa demikian?																							
.....																							
5	Perhitungan nisbah bagi hasil, dilakukan dengan jujur dan adil/ tidak memberatkan kedua belah pihak	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d						
Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara mengapa demikian?																							
.....																							
6	Perhitungan sewa dilakukan dengan jujur dan adil/ tidak memberatkan kedua belah pihak	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d						
Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara mengapa demikian?																							
.....																							
7	Perhitungan margin dilakukan dengan jujur dan adil/ tidak memberatkan kedua belah pihak	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d						
Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara mengapa demikian?																							
.....																							
8	Denda di Bank Syariah lebih murah dibandingkan bank lain	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d						
Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara mengapa demikian?																							
.....																							
<b>KEUNGGULAN PRODUK</b>																							
				4 tahun yang				3 tahun yang				2 tahun yang				1 tahun yang				Saat ini			

	lalu				lalu				lalu							
	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
1	Produk pembiayaan Bank Syariah tidak mengandung spekulasi.															
Menurut Bapak/Ibu/Saudara mengapa demikian?																
.....																
2	Produk pembiayaan Bank Syariah tidak mengandung gharar															
Menurut Bapak/Ibu/Saudara mengapa demikian?																
.....																
3	Produk pembiayaan Bank Syariah tidak mengandung riba.															
Menurut Bapak/Ibu/Saudara mengapa demikian?																
.....																
4	Produk pembiayaan Bank Syariah tidak mengandung kebatilan															
Menurut Bapak/Ibu/Saudara mengapa demikian?																
.....																
5	Produk pembiayaan Bank Syariah tidak mengandung kezaliman															
Menurut Bapak/Ibu/Saudara mengapa demikian?																
.....																
6	Proses pembiayaan Bank Syariah dari awal sampai pelunasan tidak mengandung unsur manipulasi															
Menurut Bapak/Ibu/Saudara mengapa demikian?																
.....																



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

7	Proses pembiayaan di Bank Syariah dari awal sampai pelunasan tidak mengandung unsur gharar	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Menurut Bapak/Ibu/Saudara mengapa demikian?		.....															
8	Proses pembiayaan di Bank Syariah dari awal sampai pelunasan tidak mengandung unsur riba	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Menurut Bapak/Ibu/Saudara mengapa demikian?		.....															
9	Proses pembiayaan di Bank Syariah dari awal sampai pelunasan tidak mengandung kezaliman	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Menurut Bapak/Ibu/Saudara mengapa demikian?		.....															
10	Produk pembiayaan Bank Syariah lebih realitis dan rasional	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	
Menurut Bapak/Ibu/Saudara mengapa demikian?		.....															
11	Manfaat produk pembiayaan di Bank Syariah sesuai dengan akad yang disepakati	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Menurut Bapak/Ibu/Saudara mengapa demikian?		.....															
12	Produk pembiayaan Bank Syariah memiliki nilai lebih / orientasi dunia dan akhirat	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Menurut Bapak/Ibu/Saudara mengapa demikian?		.....															
13	Menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah menenteramkan dan membawa berkah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d

Menurut Bapak/Ibu/Saudara mengapa demikian?

14	Jangka waktu pembiayaan di Bank Syariah panjang	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Menurut Bapak/Ibu/Saudara berapa jangka waktu ideal untuk pembiayaan? Mengapa?

15	Agunan yang disyaratkan dalam pembiayaan Bank Syariah tidak memberatkan nasabah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Menurut Bapak/Ibu/Saudara bagaimana kedudukan agunan dalam suatu pembiayaan? Mengapa?

16	Studi kelayakan untuk pembiayaan di Bank Syariah tidak berbelit-belit	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Menurut Bapak/Ibu/Saudara apa yang menjadi tolok ukur tidak berbelit-belit dalam hal tersebut?

KEADILAN DAN KEJURUAN HARGA		4 tahun yang lalu				3 tahun yang lalu				2 tahun yang lalu				1 tahun yang lalu				Saat ini			
-----------------------------	--	-------------------	--	--	--	-------------------	--	--	--	-------------------	--	--	--	-------------------	--	--	--	----------	--	--	--

1 Margin, yang ditawarkan Bank Syariah lebih rasional

Menurut Bapak/Ibu/Saudara mengapa lebih rasional?

2	Nisbah bagi hasil yang ditawarkan Bank Syariah lebih rasional	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Menurut Bapak/Ibu/Saudara mengapa demikian?

3	Bagi hasil yang ditawarkan Bank Syariah lebih menguntungkan	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Keuntungan apa yang Bapak/Ibu/Saudara peroleh dari bagi hasil ?

4	Sewa yang ditawarkan Bank Syariah lebih rasional	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
---	--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara mengapa demikian?

5	Margin, yang ditawarkan Bank Syariah lebih adil	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara mengapa demikian?

6	Nisbah bagi hasil yang ditawarkan Bank Syariah lebih adil	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara mengapa demikian?

