

**LOYALITAS NASABAH SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PENGARUH
CITRA PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP SWITCHING
INTENTION PADA NASABAH BANK MUAMALAT INDONESIA**



Oleh:

Mariska SR HS

NPM: 20140730006

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018

NOTA DINAS

Lamp. : 03 eks. Skripsi

Yogyakarta, 30 April 2018

Hal : Persetujuan

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah

Yogyakarta

Assalamu alaikum wr. wb

Setelah menerima dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : **Mariska SR HS**

NPM : **20140730006**

Judul : **LOYALITAS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP SWITCHING INTENTION PADA NASABAH BANK MUAMALAT INDONESIA**

Telah memenuhi syarat untuk diajukan pada ujian akhir tingkat Sarjana pada Fakultas Agama Islam Prodi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Bersama ini saya sampaikan naskah skripsi tersebut dengan harapan dapat diterima dan segera di munaqsyahkan.

Atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu alaikum wr.wb

Dosen Pembimbing



(M. Zakiy, S.EI., M.Sc)

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**LOYALITAS NASABAH SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PENGARUH
CITRA PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP *SWITCHING*
INTENTION PADA NASABAH BANK MUAMALAT INDONESIA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Mariska SR HS

NPM : 20140730006

Telah dimunaqosyahkan di depan Sidang Munaqosyah Prodi Ekonomi Syariah pada tanggal 22 Mei 2018 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima:

Sidang Dewan Munaqasyah Skripsi

Ketua Sidang : Aqidah Asri Suwarsi, S.E., M.El. ()

Pembimbing : Muhammad Zakiy, S.E.I., M.Sc. ()

Penguji : Syarif As'ad, S.E.I., M.SI. ()

Yogyakarta, 22 Mei 2018

Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dekan,



Dr. Akif Khilmiyah, M.Ag.

NIK: 19680212199202113016

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : **Mariska SR HS**

Nomor Mahasiswa : **20140730006**

Program Studi : **Ekonomi Syariah**

Judul : **LOYALITAS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP *SWITCHING*
INTENTION PADA NASABAH BANK MUAMALAT
INDONESIA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 30 April 2018

Yang membuat pernyataan

Mariska SR HS

MOTTO

*Sebuah harapan yang kuat dapat
membuat mimpimu menjadi nyata.*

Yakinlah!!!

*Sulit bukan berarti tidak mungkin,
dan tidak mungkin bukan berarti tidak bisa.*

(@mariskasrhs)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayahnya, yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran dan kemudahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini untuk mendapatkan gelar sarjana. *“Skripsi ini saya persembahkan untuk ibuku tercinta terimakasih atas segala Doa, dukungan dan motivasi”*

1. Keluarga besarku Hj. Salamah yang selalu menjadi panutan bahwa pentingnya pendidikan bagi peneliti. Teruntuk mamaku tercinta E.N Siti Sokhifah terimakasih atas segala doa, kasih sayang, perhatian, dukungan baik secara moral, materil, motivasi dan lain sebagainya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Terimakasih kepada Aiptu Setio Purwanto (*my stepfather*) yang selalu memberikan motivasi, ilmu, candaan serta kehangatan dalam keluarga sehingga penulis tetap semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.
3. Terima kasih kepada ayah kandung tercinta Hisam Rahman HS yang selalu memberi masukan dalam penelitian via telfon dan video call, serta perhatian dan doa kepada peneliti.
4. Terimakasih kepada Robby Shihabillah R S.Kom dan Amelia Yuni S S.Ikom selaku kakak kandung peneliti yang selalu memberikan support dan doa pada peneliti.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua dan hanya ucapan terimakasih banyak yang mampu saya ucapkan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, petunjuk dan kasih sayang-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan ini. Proses penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan oleh banyak pihak secara langsung maupun tidak langsung, mengingat keterbatasan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa syukur dan ucapan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P. selaku rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Bapak Dr. Akif khilmiyah, M.Ag. selaku dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Bapak Dr. Maesyaroh, MA. selaku ketua program studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam yang bijaksana dan selalu memperhatikan mahasiswanya dan mempermudah segala proses sehingga mempermudah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Muhsin Hariyanto, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak Muhammad Zakiy, S.El., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang selalu sabar, dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan kontribusi serta solusi dari setiap permasalahan penyusunan dan penulisan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan berkualitas.

6. Seluruh staf pengajar program studi Ekonomi Syariah atas segala ilmu, bimbingan, didikan, dan teladan sehingga memberikan penulis pengetahuan dan cara berfikir yang lebih baik, serta seluruh karyawan program studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam yang tidak dapat saya tulis satu persatu, terimakasih atas kesabaran dan keramahan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
7. Terimakasih kepada HIMEPI UMY (Himpunan Mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam) angkatan 2015-2016 serta HIMEPI UMY angkatan 2016-2017 yang telah memberikan motivasi dan mendoakan peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
8. Terimakasih untuk keluarga EPI A 2014 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang selalu mendoakan dan mendukung dalam penulisan skripsi ini.
9. Terimakasih kepada anggota bimbingan mas Zakiy khususnya yang sudah saling support dan share satu sama lain.
10. Terimakasih kepada sahabat sekaligus keluarga Rima, Risa, Herlina, Annychun dan Rizky yang selalu memberikan support, motivasi dan bantuan kepada peneliti selama kuliah.
11. Terima kasih teman-teman KKN 148 Neneng, Rizky, Fajar, Dicky, Adimas, Oin, Rizkita, Sundari, Rani yang telah menjadi keluarga dan bagian terpenting ketika perkuliahan.
12. Terimakasih untuk teman-teman seperjuangan Raka, Kesty, Rima, Ais untuk selalu memberikan semangat kepada peneliti. Terimakasih keluarga-keluargaku di

Jogja mba Diana, Nisa, Ipeh, ka Nana, Nanda, Erik, lukman, ka Jabbar, kak Ikka, ka Ichun, ka Faisal, Zen, Syahrul atas segala bantuan semasa kuliah.

