

**MENGUKUR PENGARUH KUALITAS LAYANAN DENGAN MODEL
CARTER TERHADAP KEPUASAN, KEPERCAYAAN, DAN LOYALITAS
NASABAH PERBANKAN SYARIAH: STUDI EMPIRIS BANK
MUAMALAT INDONESIA DI SURABAYA**

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pascasarjana Magister Manajemen



Oleh:

ABU AMAR FAUZI
2014611050

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN
SURABAYA
2016**

**MENGUKUR PENGARUH KUALITAS LAYANAN DENGAN MODEL
CARTER TERHADAP KEPUASAN, KEPERCAYAAN, DAN LOYALITAS
NASABAH PERBANKAN SYARIAH: STUDI EMPIRIS BANK
MUAMALAT INDONESIA DI SURABAYA**

Diajukan oleh:

ABU AMAR FAUZI

2014611050

Tesis ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 26-07-2016


Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi., MM

TESIS

**MENGUKUR PENGARUH KUALITAS LAYANAN DENGAN MODEL
CARTER TERHADAP KEPUASAN, KEPERCAYAAN, DAN LOYALITAS
NASABAH PERBANKAN SYARIAH: STUDI EMPIRIS BANK
MUAMALAT INDONESIA DI SURABAYA**

Disusun oleh:

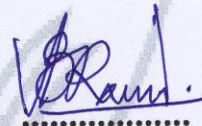
ABU AMAR FAUZI

2014611050

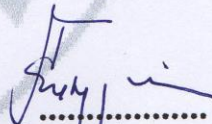
Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Tesis
pada tanggal 27 Juli 2016

Tim Penguji

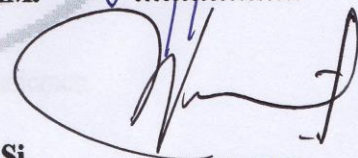
Ketua : Dr. Basuki Rachmat, SE., MM.



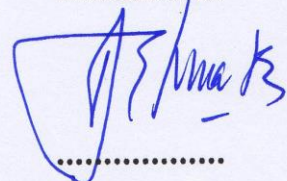
Sekretaris : Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi., MM.



Anggota : Dr. Dra. Ec. Wiwik Lestari, M.Si.



Dr. Dra. Ec. Rr. Iramani, M.Si.



PENGESAHAN TESIS

Nama : Abu Amar Fauzi
Tempat, Tanggal Lahir : Tulungagung, 10 Agustus 1988
N.I.M : 2014611050
Program Pendidikan : Pascasarjana (Magister Manajemen)
Judul : Mengukur Pengaruh Kualitas Layanan Dengan Model *CARTER* Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah: Studi Empiris Bank Muamalat Indonesia di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh:

Dosen Pembimbing,
Tanggal: 20-10-2016



(Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi., MM.)

Ketua Program Studi Magister Manajemen

Tanggal: 20-10-2016


(Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi., MM.)

MOTTO



Jika engkau tidak bisa berbuat baik sangka kepada-Nya lantaran keindahan sifat-Nya, berbuat sangkalah kepada-Nya lantaran karunia-Nya kepadamu. Bukankah Dia selalu berbuat baik padamu dan mencurahkan berbagai karunia (Untaian Hikmah Ibnu Athailah)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini penulis persembahkan kepada Almamater

Tercinta.

PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah atas Kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “**Mengukur Pengaruh Kualitas Layanan dengan Model *CARTER* terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah: Studi Empiris Bank Muamalat Indonesia di Surabaya**”. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulis menyelesaikan tesis ini, terima kasih diucapkan kepada:

1. Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi., MM. selaku Dosen Pembimbing dan Ketua Program Studi Magister Manajemen STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan bimbingan, dukungan dan semangat sampai terselesaikannya proposal tesis ini dengan baik.
2. Dr. Lutfi, S.E., M.Fin. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
3. Bapak dan Ibu dosen beserta civitas akademika STIE Perbanas Surabaya yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan serta seluruh staf perpustakaan dan karyawan STIE Perbanas Surabaya
4. Rekan-rekan Angkatan XVI-Pascasarjana STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan dukungan dalam penulisan tesis ini.
5. Rekan-rekan Bank Muamalat Indonesia Cabang Surabaya.
6. Kedua orang tua penulis, Bapak Budiono dan Ibu Bandiyah serta kedua mertua penulis yaitu Bapak Amin Tjahjono dan Ibu Dewati yang selalu mendoakan putra-putrinya menjadi orang yang baik serta atas dorongan dan motivasinya kepada penulis.
7. Istriku tercinta Nurul Aminati yang dengan ikhlas selalu berdoa untuk kelancaran penulis dalam menempuh Program MM STIE Perbanas Surabaya.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang memberikan dukungan dalam penulisan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini tidak terlepas dari kekurangan dan kelemahan serta jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis berharap tesis ini dapat memberikan sumbangsih terhadap perkembangan ilmu pengetahuan serta bermanfaat terhadap dunia perbankan khususnya perbankan syariah dan kepada pembaca pada umumnya.