7	Bagi hasil yang ditawarkan Bank Syariah lebih adil	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
---	--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

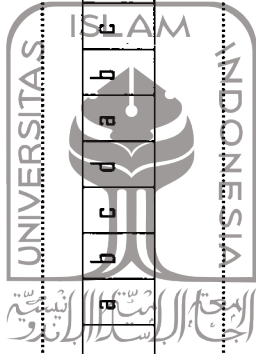
Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara mengapa demikian?

8	Sewa yang ditawarkan Bank Syariah lebih adil	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
---	--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara mengapa demikian?

9	Margin, yang ditawarkan Bank Syariah lebih kompetitif	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara mengapa demikian?

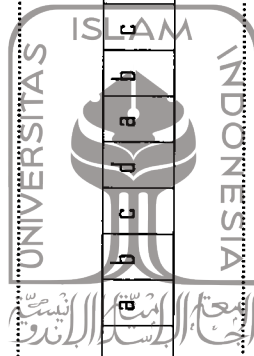


UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

10	Nisbah bagi hasil yang ditawarkan Bank Syariah lebih kompetitif	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
	Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara mengapa demikian?	.....															
11	Bagi hasil yang ditawarkan Bank Syariah lebih kompetitif	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
	Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara mengapa demikian?	.....															
12	Sewa yang ditawarkan Bank Syariah lebih kompetitif	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
	Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara mengapa demikian?	.....															
13	Margin yang ditawarkan Bank Syariah lebih kecil dibandingkan dengan bank lain	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
	Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara mengapa demikian?	.....															
14	Nisbah yang ditawarkan Bank Syariah lebih besar dibandingkan dengan bank lain	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
	Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara mengapa demikian?	.....															
15	Bagi hasil yang diberikan Bank Syariah lebih besar dari bank lain	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
	Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara mengapa demikian?	.....															
16	Sewa yang ditawarkan Bank Syariah lebih murah dibandingkan dengan bank lain	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
	Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara mengapa demikian?	.....															

17	Informasi harga yang dibayar untuk pembiayaan Bank Syariah disepakati kedua belah pihak	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Apa saja informasi harga yang Bapak/ Ibu/ Saudara butuhkan?																	
18	Bank Syariah maupun nasabah saling menginformasikan dengan jujur mengenai harga sebelum transaksi	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara mengapa demikian?																	
19	Harga yang ditawarkan Bank Syariah lebih adil dibandingkan dengan bank lain	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara mengapa demikian?																	
20	Bank Syariah dan nasabah bisa saling mengontrol realisasi kesepakatan dalam akad	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara dalam apa yang harus dikontrol kedua belah pihak?																	
KEPUJUAN																	
1	Saya selama ini puas menggunakan Produk pembiayaan Bank Syariah karena dapat memenuhi kebutuhan	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Apa yang menjadi kriteria agar produk dapat memuaskan kebutuhan Bapak/Ibu/ Saudara ?																	

2	Saya selama ini puas terhadap proses transaksi pembiayaan pada Bank Syariah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Apa yang menjadi tolok ukur transaksi yang memuaskan menurut Bapak/ Ibu/ Saudara? .....													
3	Saya selama ini puas terhadap jangka waktu pembiayaan yang ditawarkan Bank Syariah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Berapa jangka waktu pembiayaan yang ideal dan memuaskan Bapak/ Ibu/ Saudara? .....													
4	Saya puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Kualitas pelayanan yang bagaimana dapat memberikan kepuasan kepada Bapak/ Ibu/ Saudara? ..... .....													
5	Saya puas terhadap margin yang ditetapkan Bank Syariah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Menurut bapak/ibu saudara mengapa margin yang ditetapkan memuaskan? .....													
6	Saya puas terhadap nisbah yang ditetapkan Bank Syariah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Menurut bapak/ibu/ Saudara apa yang menjadi tolok ukur nisbah yang memuaskan? .....													
7	Saya puas terhadap sewa yang ditetapkan Bank Syariah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Kepuasan seperti apa yang Bapak/ Ibu / Saudara butuhkan bila menyewa di bank syariah? .....													



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

.....													
8	Saya puas karyawan Bank Syariah selalu tidak ragu-ragu mencari waktu untuk melayani nasabah lebih baik	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Bagaimanakah Bapak/Ibu/ Saudara mengetahui karyawan Bank Syariah tidak ragu-ragu melayani nasabah? .....													
9	Saya puas karyawan Bank Syariah selalu mengetahui dengan baik produk yang ditawarkan	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Bagaimana Bapak/Ibu/ Saudara mengetahui bahwa karyawan bank mengetahui dengan baik produk yang ditawarkan .....													
10	Saya puas karyawan Bank Syariah selalu mengetahui kebutuhan nasabah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Bagaimana mendeteksi bahwa karyawan Bank Syariah mengetahui kebutuhan Bapak/Ibu/ Saudara? .....													
11	Saya puas Bank Syariah selalu menjalankan syariah Islam dalam setiap aspek kegiatannya	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara kepuasan apa yang menjadi tolak ukur kepatuhan bank syariah menjalankan syariah Islam .....													
12	Saya puas tidak perlu datang berkali-kali ke Bank Syariah untuk menyelesaikan masalah tertentu	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Berapa kali Bapak/ ibu/ Saudara idealnya harus datang ke bank syariah untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi dengan memuaskan? .....													
13	Saya puas Bank Syariah tidak pernah salah dalam memberi informasi transaksi buat saya	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Menurut Bapak/Ibu/ Saudara berapa kali dapat ditolerir agar tetap memuaskan, bila bank syariah memberikan informasi yang salah? .....													

