



**PENGARUH KUALITAS JASA DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP
PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN NASABAH PENGGUNA
MOBILE BANKING SYARIAH INDONESIA DI SEMARANG**

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan pendidikan Strata II

Disusun Oleh :

Nama: Miftachul Ulumiah

NIM: 14030120410019

**DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG**

2023

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS JASA DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN NASABAH PENGGUNA *MOBILE BANKING* SYARIAH INDONESIA DI SEMARANG. Miftachul Ulumiah. 14030120410019. Magister Administrasi Bisnis

Revolusi industri 4.0 di Indonesia memiliki dampak pada sektor jasa keuangan agar beradaptasi dalam perubahan tatanan dalam jasa keuangan. Perubahan yang utama yakni perubahan strategi digital. Salah satu strategi digital yang dimiliki oleh perbankan syariah adalah layanan *mobile banking*. Meski Bank Syariah Indonesia hasil merger dari BRI Syariah, BNI Syariah dan Mandiri Syariah tetapi pengguna *mobile banking* masih jauh dari target yang diharapkan, namun perbankan syariah tetap meningkatkan sosialisasi dan literasi terkait *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia. Keinginan Bank Syariah Indonesia terhadap nasabah pengguna *mobile banking* yakni melakukan pembelian ulang, ketika pembelian ulang jasa tersebut dilakukan meunjukkan bahwa nasabah sudah mulai membutuhkan layanan *mobile banking*. Nasabah melakukan pembelian ulang dipengaruhi oleh kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*. Nasabah merasakan kepuasan salah satunya berasal dari kualitas layanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia, ketika sudah digunakan oleh nasabah maka nasabah dapat menilai layanan jasa *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna layanan *mobile banking* di Semarang. Sampel tersebut berjumlah 100 orang dan teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling dan teknik analisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) Partial Least Square atau PLS. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas jasa dan nilai pelanggan terhadap pembelian ulang melalui kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia, penelitian ini menggunakan 3 hipotesis yaitu Hipotesis 1 menjelaskan adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah, Hipotesis 2 menjelaskan adanya pengaruh positif dan signifikan pembelian ulang terhadap kepuasan nasabah, dan Hipotesis 3 menjelaskan pengaruh positif dan signifikan kepuasan nasabah terhadap pembelian ulang, Hipotesis 4 menjelaskan pengaruh positif dan signifikan kualitas jasa terhadap pembelian ulang melalui kepuasan nasabah, dan Hipotesis 5 menjelaskan pengaruh positif dan signifikan nilai pelanggan terhadap pembelian ulang melalui kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Jasa, Nilai Pelanggan, Pembelian Ulang, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER VALUE ON REPURCHASING THROUGH CUSTOMER SATISFACTION USING INDONESIAN SYARIAH MOBILE BANKIN IN SEMARANG. Miftachul Ulumiah. 14030120410019. Magister Administrasi Bisnis

The industrial revolution 4.0 in Indonesia has an impact on the financial services sector in order to adapt to changes in the order in financial services. The main change is a change in digital strategy. One of the digital strategies owned by Islamic banking is mobile banking services. Although Bank Syariah Indonesia was merged from BRI Syariah, BNI Syariah and Mandiri Syariah, mobile banking users are still far from the expected target, but Islamic banking continues to increase socialization and literacy related to mobile banking at Bank Syariah Indonesia. Bank Syariah Indonesia's desire for customers who use mobile banking is to make repeat purchases, when the service repurchase is done, it shows that customers have started to need mobile banking services. Customers make repeat purchases are influenced by customer satisfaction in using mobile banking applications. Customers get satisfaction, one of which comes from the quality of services provided by Bank Syariah Indonesia, when it has been used by customers, customers can assess the mobile banking services of Bank Syariah Indonesia. The populations in this research are users of mobile banking services in Semarang. The sample amounted to 100 people and the sampling technique used was purposive sampling and the analysis technique used Structural Equation Modeling (SEM) Partial Least Square or PLS. This research aims to determine the effect of service quality and customer value on repurchase through customer satisfaction of Bank Syariah Indonesia mobile banking users, this study uses 3 hypotheses, they are: Hypothesis 1 explaining the positive and significant influence of service quality on customer satisfaction, Hypothesis 2 explaining the influence of positive and significant repurchase on customer satisfaction, and Hypothesis 3 explains the positive and significant effect of customer satisfaction on repurchase, Hypothesis 4 explains the positive and significant influence of service quality on repeat purchase through customer satisfaction, and Hypothesis 5 explains the positive and significant effect of customer value on repeat purchase through customer satisfaction

