

PENGARUH RELIGIUSITAS, KUALITAS PELAYANAN, ATRIBUT
PRODUK, KUALITAS KOMUNIKASI, DAN BEBAN PEMBIAYAAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH BAITUL MAAL WAT TAMWIL
(Studi pada Pedagang Pasar di Yogyakarta)

*THE INFLUENCES OF RELIGIOUSITY, SERVICES QUALITY, PRODUCT
ATTRIBUTE, COMMUNICATION QUALITY, AND FINANCING EXPENSE
TOWARD CUSTOMERS LOYALTY OF BAITUL MAAL WAT TAMWIL
(Study toward Market's Sellers in Yogyakarta)*

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

RISKA DWI HARTANTI

20140420117

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Riska Dwi Hartanti

Nomor Induk Mahasiswa : 20140420117

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: “PENGARUH RELIGIUSITAS, KUALITAS PELAYANAN, ATRIBUT PRODUK, KUALITAS KOMUNIKASI, DAN BEBAN PEMBIAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BAITUL MAAL WAT TAMWIL (Studi pada Pedagang Pasar di Yogyakarta)” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga 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. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat orang lain yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 2 Januari 2018



Riska Dwi Hartanti

Motto

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(QS. Al-Insyirah,6-8)

“Segala yang ada di sekitar kita adalah bahan pembelajaran.”

Persembahan

Skripsi ini Saya persembahkan

Untuk Allah SWT. Saya bersyukur atas ridho serta karunia-Nya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik. Alhamdulillahirabbil'alamiin.

Untuk kedua orangtua tersayang, terima kasih atas doa yang selama ini diberikan untuk kelancaran skripsi ini sampai dengan tahap akhir.

Untuk saudaraku, terimakasih atas doa dan dukungannya.

Untuk dosen-dosen yang telah memberi ilmu yang sangat bermanfaat.

Untuk sahabat-sahabat terbaik yang selalu mendukung dan menyemangati saya hingga skripsi ini selesai.

Untuk almamaterku tercinta. Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Terima Kasih

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh religiusitas, kualitas pelayanan, atribut produk, kualitas komunikasi dan beban pembiayaan terhadap loyalitas nasabah Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). Populasi dalam penelitian ini adalah para pedagang di enam pasar yang berada di Yogyakarta, yaitu pasar Niten, Ngoto, Kluwih, Serangan, Gamping dan Beringharjo. Jumlah sampel penelitian 108 responden. Sedangkan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Hipotesis dalam penelitian ini dilakukan pengujian dengan menggunakan regresi linier berganda.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa religiusitas dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BMT. Atribut produk, kualitas komunikasi berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah BMT. Sedangkan beban pembiayaan menunjukkan hasil berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas nasabah BMT.

Kata kunci: religiusitas, kualitas pelayanan, atribut produk, kualitas komunikasi, beban pembiayaan, loyalitas nasabah.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influences of religiosity, services quality, product attribute, communication quality, and financing expense toward customers' loyalty of Baitul Maal wat Tamwil (BMT). The population of the research are sellers at several markets in Yogyakarta, such as Niten, Ngoto, Kluwih, Serangan, Gamping, and Beringharjo markets. In this study, the researcher took 108 respondents were selected using purposive sampling. The hypothesis in this research was tested using double linear regression.

The result of the research showed that religiosity and service quality did not influence significantly towards the customer loyalty of BMT. The product attribute and communication quality had positive and significant influence towards the customer loyalty of BMT. But, financing expense had negative and significant influence towards the customer loyalty of BMT.

Key words : religiosity, services quality, product attribute, communication quality, financing expense, customers' loyalty.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang atas karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “PENGARUH RELIGIUSITAS, KUALITAS PELAYANAN, ATRIBUT PRODUK, KUALITAS KOMUNIKASI, DAN BEBAN PEMBIAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BAITUL MAAL WAT TAMWIL (Studi pada Pedagang Pasar di Yogyakarta)” sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program S1 program studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY).