14	Saya puas dengan pelayanan telpon yang diberikan Bank Syariah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Layanan lewat telepon yang bagaimana yang memuaskan Bapak/ Ibu/ Saudara ?																	
.....																	
15	Saya puas jaringan ATM Bank Syariah bekerja sama dengan jaringan ATM bank lain	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Jaringan ATM apa saja yang pernah Bapak/ Ibu / Saudara gunakan dengan memakai ATM Syariah ?																	
.....																	
16	Saya puas jaringan ATM Bank Syariah luas dan dapat memenuhi kebutuhan nasabah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Kebutuhan apa sajakah yang dapat dipenuhi menggunakan ATM bank syariah ini																	
.....																	
.....																	
17	Saya puas karyawan Bank Syariah tidak pernah merujuk kepada karyawan lainnya atau atasannya ketika melayani nasabah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Berapa kali dapat ditolerir bila karyawan bank syariah terpaksa merujuk kepada atasannya/ karyawan lainnya dalam melayani nasabah? .....																	
.....																	
18	Saya puas waktu yang dibutuhkan untuk merealisasikan pembiayaan di bank syariah cepat	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Menurut Bapak/ Ibu/ saudara berapa hari waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan realisasi pembiayaan dengan cepat? .....																	
.....																	
19	Saya puas terhadap keadilan dan kejujuran harga pembiayaan pada Bank Syariah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Keadilan dan kejujuran harga yang bagaimana yang dapat memuaskan Bapak/ Ibu/ Saudara? .....																	
.....																	
20	Saya puas terhadap semua fasilitas pembiayaan Bank Syariah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Fasilitas pembiayaan yang bagaimana yang dapat memenuhi kepausan Bapak/ Ibu/																	

Saudara?.....

21	Saya puas terhadap pengorbanan biaya untuk mendapatkan pembiayaan di Bank Syariah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Pengorbanan biaya yang bagaimana dapat memuaskan Bapak/ ibu/ Saudara dalam mendapatkan pembiayaan di bank syariah.....

KEPERCAYAAN		4 tahun yang lalu				3 tahun yang lalu				2 tahun yang lalu				1 tahun yang lalu				Saat ini			
1	Saya percaya terhadap pembiayaan Bank Syariah yang BERSIH PRODUK	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d

Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara kriteria apa saja yang harus dipenuhi agar pembiayaan bank syariah bersih produk?.....

2	Saya percaya pembiayaan Bank Syariah BERSIH PROSES	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
---	--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara apa yang dimaksud dengan bersih proses?.....

3	Saya percaya Bank Syariah konsisten menerapkan konsep syariah terhadap pembiayaan	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara apa syaratnya agar pembiayaan dikatakan konsisten dalam menerapkan konsep syariah ?.....

4	Saya percaya Bank Syariah peduli terhadap kesulitan nasabah pembiayaan	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
---	--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Kepedulian yang bagaimana yang Bapak/ Ibu/ Saudara butuhkan ketika mengalami kesulitan ?.....

5	Saya percaya menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah lebih baik	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
---	--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Berkeh seperti apa yang dapat dirasakan dengan menggunakan pembiayaan bank syariah

6 Saya percaya mengajak orang/ perusahaan lain menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah merupakan kewajiban

Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara mengapa hal itu perlu dilakukan ?

7 Saya percaya mengajak orang/ perusahaan lain menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah merupakan kewajiban

Mengapa Bapak/ Ibu/ Saudara melakukan hal tersebut

8 Saya percaya bertransaksi di bank syariah menjadikan hidup saya tenteram, damai dan penuh kepastian

Mengapa Bapak/ Ibu/ Saudara berpendapat demikian

9 Saya percaya Bank Syariah lebih baik

Mengapa nasabah perlu diajak dalam program promosi bank syariah

10 Saya percaya Bank Syariah lebih fleksibel dari bank lain

Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara mengapa demikian?

11 Saya percaya Bank Syariah menyediakan pembiayaan dengan fitur yang lengkap

Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara bilamana fitur produk bank dikatakan lengkap?

12	Saya percaya semua transaksi keuangan dilakukan Bank Ssyariah dengan jujur, transparan dan akuntabel	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara bilamana suatu transaksi dilakukan dengan jujur, transparan dan akuntabel?																	
.....																	
13	Saya percaya bukti fisik Bank Syariah mencerminkan nilai-nilai yang sesuai syariah Islam	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
.Bukti fisik yang bagaimana yang syar'i menurut bapak/ Ibu/ Saudara?																	
.....																	
14	Saya percaya kepada kehandalan Bank Syariah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Menurut Bapak/ Ibu/ Saudara apa tolok ukur kehandalan bagi suatu bank syariah?																	
.....																	
15	Saya percaya Bank Syariah mempunyai daya tanggap yang baik terhadap nasabah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Daya tanggap yang bagaimana yang bapak/ Ibu/Ssaudara butuhkan																	
.....																	
16	Saya percaya para petugas Bank Syariah memberikan jaminan terhadap transaksi nasabah	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Wujud jaminan transaksi yang seperti apa yang Bapak/ Ibu/ Saudara butuhkan																	
.....																	
17	Saya percaya Bank Syariah peduli dan memberi perhatian secara individu kepada pelanggan	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d
Kepedulian dan perhatian apa yang Bapak/ Ibu/ Saudara butuhkan																	
.....																	

