

## **ABSTRAK**

Skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Nilai Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Agritama Srengat Blitar)” ini ditulis oleh Nikmaturrohmah, NIM. 17401153157, dibimbing oleh Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan dalam dunia perkoperasian yang semakin ketat. Sehingga pihak koperasi berusaha mencari strategi yang tepat dalam mempertahankan loyalitas nasabahnya, karena dengan loyalitas nasabah akan berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan dan dapat mempengaruhi keberhasilan perusahaan. Dalam hal ini peneliti menguji pengaruh dari citra perusahaan, kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah di KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar.

Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Apakah citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat loyalitas nasabah? (2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap tingkat loyalitas nasabah? (3) Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat loyalitas nasabah? (4) Apakah nilai nasabah berpengaruh signifikan terhadap tingkat loyalitas nasabah? (5) Apakah citra perusahaan, kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai nasabah secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah? Tujuan dari penelitian ini adalah mengkaji pengaruh citra perusahaan, kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sumber data yang digunakan adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah. Sampel penelitian ini sebanyak 84 responden. Teknik analisis data pada penelitian ini: uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi dengan menggunakan *IBM SPSS Statistic 23*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) variabel citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. (2) variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. (3) variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. (4) variabel nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. (5) Secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat loyalitas nasabah, dari hasil uji F, nilai  $F_{hitung}$  sebesar 4,373 dengan tingkat signifikan 0,003.

Kata Kunci: Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Nilai Nasabah Loyalitas Nasabah.

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "The Influence of Corporate Image, Service Quality, Customer Trust and Value on Customer Loyalty (Case Study of the Islamic Financing Savings and Loan Cooperative (KSPPS) Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Agritama Srengat Blitar)" written by Nikmaturrohmah, NIM. 17401153157, guided by Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.*

*This research is motivated by competition in the increasingly tight world of cooperatives. So that the cooperative tries to find the right strategy in maintaining customer loyalty, because with customer loyalty will have an impact on the survival of the company and can affect the success of the company. In this case the researcher examines the influence of company image, service quality, customer trust and value on customer loyalty at KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar.*

*The formulation of the problem in writing this thesis is (1) Does the company's image have a significant effect on the level of customer loyalty? (2) Does service quality have a significant effect on the level of customer loyalty? (3) Does trust have a significant effect on the level of customer loyalty? (4) Does the customer's value have a significant effect on the level of customer loyalty? (5) Does the company's image, service quality, customer trust and values jointly influence customer loyalty? The purpose of this study is to examine the effect of corporate image, service quality, customer trust and value on customer loyalty KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar partially or simultaneously. This study uses a quantitative approach and the data sources used are primary data by distributing questionnaires to customers. The sample of this study was 84 respondents. The data analysis technique in this study uses: validity test, reliability test, normality test, classic assumption test, multiple linear regression test, test hypothesis and coefficient of determination testing using IBM SPSS Statistics 23.*

*The results of the study showed that (1) the corporate image variable had a positive and significant effect on customer loyalty. (2) service quality variables have a positive and significant effect on customer loyalty. (3) the trust variable has a positive and significant effect on customer loyalty. (4) customer value variables have a positive and significant effect on customer loyalty. (5) Taken together a positive and significant effect on the level of customer loyalty, from the results of the F test, the value of Fcount is 4.373 with a significant level of 0.003.*

*Keywords:* *Corporate Image, Service Quality, Trust, Customer Value Customer Loyalty*

