

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Image*, Kepercayaan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Penabung pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung” ini ditulis oleh Siska Ayu Dwi Lestari, NIM 17401153264, yang dibimbing oleh Bapak Muh. Aqim Adlan, M.E.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi persaingan lembaga keuangan syariah yang dari waktu ke waktu semakin ketat, sehingga setiap perusahaan harus menciptakan strategi pemasaran yang baru untuk dapat mempertahankan dan meraih pangsa pasar yang lebih luas serta dapat meningkatkan loyalitas nasabahnya. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah *brand image*, kepercayaan, dan kepuasan secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.

Rumusan masalah pada penelitian ini: (1) Apakah *brand image* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung? (2) Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung? (3) Apakah kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung? (4) Apakah *brand image*, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung?. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Simple Random Sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 responden yaitu nasabah penabung pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Tahap selanjutnya, data kuesioner dianalisis dengan regresi linier berganda yang berfungsi untuk membuktikan hasil hipotesis penelitian. Data-data yang memenuhi uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji t, uji F, uji asumsi klasik dan uji koefisien determinasi.

Pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji f, menunjukkan bahwa: 1) variabel *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung, 2) variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung, 3) variabel kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung, 4) dan pengujian secara bersama-sama variabel *brand image*, kepercayaan, dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung.

Kata kunci : *Brand Image*, Kepercayaan, Kepuasan, dan Loyalitas Nasabah Penabung.

ABSTRACT

Thesis with the title 'The Effect of Brand Imageercayaan Trust, and Satisfaction on Savings Customer Loyalty at PT. Bank BNI Syariah Tulungagung Sub-branch Office "was written by Siska Ayu Dwi Lestari, NIM 17401153264, which was guided by Mr. Muh. Aqim Adlan, M.E.I.

This research is motivated by the conditions of competition of sharia financial institutions which from time to time are getting tougher, so that every company must create a new marketing strategy to be able to maintain and gain a wider market share and can increase customer loyalty. The purpose of this research is to find out whether brand image, trust, and satisfaction partially or simultaneously influence the loyalty of saver customers at PT. Bank BNI Syariah Tulungagung Sub-Branch Office.

Formulation of the problem in this study: (1) Does the brand image have a significant effect on the loyalty of saver customers at PT. Bank BNI Syariah Tulungagung Sub-Branch Office? (2) Does trust have a significant effect on the loyalty of saver customers at PT. Bank BNI Syariah Tulungagung Sub-Branch Office? (3) Does satisfaction have a significant effect on the loyalty of saver customers at PT. Bank BNI Syariah Tulungagung Sub-Branch Office? (4) Does brand image, trust and satisfaction have an effect simultaneously on the loyalty of saver customers at PT. Bank BNI Syariah Tulungagung Sub-Branch Office ?. The technique used in sampling in this study is Simple Random Sampling. The number of samples used in sampling in this study were 96 respondents, namely deposit customers at PT. Bank BNI Syariah Tulungagung Sub-Branch Office. The next stage, the questionnaire data was analyzed by multiple linear regression which served to prove the results of the research hypothesis. The data that meets the validity test, reliability test, multiple linear regression test, t test, F test, classical assumption test and test coefficient of determination.

Hypothesis testing uses t test and f test, indicating that: 1) brand image variable has a positive and significant effect on saver customer loyalty, 2) trust variable has a positive and significant effect on saver customer loyalty, 3) satisfaction variable has a positive and significant effect on customer loyalty savers, 4) and joint testing of brand image, trust, and satisfaction variables have a positive and significant effect on the loyalty of saver customers.

Keywords: Brand Image, Trust, Satisfaction and Customer Loyalty