Apakah Bapak/ Ibu menginginkan ringkasan hasil penelitian ini ?

- a. Ya
- b. Tidak

Apabila Ya dikirim ke:

Nama : .....

Alamat : .....

.....

Telp : .....

Terimakasih atas bantuan dan kerjasamanya

Semoga bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan menjadikan amal

UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA



BULASI DATA RESPONDEN PEMBIAYAAN

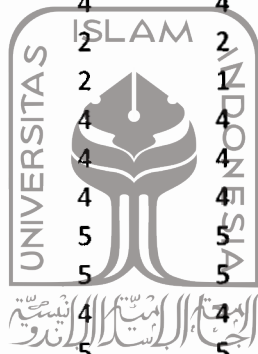
bank	kelamin	us ia	pendidikan	pekerjaan	lama nas	pembiayaa	pertama	
1	2	2	2	2	1	2	1	5
2	1	1	2	3	7	1	1	5
3	1	1	2	3	1	2	1	5
4	1	2	2	3	7	2	1	4
5	1	1	2	2	7	2	1	4
6	1	1	2	2	7	1	1	4
7	1	1	2	3	1	1	1	4
8	1	2	2	1	7	1	1	5
9	2	2	3	3	1	2	1	4
10	2	1	2	3	1	2	1	2
11	2	2	3	2	7	1	1	2
12	2	2	2	1	1	1	1	4
13	2	2	2	2	7	1	1	4
14	2	2	2	2	1	1	1	5
15	2	2	2	2	7	1	1	4
16	2	2	2	1	7	1	1	4
17	2	1	3	2	1	3	1	4
18	2	1	3	3	7	2	1	5
19	2	1	2	3	7	3	1	5
20	1	1	3	3	1	1	1	4
21	2	1	2	1	7	1	1	5
22	2	1	2	4	7	1	1	5
23	2	2	3	2	1	1	1	4
24	2	2	2	3	7	3	1	5
25	2	1	2	1	7	1	1	4
26	2	1	2	1	1	1	1	4
27	2	2	3	3	1	1	1	4
28	2	2	2	2	7	1	1	4
29	2	1	2	2	7	1	1	4
30	2	1	2	2	7	1	1	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

dua	KP1 TAHUN				KP2 TAHUN			
	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima

5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	1	1	1	1	1
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	5	5	2	2	4	5	5
4	4	4	4	2	2	2	1	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



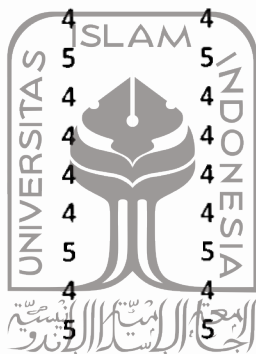
UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

KP3 TAHUN					KP4 TAHUN			
utama	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	2	2	2
2	2	4	5	4	5	4	4	5
1	1	2	4	4	5	5	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

lima	pertama	kedua	KP5 TAHUN			KP6 TAHUN		
			ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	1	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	2	2	2	2	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4

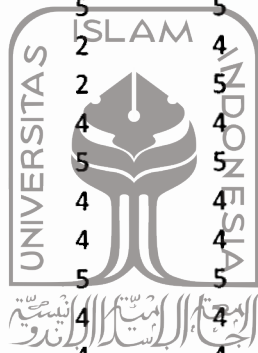


UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

KP7  
TAHUN

empat kelima pertama kedua ketiga keempat kelima pertama kedua

5	5	5	5	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	2	2	2	2	2	2	2
5	5	4	4	4	4	4	5	5
4	4	2	2	2	2	2	2	2
4	4	5	5	5	5	5	2	2
5	5	2	2	2	2	4	4	4
2	5	1	1	2	2	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	1	1
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	2	2	2	2	2	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4

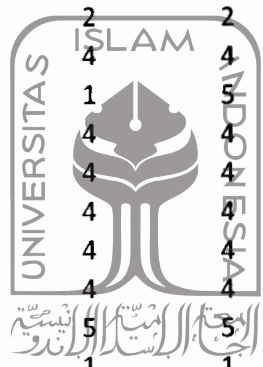


UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

KP8  
 TAHUN  
 ← tiga    keempat    kelima    pertama    kedua

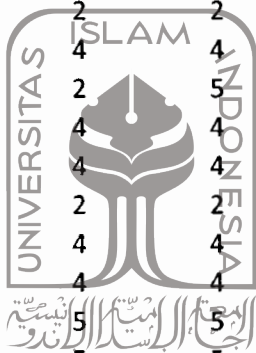
KP9  
 TAHUN  
 ketiga    keempat    kelima    pertama