Keywords: Service Quality, Customer Values, Repurchase, Customers Satisfaction

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Tinjauan Pustaka.....	13
1.5.1. Perilaku Konsumen.....	13
1.5.2. Bauran Pemasaran Jasa.....	16
1.5.3. Jasa.....	20
1.5.4. Kualitas Layanan.....	23
1.5.5. Nilai Pelanggan.....	26
1.5.6. Kepuasan Nasabah.....	29
1.5.7. Pembelian Ulang.....	31
1.6. Penelitian Terdahulu.....	33
1.7. Pengaruh Antar Variabel.....	39
1.7.1. Pengaruh Kualitas Jasa (X_1) Terhadap Kepuasan Nasabah (Z).....	39
1.7.2. Pengaruh Nilai Pelanggan (X_1) Terhadap Kepuasan Nasabah (Z)....	40
1.7.3. Pengaruh Kepuasan Nasabah (Z) Terhadap Pembelian Ulang (Y)....	40
1.7.4. Pengaruh Kualitas Jasa (X_1) Terhadap Pembelian Ulang (Y) Nasabah M-Banking BSI Melalui Kepuasan Konsumen (Z).....	41
1.7.5 Pengaruh Nilai Pelanggan (X_2) Terhadap Pembelian Ulang (Y) Nasabah M-Banking BSI Melalui Kepuasan Konsumen (Z).....	41
1.8. Kerangka Penelitian.....	42
1.9. Hipotesis.....	42
1.10. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	43
1.11. Metode Penelitian.....	48
1.11.1. Tipe Penelitian.....	48
1.11.2. Ruang Lingkup.....	49
1.11.3. Variabel Penelitian.....	49

1.11.4. Jenis dan Sumber Data	49
1.11.5. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	49
1.12. Instrumen Penelitian	50
1.13. Teknik Pengumpulan Data.....	51
1.14. Teknik Analisis Data	51
1.14.1. Uji Evaluasi Model (outer model)	52
1.14.2. Pengukuran structural Equation Modeling (SEM).....	53
1.15. Uji Hipotesis	53
1.15.1. Pengaruh Langsung (Direct)	53
1.15.2. Pengaruh tidak langsung (Indirect)	53
1.15.3. Pengaruh total.....	54
1.15.4. Uji F-Square	54
BAB II GAMBARAN UMUM.....	55
2.1. Gambaran Bank Syariah Indonesia.....	55
2.2. Logo Bank Syariah Indonesia.....	55
2.3. Sejarah Bank Syariah Indonesia	56
2.4. Konsep Operasional Bank Syariah Indonesia.....	57
2.5. Produk- Produk Bank Syariah Indonesia.....	62
2.6. Jasa Bank Syariah	64
BAB III	65
HASIL PENELITIAN.....	65
3.1. Deskripsi Responden	65
3.1.1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
3.1.2. Data Responden Berdasarkan Usia	66
3.1.3. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
3.2 Hasil Uji Validitas	67
3.2.1. Hasil Uji Validitas Konvergen	67
3.2.2. Outer Model (Model Pengukuran).....	68
3.2.3. Composite Reliability	70
3.2.4. Convergen Validity	71
3.3. Rekapitulasi Data.....	71
3.3.1. Variabel Kualitas Jasa	72
3.3.2. Variabel Nilai Pelanggan	77
3.3.3. Variabel Kepuasan Nasabah	82
3.3.4. Variabel Pembelian Ulang	85
3.4. Hasil Konstruksi Ulang Diagram Jalur Model Struktural	89
3.4.1. Evaluasi Ulang Outer Model (Model Pengukuran)	89
3.5. Evaluasi Inner Model.....	95
3.5.1. R-Square.....	95
3.5.2. F-Square	96

3.6. Pengujian Hipotesis	97
3.6.1. Pengaruh Langsung (Direct)	97
3.6.2. Pengaruh Tidak Langsung (Indirect)	98
3.6.3. Pengaruh Total	99
BAB IV	101
PEMBAHASAN	101
4.1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah <i>Mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia.....	101
4.2. Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Nasabah <i>Mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia.....	103
4.3. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Pembelian Ulang <i>Mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia.....	104
4.4. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen <i>Mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia	105
4.5. Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen.....	107
BAB V.....	110
PENUTUP.....	110
5.1. Kesimpulan	110
5.2. Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN.....	120
Lampiran 1 Kuisisioner	120
Lampiran 2 Karakteristik Responden	124
Lampiran 3 Hasil Pengukuran	125

