

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Heri Sutanto


Nomor Mahasiswa : 20161020018

Judul Tesis : Pengaruh Kualitas Layanan dan *Customer Relationship Management* Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah UMKM PD. BPR Bank Bantul)

Menyatakan bahwa tesis ini bukan merupakan hasil plagiat karya orang lain, melainkan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diterbitkan oleh pihak manapun. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika dikemudian hari ada yang mengklaim bahwa karya ini adalah milik orang lain dan dibenarkan secara hukum, maka saya bersedia dituntut berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia.

Yogyakarta, ...14... Juli 2020.....

Yang Membuat Pernyataan,


Heri Sutanto
20161020018



MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمُ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain.”

(Hadits Riwayat ath-Thabrani, Al-Mu’jam al-Ausath, juz VII, hal. 58, dari Jabir bin Abdullah r.a.. Dishahihkan Muhammad Nashiruddin al-Albani dalam kitab: As-Silsilah Ash-Shahîhah)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran dan kesehatan, sehingga penulisan tesis ini dapat terselesaikan. Penyelesaian tesis ini tidak terlepas dari doa, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, tesis ini akan kupersembahkan untuk :

1. Keluarga besar Sumartiyo
2. Keluarga besar S. Heru Saputro
3. Keluarga kecilku Dina Ratnasari Heryani, M. Farros Alfarindi, Rausyan Fikri Gammarindi dan Hafiza Khaira Lubnarindi

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan tesis dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan *Customer Relationship Management* terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah : Studi pada nasabah UMKM PD. BPR Bank Bantul”. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Strata Dua (S-2) pada Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyelesaian tesis ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Bapak Ir. Sri Atmaja P. Rosyidi, ST., MSc.Eng., Ph.D., P.Eng.,IPM selaku Direktur Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Ibu Dr. Arni Surwanti, S.E., M.Si selaku Kepala Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, SE., MSi dan Dr. Susanto, MS selaku dosen pembimbing 1 dan 2 yang dengan penuh kesabaran memberikan masukan dan bimbingan selama berlangsungnya proses penelitian dan penulisan tesis.
5. Ibu Dra. Hj. Aristini Sriyatun selaku Direktur Utama PD BPR Bank Bantul yang telah memberikan izin untuk objek penelitian.
6. Para Dosen Program Studi Magister Manajemen yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi saya.
7. Seluruh *staff* administrasi Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan pelayanan dalam penyelesaian tesis ini.
8. Teman-teman seangkatan di MM UMY yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.
9. Keluarga besar PD BPR Bank Bantul yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses pengambilan data penelitian.
10. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tesis ini, semoga mereka senantiasa dimudahkan dalam setiap

urusannya sebagaimana mereka telah memudahkan saya dalam proses penelitian ini.

Sebagai kalimat akhir, manusia tidak ada yang sempurna, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tesis ini. Semoga tesis ini bermanfaat bagi semua pihak, terutama bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta,.....

Peneliti,

Heri Sutanto

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Motto	v
Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
Intisari	xvi
<i>Abstract</i>	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori	15
1. Kualitas Layanan	15
2. <i>Customer Relationship Management</i>	21
3. Kepuasan Nasabah	26
4. Loyalitas Nasabah	31
B. Hasil Penelitian Terdahulu	35
C. Hipotesis Penelitian	53
D. Model Penelitian	61

BAB III METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian	65
B. Populasi, Jumlah Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	66
1. Populasi	66
2. Sampel	66
3. Teknik Pengambilan Sampel	67

C. Jenis Data	68
D. Teknik Pengumpulan Data	68
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	69
F. Instrumen Penelitian	79
G. Uji Kualitas Instrumen	80
H. Metode Analisis Data	82
I. Asumsi-Asumsi Penggunaan <i>SEM</i>	86
J. Langkah-Langkah <i>SEM</i>	88
K. Uji Signifikansi Parameter (Uji Hipotesis).....	99

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pengantar	101
B. Gambaran Umum Objek Penelitian	102
C. Gambaran Umum Subjek Penelitian	108
D. Deskripsi Karakteristik Responden	111
1. Analisis karakteristik responden	112
E. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	114
1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan	116
2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>CRM</i>	119
3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Nasabah	121
4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Nasabah	123
F. Proses dan Hasil Analisis Data	121
1. Proses Analisis Data	126
2. Analisis Data <i>SEM</i>	126
3. Analisis Model Struktural	141
4. Evaluasi Asumsi <i>SEM</i>	142
5. Evaluasi Asumsi <i>SEM</i> Setelah Seleksi Data	155
6. Analisis Jalur	168
7. <i>Squared Multiple Correlation (SMC)</i>	173
G. Uji Hipotesis dan Pembahasan	175
1. Hasil Estimasi Model	176
2. Hasil Uji Hipotesis	177
3. Pembahasan	185

BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

A. Simpulan Penelitian	197
B. Keterbatasan Penelitian	199

C. Saran	200
Daftar Pustaka	203
Lampiran	211

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Nasabah Kredit UMKM PD BPR Bank Bantul Tahun 2014-2017	9
Tabel 1.2. UMKM Kabupaten Bantul Tahun 2014-2017	10
Tabel 3.1. <i>Goodness Fit Index</i>	98
Tabel 4.1. Kantor Kas PD BPR Bank Bantul	106
Tabel 4.2. Rincian Pendistribusian Kuisisioner	110
Tabel 4.3. Karakteristik Responden	113
Tabel 4.4. Tanggapan Mengenai Kualitas Layanan	117
Tabel 4.5. Tanggapan Mengenai <i>Customer Relationship Management</i>	120
Tabel 4.6. Tanggapan Mengenai Kepuasan Nasabah	122
Tabel 4.7. Tanggapan Mengenai Loyalitas Nasabah	124
Tabel 4.8. <i>Standardized Regression Weight</i> Uji CFA Variabel Kualitas Layanan.	130
Tabel 4.9. <i>Standardized Regression Weight</i> Uji CFA Variabel Kualitas Layanan Dengan 21 Indikator	132
Tabel 4.10. <i>Standardized Regression Weight</i> Uji CFA Variabel <i>Customer Relationship Management</i>	134
Tabel 4.11. <i>Standardized Regression Weight</i> Uji CFA Variabel Kepuasan Nasabah	136
Tabel 4.12. <i>Standardized Regression Weight</i> Uji CFA Variabel Loyalitas Nasabah	137
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas	140
Tabel 4.14 Hasil Pengolahan Data <i>Outliers</i> (Kriteria <i>Mahalanobis Distance</i>).....	144
Tabel 4.15. Hasil Uji Normalitas	146
Tabel 4.16. <i>Correlation Independent Variable</i>	148
Tabel 4.17. Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	149
Tabel 4.18. Hasil Pengolahan Data <i>Outliers</i> Setelah Seleksi Data.....	157

Tabel 4.19. Hasil Uji Normalitas Setelah Seleksi Data	159
Tabel 4.20. <i>Correlation Independent Variable</i>	161
Tabel 4.21. Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> Setelah Seleksi Data.....	163
Tabel 4.22. Hasil Uji Pengaruh Langsung	170
Tabel 4.23. Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung.....	171
Tabel 4.24. Hasil Uji Pengaruh Total	173
Tabel 4.25. Hasil Uji <i>Square Multiple Correlation</i>	174
Tabel 4.26. Hasil Uji Hipotesis.....	176
Tabel 4.27. Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis.....	184

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian	62
Gambar 4.1. Struktur Organisasi PD BPR Bank Bantul	108
Gambar 4.2. <i>Full Model</i> SEM Hipotesis Penelitian	127
Gambar 4.3. Hasil Uji CFA Kualitas Layanan	129
Gambar 4.4. Hasil Uji CFA Ulang Kualitas Layanan	131
Gambar 4.5. Hasil Uji CFA <i>Customer Relationship Management</i>	133
Gambar 4.6. Hasil Uji CFA Kepuasan Nasabah	135
Gambar 4.7. Hasil Uji CFA Loyalitas Nasabah	137
Gambar 4.8. <i>Full Model Standardized</i> SEM Hipotesis Setelah Uji Validitas	142
Gambar 4.9. Analisis Jalur (<i>path analysis</i>) Model Penelitian	169

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian	211
Lampiran 2 : Statistik Deskriptif	217
Lampiran 3 : Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	219
Lampiran 4 : Uji <i>CFA</i>	221
Lampiran 5 : Uji <i>CR</i> dan <i>AVE</i> (Reliabilitas)	224
Lampiran 6 : Uji Asumsi <i>SEM</i> 170 responden	225
Lampiran 7 : Uji Asumsi <i>SEM</i> 160 responden	231
Lampiran 8 : Pengaruh langsung, Pengaruh Tidak Langsung, Pengaruh Total dan <i>SMC</i>	236
Lampiran 9 : Uji Hipotesis	241
Lampiran 10: Gambar dari <i>AMOS</i>	243
Lampiran 11: Rekap Data Mentah Kuisisioner	247

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas layanan dan *customer relationship management* terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah PD BPR Bank Bantul. Objek dalam penelitian ini adalah PD BPR Bank Bantul, sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah nasabah kredit UMKM pada BPR Bank Bantul. Penelitian ini menggunakan metode analisis *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan bantuan program *AMOS*. Jumlah responden dalam penelitian ini ditetapkan 170 dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Kriteria responden adalah nasabah kredit UMKM pada PD BPR Bank Bantul, berdomisili di wilayah Kabupaten Bantul, merupakan nasabah perseorangan, telah 2 tahun atau lebih menjadi nasabah dan telah melakukan 2 kali atau lebih transaksi kredit. Data didapatkan melalui kuesioner yang didistribusikan langsung kepada responden dan melalui *google form*.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, *customer relationship management* memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, kualitas layanan tidak memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, *customer relationship management* memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kesimpulannya penelitian ini menerima 3 hipotesis dan menolak 2 hipotesis. CRM mampu mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah, sementara kualitas layanan sebaliknya.

Kata Kunci : kualitas layanan, *customer relationship management*, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah

ABSTRACT

This study aims at analysing and describing the effects of the service quality and customer relationship management at PD BPR Bank Bantul on the customer satisfaction and loyalty. The object of this study is PD BPR Bank Bantul, while the subjects of the study are customer taking the SME's credit offered by the Bank. Method of analysis used in this study was Structural Equation Modelling (SEM) with the help of AMOS program. The number of respondents was 170, taken using purposive sampling. The criteria for the sampling are as follows: the respondents are the taking the SME's credit at PD BPR Bank Bantul, residents in Bantul Regency, who are individual customer, who have been 2 years or more customer and have done 2 or more credit transactions. Data were collected through questionnaire distributed directly to the respondents and through the google form.

Based on the results of the analysis, show that service quality has no significant effect on customer satisfaction , customer relationship management has a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has no a positive and significant effect on customer loyalty, customer relationship management has a positive and significant effect on customer loyalty and customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty . In conclusion this study accepts 3 hypotheses and rejects 2 hypotheses.

Keywords: service quality, customer relationship management, customer satisfaction, customer loyalty