4	4	5	5	4	4	4	5	2
5	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	2
5	5	5	4	4	4	5	5	4
2	2	2	2	2	2	2	2	4
5	5	5	4	4	4	4	5	2
2	2	2	4	4	4	4	4	2
2	2	2	2	2	2	2	2	4
4	5	5	4	4	4	4	4	4
2	5	4	2	1	1	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	1	1	1	1	1	1	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
 ISLAM  
 INDONESIA

-	KP10					KP11				
	TAHUN	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima	
4	4	4	4	5	2	2	4	4	5	
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	
4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	
2	1	2	2	2	2	4	2	2	2	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
2	2	4	4	4	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	



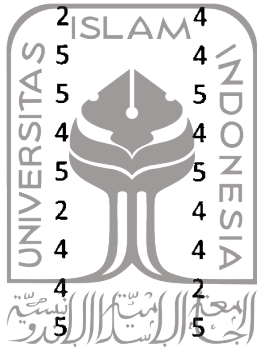
UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

K UALITAS PELAYANAN

KP12  
TAHUN

KP13  
TAHUN

	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat	
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	4	4	2
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	4	4	4	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

			KP14 TAHUN			KP15 TAHUN		
lima	pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga
5	4	4	5	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5
5	4	4	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	2	2	2	2	1	1	1
4	4	4	4	4	4	2	2	2
5	4	4	4	4	4	2	4	4
5	5	4	5	5	4	1	1	1
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

KP16  
TAHUN

empat kelima pertama kedua ketiga keempat kelima pertama kedua

5	5	2	2	2	2	4	2	2
5	5	4	4	4	4	4	5	5
2	2	4	4	4	4	4	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	5	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	4	4	4	4	4	4	4
1	1	2	2	2	2	2	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	2	2	4	4	4	4	4
1	1	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

KP17				KP18				
TAHUN				TAHUN				
tiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama

4	4	5	2	2	4	4	5	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	2	2	2	2	2	4
4	4	4	4	4	4	4	4	2
5	5	5	5	5	5	5	5	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	5	5	4	4	4	5	5	4
2	2	2	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	4	4	4	4	4	5
4	4	4	2	2	2	2	2	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	2	2	2	2	2	2
4	4	4	2	2	2	2	2	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

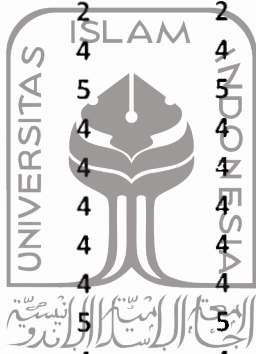
dua	KP19 TAHUN				KP20 TAHUN				
	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima	
2	4	5	5	4	4	5	5	5	
5	5	5	5	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	2	2	2	2	2	
2	2	2	2	2	2	2	2	2	
4	4	5	5	4	4	4	4	4	
2	2	2	2	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	2	2	2	2	2	
2	2	2	2	4	4	4	4	4	
2	2	2	2	2	2	2	2	2	
4	4	4	4	4	4	4	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	4	4	4	4	4	
2	2	2	2	2	2	2	2	2	
5	5	5	5	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	4	4	4	4	4	
2	2	2	2	2	2	2	2	2	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA



kelima	pertama	kedua	KP23 TAHUN			KP24 TAHUN		
			ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga
5	4	4	5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	2	2	2
1	4	4	4	4	4	5	4	4
1	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5
1	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

KP25  
TAHUN

empat kelima pertama kedua ketiga keempat kelima pertama kedua

5	5	4	4	4	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4
2	2	4	4	4	4	4	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	2	2
4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	2	2
4	4	4	4	4	4	4	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	2	2
4	4	2	2	2	2	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

BLC1				BLC2				
TAHUN				TAHUN				
tiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama

5	5	5	4	5	5	5	5	4
5	5	5	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	2	2	2	2	2	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	4	5	5	4
2	2	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	2	2	2	2	2	4
4	4	4	4	4	4	4	4	2
2	2	2	2	2	2	2	2	4
4	4	4	2	2	2	2	2	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	2
2	2	2	2	2	2	2	2	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

BENEFIT L

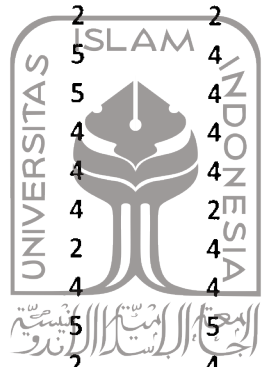
dua	BLC3 TAHUN				BLC4 TAHUN				kelima
	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat		
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	1	1	1	1	1
4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
2	2	2	2	2	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

T COST

		BLC5 TAHUN					BLC6 TAHUN		
utama	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	1	1	1	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	2	2	2	
2	2	2	2	2	2	2	2	2	
2	2	4	4	5	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	2	4	4	
2	2	2	2	2	2	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
2	2	2	2	2	2	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