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Kantor BSI di Semarang.....	9
Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 1. 3 Operasional Variabel dan Indikator Penelitian	47
Tabel 1. 4 Skor Skala Likert	51
Tabel 3. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 3. 2 Data Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 3. 3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	67
Tabel 3. 4 Nilai Outer Loading Kualitas Jasa	69
Tabel 3. 5 Nilai Outer Loading Nilai Pelanggan.....	69
Tabel 3. 6 Nilai Outer Loading Keputusan Nasabah	69
Tabel 3. 7 Nilai Outer Loading Pembelian Ulang.....	70
Tabel 3. 8 Nilai Composite Reliability	70
Tabel 3. 9 Nilai AVE dan Hasilnya	71
Tabel 3. 10 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Jasa	72
Tabel 3. 11 Kategorisasi Variabel Kualitas Jasa.....	77
Tabel 3. 12 Tabel Distribusi Frekuensi Nilai Pelanggan	78
Tabel 3. 13 Kategorisasi Variabel Nilai Pelanggan	81
Tabel 3. 14 Tabel Distribusi Frekuensi Kepuasan Nasabah	82
Tabel 3. 15 Kategorisasi Variabel Kepuasan Nasabah	85
Tabel 3. 16 Distribusi Frekuensi Pembelian Ulang	86
Tabel 3. 17 Kategorisasi Variabel Pembelian Ulang	88
Tabel 3. 18 Nilai Outer Loading (fixed) Kualitas Jasa	90
Tabel 3. 19 Outer Loading Nilai Pelanggan	91
Tabel 3. 20 Outer Loading Kepuasan Nasabah.....	91
Tabel 3. 21 Outer Loading Pembelian Ulang	91
Tabel 3. 2 Nilai Composite Reliability	92
Tabel 3. 23 Nilai AVE dan Hasilnya	93
Tabel 3. 24 Nilai Discriminan Validity dari Cross Loadings Kualitas Jasa.....	93
Tabel 3. 25 Nilai Discriminan Validity dari Cross Loadings Nilai Pelanggan.....	94
Tabel 3. 26 Nilai Discriminan Validity dari Cross Loadings Keputusan Konsumen	94
Tabel 3. 27 Nilai Discriminan Validity dari Cross Loadings Pembelian Ulang... ..	94
Tabel 3. 28 Hasil R Square	95
Tabel 3. 29 Hasil F-Square	96
Tabel 3. 30 Pengaruh Langsung (Direct)	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Model Perilaku Konsumen.....	14
Gambar 1. 2 Kerangka Penelitian	42
Gambar 2. 1 Logo Bank Syariah Indonesia	55
Gambar 2. 2 Skema Penyaluran dan Penghimpunan Dana.....	58
Gambar 2. 3 Skema Pembiayaan Murabahah	59
Gambar 2. 4 Skema Pembiayaan Musyarakah.....	61
Gambar 2. 5 Skema Pembiayaan Mudharabah	62
Gambar 3. 1 Evaluasi Ulang Model.....	90
Gambar 3. 2 Hasil Olah Uji t	97
Gambar 3. 3 Hasil Olah Data Indirect.....	98
Gambar 3. 4 Hasil Data Pengaruh Total	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisiner	120
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	124
Lampiran 3 Hasil Pengukuran.....	125

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap : Miftachul Ulumiah
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030120410019
3. Tempat / Tanggal Lahir : Kab. Semarang, 08 Agustus 1999
4. Jurusan / Program Studi : S-2 Administrasi Bisnis
5. Alamat : Wujil Bergas, Kab. Semarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Tesis/TA) yang saya tulis berjudul:

Pengaruh Kualitas Jasa Dan Nilai Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking Syariah Indonesia Di Semarang

Adalah benar-benar Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 10 April 2023

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



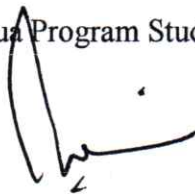
Prof. Dr. Naili Farida, M.Si
NIP. 196204121989022001

Pembuat Pernyataan



Miftachul Ulumiah
NIM.14030120410019

Ketua Program Studi



Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si
NIP. 197503152008011014

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tesis : Pengaruh Kualitas Jasa Dan Nilai Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking Syariah Indonesia Di Semarang
Nama Penulis : Miftachul Ulumiah
NIM : 14030120410019
Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 2 pada Program Studi Magister Administrasi Bisnis Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 10 April 2023

Pembimbing 1



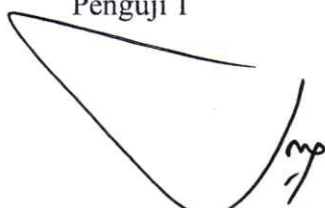
Prof. Dr. Naili Farida, M.Si
NIP.196204121989022001

Pembimbing 2



Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB
NIP.197806052003122003

Penguji 1



Prof. Dr. Drs. Ngatno, M.M
NIP. 196205061988031006

Penguji 2



Dr. Widiartanto, S.Sos, M.AB
NIP: 197208251999031001