Surabaya, 29 Agustus 2016

Penulis

Abu Amar Fauzi



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP UJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN TESIS	iii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.1.1 Othman dan Owen (2001)	11
2.1.2 Shafie, Azmi, dan Haron (2004).....	13
2.1.3 Amin dan Isa (2008)	15
2.1.4 Osman, Ali, Zainuddin, Rashid, dan Jusoff (2009)	17
2.1.5 Mosahab, Mahamad, dan Ramayah (2010).....	18
2.1.6 Estiri, Hossein, Yazdani, dan Nejad (2011)	20
2.1.7 Abedniya dan Zaeim (2011).....	22
2.1.8 Ramdhani, Ramdhani, dan Kurniati (2011)	23
2.1.9 Amin, Isa, dan Fontaine (2011)	25
2.1.10 Misbach, Surachman, Hadiwidjojo, dan Armanu (2013)	26
2.1.11 Amin, Isa, dan Fontaine (2013)	28
2.1.12 Butt dan Aftab (2013)	31
2.1.13 Kishada dan Wahab (2013)	33
2.1.14 Akhtar dan Zaheer (2014)	35
2.1.15 Kashif, Shukran, Rehman, dan Sarifuddin (2015).....	37
2.2 Landasan Teori.....	49
2.2.1 Kualitas Layanan	49
2.2.2 Dimensi Kualitas Layanan	50
2.2.3 Kepuasan Konsumen	54
2.2.4 Kepercayaan	56
2.2.5 Loyalitas	59

2.2.6 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Kepercayaan, dan Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah	60
2.3 Kerangka Pemikiran	63
2.4 Hipotesis Penelitian	64
BAB III METODE PENELITIAN	66
3.1 Rancangan Penelitian	66
3.2 Batasan Penelitian	68
3.3 Identifikasi Variabel Penelitian	68
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	69
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	74
3.6 Instrumen Penelitian	75
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	78
3.8 Data dan Metode Pengumpulan Data	79
3.9 Teknik Analisis Data	80
3.9.1 Analisis Deskriptif	80
3.9.2 Analisis Statistik	81
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	85
4.1 Gambaran Subyek Penelitian	85
4.2 Analisis Data	89
4.2.1 Analisis Deskriptif	89
4.2.1.1 Deskripsi Variabel <i>Compliance</i> (Co)	92
4.2.1.2 Deskripsi Variabel <i>Assurance</i> (As)	93
4.2.1.3 Deskripsi Variabel <i>Reliability</i> (Ry)	94
4.2.1.4 Deskripsi Variabel <i>Tangible</i> (Ta)	95
4.2.1.5 Deskripsi Variabel <i>Empathy</i> (Em)	96
4.2.1.6 Deskripsi Variabel <i>Responsiveness</i> (Rs)	97
4.2.1.7 Deskripsi Variabel Kepuasan (Kp)	98
4.2.1.8 Deskripsi Variabel Kepercayaan (Ky)	99
4.2.1.9 Deskripsi Variabel Loyalitas (Ly)	100
4.2.2 Analisis Statistik	101
4.2.2.1 Analisis Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	102
4.2.2.1.1 Validitas	102
4.2.2.1.2 Reliabilitas	106
4.2.2.2 Analisis Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	109
4.2.2.2.1 Pengukuran <i>R-square</i> atau <i>Adjusted R²</i>	109
4.2.2.2.2 Pengukuran <i>Q² Predictive Relevance</i>	112
4.2.2.2.3 Pengukuran <i>Effect Size</i>	113
4.2.2.2.4 Evaluasi <i>Model Fit</i>	114
4.3 Pengujian Hipotesis	116
4.3.1 Pengujian Hipotesis Pertama	117
4.3.2 Pengujian Hipotesis Kedua	118
4.3.3 Pengujian Hipotesis Ketiga	118
4.3.4 Pengujian Hipotesis Keempat	119