BLC7  
TAHUN

BLC8  
TAHUN

lima	pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	1	1	1
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	5	5	5
4	5	5	5	5	5	4	4	2
4	2	2	2	2	2	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

UP1  
TAHUN

empat kelima pertama kedua ketiga keempat kelima pertama kedua

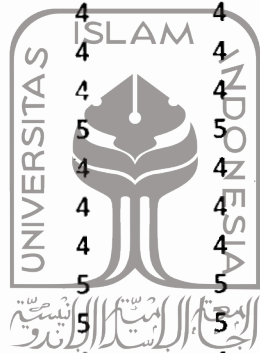
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	2	2
5	5	5	5	5	5	5	4	4
2	2	5	5	5	5	5	4	4
5	5	4	4	4	4	4	2	2
4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

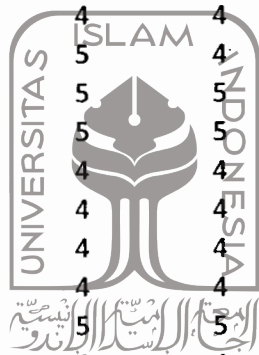


dua	UP4 TAHUN				UP5 TAHUN			
	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	2
4	4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

UP6 TAHUN					UP7 TAHUN			
pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA



UP10  
TAHUN

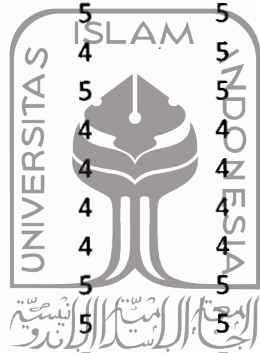
empat kelima pertama kedua ketiga keempat kelima pertama kedua

5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	2	2
5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	2	2	2	2	2	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



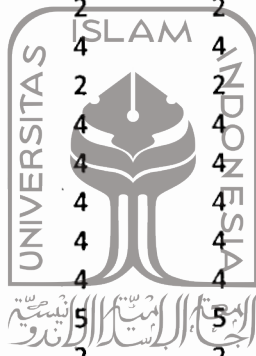
UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

UP11 TAHUN		UP12 TAHUN						
tiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	4	5	5	4
2	2	2	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

	UP13 TAHUN				UP14 TAHUN				
	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	2	2	2	2	2	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	2	2	2	2	2
4	4	5	5	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

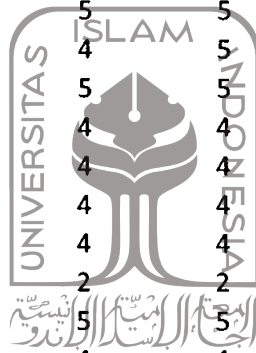




AH3  
TAHUN

empat kelima pertama kedua ketiga keempat kelima pertama kedua

5	5	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	2	2
2	2	5	5	5	5	5	4	4
5	5	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA





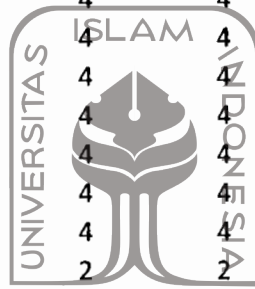
rata	AJH8 TAHUN				AJH9 TAHUN			
	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat
5	5	5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	4	4	4	4
2	2	2	2	2	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

KEADILAN DAN KEJUJURAN HARGA

kelima	AJH10 TAHUN					AJH11 TAHUN		
	pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	5
2	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4

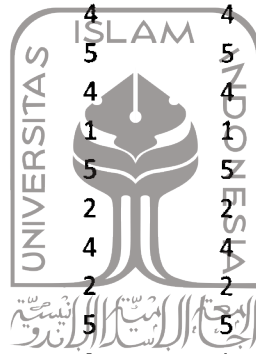


UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

AJH12  
TAHUN

keempat kelima pertama kedua ketiga keempat kelima pertama kedua

4	4	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	2	2
4	4	4	4	4	4	4	2	2
4	4	4	4	4	4	4		
5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	2	2	2	2	2	1	1
4	4	4	4	4	4	4	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	2	2
4	4	1	1	1	1	1	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	2	2	2	2	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

AJH13  
TAHUN

AJH14  
TAHUN

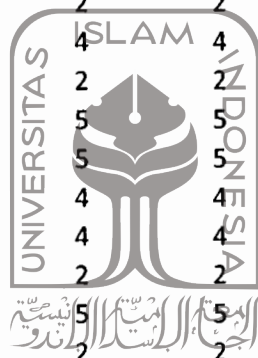
tiga      keempat      kelima      pertama      kedua      ketiga      keempat      kelima      pertama

4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	2	2	2	2	2	4
4	4	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	5
1	1	1	2	2	2	2	2	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	4	4	4	4	4	2
4	4	4	2	2	2	2	2	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	2	2	2	2	2	2
4	4	4	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

	AJH15 TAHUN				AJH16 TAHUN			
dua	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima
4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	5	5	5	4	5	4	4	4
4	4	4	4	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

AJH17 TAHUN					AJH18 TAHUN			
utama	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	2	2	2	2