Pada skripsi ini penulis bermaksud menguji pengaruh religiusitas, kualitas pelayanan, atribut produk, kualitas komunikasi, dan beban pembiayaan terhadap loyalitas nasabah Baitul Maal Wat Tamwil. Dengan dilakukannya penelitian ini, semoga dapat memberikan banyak manfaat bagi berbagai pihak. Baik untuk yang bersangkutan dengan tujuan akademik ataupun untuk praktisi. Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, arahan dan dukungan dari banyak pihak, untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu dan ayah serta saudara penulis yang senantiasa memberi dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi ini.
2. Bapak Dr. Rizal Yaya, M.Sc., Ak., CA_selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.

3. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini banyak sekali kekurangan dan kelemahan yang masih harus diperbaiki. Maka penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sehingga dapat digunakan penulis untuk memperbaiki kekurangan-kekurangan tersebut. Namun, dengan segala kekurangan dan kelemahan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 2 Januari 2018

Penulis

Riska Dwi Hartanti
NIM. 20140420117

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	8
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. LANDASAN TEORI	11
1. Teori <i>Stakeholders</i>	11
2. Teori <i>Balanced Scorecard</i>	12
3. Teori Persepsi	12
4. Religiusitas	13
5. Kualitas Pelayanan	15
6. Atribut Produk	16
7. Kualitas Komunikasi	17
8. Beban Pembiayaan	19
9. Loyalitas Nasabah.....	23
10. Baitul Maal Wat Tamwil	25
B. PENURUNAN HIPOTESIS.....	27
1. Pengaruh Religiusitas terhadap Loyalitas Nasabah BMT	27
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah BMT	29
3. Pengaruh Atribut Produk terhadap Loyalitas Nasabah BMT	30
4. Pengaruh Kualitas Komunikasi terhadap Loyalitas Nasabah BMT	31
5. Pengaruh Beban Pembiayaan terhadap Loyalitas Nasabah BMT	32
C. PENELITIAN TERDAHULU	34
D. MODEL PENELITIAN	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36

A. Objek Penelitian	36
B. Jenis Data.....	36
C. Teknik Pengambilan Sampel	36
D. Teknik Pengumpulan Data	37
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
1. Variabel Independen.....	38
2. Variabel Dependen	41
F. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	41
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian	46
1. Analisis Pengembalian Kuesioner	46
2. Karakteristik Responden.....	46
3. Analisis Deskriptif	54
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data	59
1. Uji Validitas.....	59
2. Uji Reliabilitas	64
3. Uji Asumsi Klasik	65
C. Uji Hipotesis	68
D. Pembahasan (Interpretasi)	71
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	78
A. Simpulan.....	78
B. Saran	78
C. Keterbatasan Penelitian	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Jumlah Penduduk D. I. Y. Berdasarkan Agama	3
Tabel 4. 1 Analisis Pengembalian Kuesioner	46
Tabel 4. 2 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 3 Kategori Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4. 4 Kategori Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
Tabel 4. 5 Kategori Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pedagang	49
Tabel 4. 6 Kategori Responden Berdasarkan Omzet/Bulan	50
Tabel 4. 7 Kategori Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	50
Tabel 4. 8 Besar Pembiayaan Terakhir	51
Tabel 4. 9 Katagori Nasabah Berdasarkan Jenis Akad Pembiayaan.....	52
Tabel 4. 10 Kategori Nasabah Berdasarkan Lokasi Penyebaran Kuesioner	53
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif	54
Tabel 4. 12 Aspek Loyalitas Nasabah.....	56
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Varabel Loyalitas Nasabah	60
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas	61
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	62
Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas Variabel Atribut Produk.....	62
Tabel 4. 17 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Komunikasi	63
Tabel 4. 18 Hasil Uji Validitas Variabel Beban Pembiayaan	64
Tabel 4. 19 Uji Reliabilitas	65
Tabel 4. 20 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov (1-KS).....	66
Tabel 4. 21 Hasil Uji Multikolieritas	66
Tabel 4. 22 Hasil Uji Heteroskedastisitas melalui Uji Glejser	67
Tabel 4. 23 Koefisien Determinasi (Adjusted R ²).....	68
Tabel 4. 24 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	69
Tabel 4. 25 Hasil Persamaan Regresi Linear Berganda.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	35
------------------------------------	----