4.3.5 Pengujian Hipotesis Kelima	119
4.4 Pembahasan	120
4.4.1 Dimensi <i>CARTER</i> Sebagai Pembentuk Kualitas Layanan di Perbankan Syariah	120
4.4.2 Pengaruh Kualitas Layanan Model <i>CARTER</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah	122
4.4.3 Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Perbankan Syariah	126
4.4.4 Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah	127
4.4.5 Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah	128
BAB V PENUTUP	130
5.1 Kesimpulan	130
5.2 Keterbatasan Penelitian	131
5.3 Saran	133
5.3.1 Praktis	133
5.3.2 Peneliti Selanjutnya	136
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1: Jaringan Kantor Bank Umum Syariah (BUS)	2
Tabel 1.2: <i>Indonesia Best Brand 2015</i> Kategori Bank Syariah	3
Tabel 2.1: Daftar Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel 3.1: Kisi – Kisi Kuesioner	76
Tabel 4.1: Karakteristik Responden	86
Tabel 4.2: Kategori Penilaian Berdasarkan Skala.....	89
Tabel 4.3: Statistik Deskriptif	90
Tabel 4.4: Deskripsi Variabel <i>Compliance</i> (Co).....	93
Tabel 4.5: Deskripsi Variabel <i>Assurance</i> (As).....	94
Tabel 4.6: Deskripsi Variabel <i>Reliability</i> (Ry).....	95
Tabel 4.7: Deskripsi Variabel <i>Tangible</i> (Ta)	96
Tabel 4.8: Deskripsi Variabel <i>Empathy</i> (Em)	97
Tabel 4.9: Deskripsi Variabel <i>Responsiveness</i> (Rs).....	98
Tabel 4.10: Deskripsi Variabel Kepuasan (Kp).....	99
Tabel 4.11: Deskripsi Variabel Kepercayaan (Ky)	100
Tabel 4.12: Deskripsi Variabel Loyalitas (Ly).....	101
Tabel 4.13: Hasil Perhitungan <i>Average Variance Extraced</i> (AVE).....	103
Tabel 4.14: Hasil Perhitungan <i>Loading Factor</i>	106
Tabel 4.15: Hasil Perhitungan <i>Composite Reliability</i>	108
Tabel 4.16: Nilai <i>R-square</i> dan <i>Adjusted R²</i>	111
Tabel 4.17: Nilai <i>Q² Predictive Relevance</i>	112

Tabel 4.18: Nilai <i>Effect Size for Path Coefficients</i>	113
Tabel 4.19: <i>General SEM Analysis Model Fit dan Quality Indices</i>	115
Tabel 4.20: Nilai <i>Path Coefficients</i>	116
Tabel 4.21: Nilai <i>P values</i>	116
Tabel 4.22: Nilai <i>Indicator Loadings dan Cross Loadings</i>	117



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1: Kerangka Penelitian dengan Menggunakan Model <i>CARTER</i>	12
Gambar 2.2: Kerangka Penelitian Amin dan Isa (2008).....	15
Gambar 2.3: Kerangka Penelitian Mosahab, Mahamad, dan Ramayah (2010).....	19
Gambar 2.4: Kerangka Penelitian Estiri, Hossein, Yazdani, dan Nejad (2011).....	20
Gambar 2.5: Kerangka Penelitian Ramdhani, Ramdhani, dan Kurniati (2011).....	24
Gambar 2.6: Kerangka Penelitian Misbach, Surachman, Hadiwidjojo, dan Armanu (2013).....	27
Gambar 2.7: Kerangka Penelitian Amin, Isa, dan Fontaine (2013) Untuk nasabah Muslim.....	29
Gambar 2.8: Kerangka Penelitian Amin, Isa, dan Fontaine (2013) Untuk nasabah Non-Muslim.....	29
Gambar 2.9: Kerangka Penelitian Butt dan Aftab (2013).....	31
Gambar 2.10: Kerangka Penelitian Kishada dan Wahab (2013).....	33
Gambar 2.11: Kerangka Penelitian Akhtar dan Zaheer (2014).....	35
Gambar 2.12: Kerangka Penelitian Kashif, Shukran, Rehman, dan Sarifuddin (2015).....	38
Gambar 2.13: Kerangka Penelitian Terbaru.....	64
Gambar 4.1: Hasil Analisis <i>Inner Model</i>	110

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Rekapitulasi Data Responden
- Lampiran 3 : Tabulasi Data Responden
- Lampiran 4 : Hasil Analisis WarpPLS
- Lampiran 5 : Jadwal Penulisan Tesis
- Lampiran 6 : Surat Pernyataan



ABSTRACT

Sharia banking in Indonesia continues to experience growth from year to year and there are currently 12 Sharia Commercial Bank and 22 Sharia Business Unit of a Conventional Bank. However, the market share of Sharia banking is still less than 5% of the market share of conventional banking. That phenomenon proves that the existence of Sharia banking on a dual banking system that runs in Indonesia is still a shadow of conventional banking. By using a model CARTER consisting of the dimensions of compliance, assurance, reliability, tangible, empathy, and responsiveness, this research is directed to explore the perception of consumers to service quality of Sharia banking as well as its influence on customer satisfaction, trust and loyalty of Sharia banking in Indonesia. Structural Equation Model (SEM) based on nonlinear regression techniques Partial Least Squares (PLS) on WarpPLS 5.0 is used to analyze the data obtained from a survey of 97 customers of Bank Muamalat Indonesia in Surabaya. These results indicate that the service quality of Sharia bank has a significant relationship to customer satisfaction. Customer satisfaction has a direct relationship to loyalty. Customer satisfaction also has an indirect relationship to loyalty which is mediated by trust. Empathy has the most powerful influence on customer satisfaction of Sharia bank. Instead, compliance becomes the lowest dimension of service quality that affects customer satisfaction in Indonesian Sharia banks.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Trust, Loyalty, Sharia Banking*