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

	AJH19 TAHUN					AJH20 TAHUN		
lima	pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga
5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	2	2	2	2	2	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	4	4	4	4
4	2	2	2	2	2	4	4	4
4	4	4	4	4	4	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	2	2	2	2	2	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

puas1  
TAHUN

keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
4	2	2	2	2	2	2	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	2	2
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

PUAS1

puas2 TAHUN				puas3 TAHUN				
•tiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama
4	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	4	4	4	4	4	2
5	5	5	4	4	4	5	5	4
2	2	2	4	4	4	4	4	2
4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



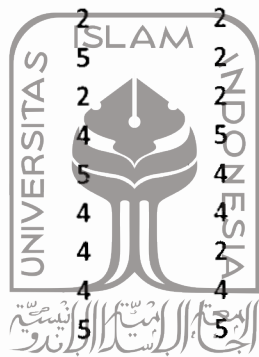
UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

dua	puas4 TAHUN				puas5 TAHUN			
	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima
4	5	5	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	5	5	5	4	4	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4
2	2	2	2	2	2	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

puas6 TAHUN					puas7 TAHUN			
pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat
4	4	5	5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	2	2	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

kelima	puas8 TAHUN					puas9 TAHUN			
	pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	
5	4	4	4	4	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4



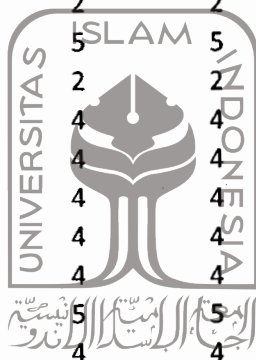
UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

puas10

TAHUN

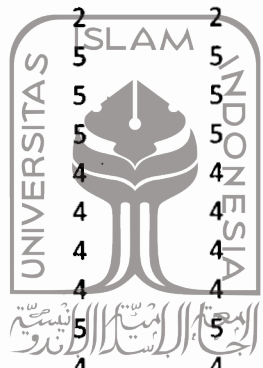
empat kelima pertama kedua ketiga keempat kelima pertama kedua

5	5	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	2	2	2	2	2	5	5
4	4	2	2	2	2	2	2	2
5	5	4	4	4	4	5	5	5
4	4	2	2	2	2	2	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5
5	5	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



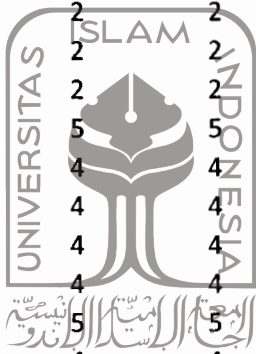
UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

PUASAN			puas12						
puas11			TAHUN						
	tiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4



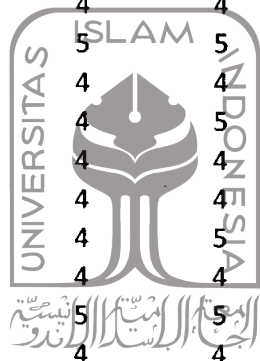
UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

	puas13 TAHUN				puas14 TAHUN				
	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima	
4	5	5	5	4	4	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	2	2	2	2	2	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	5	5	
2	2	2	2	2	2	2	2	2	
2	2	2	2	2	2	2	2	2	
5	5	5	5	2	2	2	2	2	
2	2	2	2	2	2	2	2	2	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	



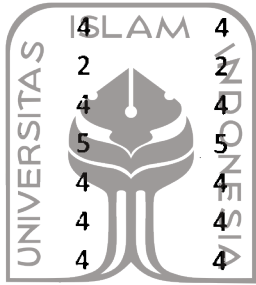
UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

puas15 TAHUN					puas16 TAHUN				
pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
2	2	2	2	2	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

	puas17 TAHUN					puas18 TAHUN			
lima	pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	
5	4	4	4	4	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	2	2	2	2
4	2	2	2	2	2	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

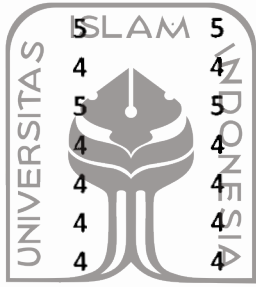


UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

puas19  
TAHUN

empat kelima pertama kedua ketiga keempat kelima pertama kedua

5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	2	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5
2	2	4	4	4	4	4	2	2
2	2	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



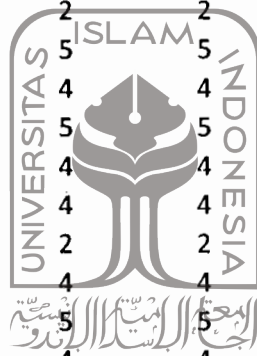
UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

puas20  
TAHUN

puas21  
TAHUN

tiga      keempat      kelima      pertama      kedua      ketiga      keempat      kelima      pertama

4	4	5	4	4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	1	1	1	1	1	1	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	2	2	2	2	2	2	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	2	2	2	2	2	2	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