13. Terimakasih untuk kakak-kakak angkatan 2012, 2013 serta adik-adikku angkatan 2015 sudah menjadi teman baik semasa kuliah, semoga sukses dalam perkuliahan maupun pekerjaannya..
14. Serta seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberi bantuan dalam mempermudah penyusunan dan penulisan skripsi ini yang belum tercatat namanya karna keterbatasan penulis. Semoga Allah SWT mencatat segala amal baik anda sekalian, Aamiin.

Yogyakarta, 30 April 2018

Mariska SR HS

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
NOTA DINAS	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
TRANSLITERASI.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	6
C. TUJUAN PENELITIAN.....	7
D. MANFAAT PENELITIAN.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
A. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
B. LANDASAN TEORI	13
C. PERILAKU KONSUMEN DAN PEMASARAN DALAM ISLAM.....	15
D. CITRA PERUSAHAAN (ORGANIZATIONAL IMAGE)	19
E. KEPERCAYAAN (<i>TRUST</i>).....	20
F. LOYALITAS NASABAH.....	22
G. SWITCHING INTENTION.....	23
H. HIPOTESIS PENELITIAN.....	25

BAB III	31
METODE PENELITIAN.....	31
A. Desain Penelitian.....	31
B. Populasi dan Sampel	31
1. Populasi.....	31
2. Sampel.....	32
C. Teknik Pengumpulan Data	33
D. Teknik Penentuan Skala	34
E. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	34
1. Variabel Independen (X).....	35
2. Variabel Dependen (Y).....	36
3. Variabel Intervening/Mediasi (Z)	36
F. Pengujian Model Pengukuran dan Model Struktural	37
BAB IV	42
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Hasil Penyebaran Kuesioner	42
B. Data Demografi	43
C. Uji Validitas	46
D. Uji Reliabilitas.....	50
E. Hasil Pengujian Model Struktural (Inner model) dan Pengujian Hipotesis 51	
1. Pengujian Model Struktural	51
2. Pengujian Hipotesis	52
F. Pembahasan Hasil Penelitian	57
PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Mendatang	64
Daftar Pustaka	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data 10 Negara dengan Market Share Terbesar tahun 2016	1
Tabel 2 .1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1 Skala Linkert	34
Tabel 3.2 Rule of Tumbs Evaluasi Model Pengukuran.....	39
Tabel 3.3 Ringkasan Rule of Tumb Evaluasi Model Struktural	40
Tabel 4.1 Demografi Responden.....	43
Tabel 4.2 Average Variance Extracted (AVE)	48
Tabel 4.3 Discriminant Validity	49
Tabel 4 4 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	50
Tabel 4.5 Nilai R- Square	52
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Hipotesis.....	53
Tabel 4.7 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	30
Gambar 4.1 Tampilan Output Model Pengukuran	46
Gambar 4.2 Tampilan Output Outer Model	51
Gambar 4.3 Tampilan Output Inner Model.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	73
Lampiran 2 Data Demografi Responden	77
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas	80
Lampiran 4 Pengujian Model Struktural.....	81
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian dari MPDM Kota Yogyakarta	82
Lampiran 6 CURRICULUM VITAE	84

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji peran variabel mediasi yakni loyalitas nasabah yang menghubungkan pengaruh citra perusahaan dan kepercayaan terhadap niat nasabah untuk beralih atau *switching intention*. Objek dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Muamalat Indonesia. Setelah dilakukan tinjauan pustaka dan penyusunan hipotesis, data yang dikumpulkan melalui metode kuesioner sebanyak 213 responden nasabah Bank Muamalat Indonesia. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *convenience sampling* dengan alasan tidak adanya kriteria khusus yang digunakan pada kuesioner serta variabel citra perusahaan saja yang diteliti dari Bank Muamalat Indonesia. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan *Struktural Equation Modeling* (SEM) dan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan aplikasi Smart-PLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas mampu memediasi secara penuh (*full mediation*) pengaruh citra perusahaan dan kepercayaan terhadap *switching intention*.

Kata kunci: Loyalitas, Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Switching Intention, Bank Muamalat.

ABSTRACT

This research was purposed to examine the role of customer loyalty as the mediating variable in the influence of corporate image and trustworthiness towards the customer switching intention. The object of this research were the customers of Bank Muamalat Indonesia. After reviewing the literature and formulating hypotheses, the data were collected through distributing questionnaire towards 213 customers of Bank Muamalat Indonesia. The sample was determined using convenience sampling; there is no definite criteria in the questionnaire and that the variable researched was only the Bank Muamalat Indonesia's corporate image. The data were then analyzed using Structural Equation Modelling (SEM) while Smart-PLS 3.0 application was utilized to test the hypotheses. The research shows that loyalty is proven to be able to fully mediate the influence of corporate image and trustworthiness toward the switching intention

Keywords: loyalty, corporate image, trustworthiness, switching intention, and Customers of Bank Muamalat Indonesia.