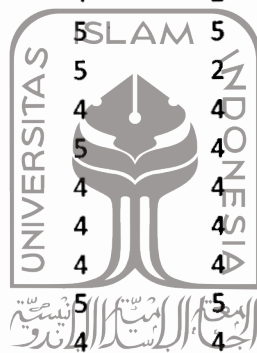
dua	pcy1 TAHUN			pcy2 TAHUN			kelima	kelima	kelima
	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga			

5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	2	2	2	2	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4



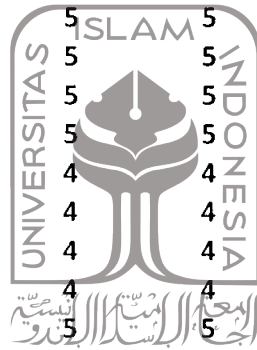
UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

pcy3 TAHUN					pcy4 TAHUN				
pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat	
4	4	5	5	5	4	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	2	2	2	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	2	2	2	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	5	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	4	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	2	2	2	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

	pcy5 TAHUN					pcy6 TAHUN			
	pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	
5	5	5	5	5	5	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	2	2	2	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	2	2	2	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
2	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
2	5	5	5	5	5	4	4	4	
4	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	2	2	2	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	2	2	2	
2	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	

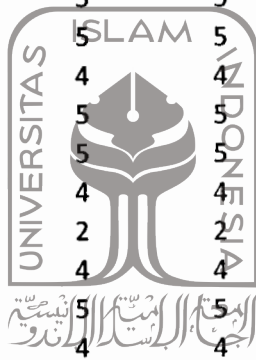


UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

pcy7  
TAHUN

empat kelima pertama kedua ketiga keempat kelima pertama kedua

4	4	4	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	4	4	4	4	4	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	4	4
2	2	2	2	2	2	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

pcy8  
TAHUN

pcy9  
TAHUN

tiga      keempat    kelima      pertama    kedua      ketiga      keempat    kelima      pertama

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	2	2
2	2	2	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	5	5	5	5	5	5	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4



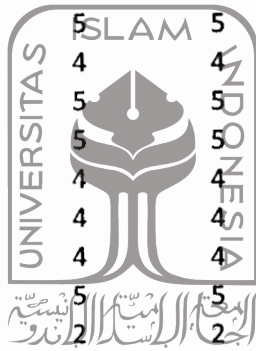
UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

dua	pcy10 TAHUN				pcy11 TAHUN			
	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima
5	5	5	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	4	4	4	4	4	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



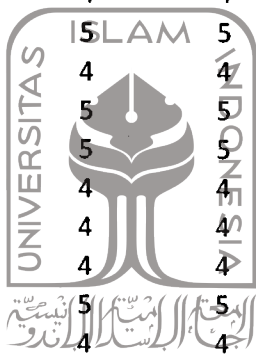
UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

pcy12 TAHUN					pcy13 TAHUN				
pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga	keempat	
4	4	4	4	4	4	4	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	2	2	2	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
2	2	2	2	2	2	2	2	2	
2	2	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

pcy14 TAHUN					pcy15 TAHUN			
-lima	pertama	kedua	ketiga	keempat	kelima	pertama	kedua	ketiga
5	4	4	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	2	2	2	2	4	4	4
2	4	4	4	4	4	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

pcy16  
TAHUN

empat kelima pertama kedua ketiga keempat kelima pertama kedua

4	4	4	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	2	2
4	4	5	5	5	5	5	4	4
2	2	4	4	4	4	4	2	2
5	5	5	5	5	5	5	2	2
4	4	4	4	4	4	4	2	2
5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

pcy17  
TAHUN  
tiga      keempat      kelima

4	4	4
5	5	5
5	5	5
4	4	4
5	5	5
5	5	5
4	4	4
2	2	2
4	4	4
2	2	2
2	2	2
2	2	2
4	4	4
5	5	5
4	4	4
4	4	4
2	2	2
5	5	5
4	4	4
4	4	4
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
2	2	2
4	4	4



UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Jati Handayani, Se  
Tempat/Tanggal Lahir : Kebumen/ 12 Maret 1964  
Alamat : Jl. Tlogosari Utara Iv/7 Rt5 Rw 1 Tembalang  
Semarang Kode Pos 50275  
Riwayat Pendidikan :

NO	SEKOLAH	LULUS TAHUN
1	SD NEGERI PRAJURITAN	1976
2	SMP NEGERI II KUTOARJO	1980
3	SMA NEGERI KUTOARJO	1983
4	FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS DIPONEGORO	1991

Riwayat Pekerjaan :

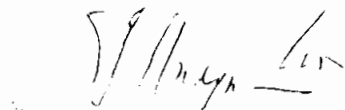
NO	INSTANSI	TAHUN
1	Mitra Biro Pusat Statistik Propinsi Jateng	1989-1991
2	Staf Pengajar Prodi Keuangan & Perbankan Polines	1991- Sekarang

Saat ini sedang menempuh studi lanjut di program Pascasarjana Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Demikian Daftar Riwayat Hidup ini dibuat dengan sejujurnya dalam rangka mengikuti ujian tesis di MSI UII Yogyakarta.

Yogyakarta, 10 Maret, 2012

Yang membuat



Jati Handayani, S.E.