

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Religiusitas Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Rakyat Indonesia Syariah Tulungagung” ini ditulis oleh Fransisca Mega Dewi, NIM. 17401163065, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, pembimbing Dr. Ali Mauludi, AC.,M.A.

Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi oleh pentingnya mengukur tingkat loyalitas nasabah. Dengan seiring berkembangnya persaingan dalam dunia perbankan syariah, tentu saja BRI Syariah memiliki tantangan terbesar dalam ruang lingkup perbankan syariah di era global seperti ini adalah mempertahankan dan menciptakan kepuasan serta loyalitas nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk, 1) untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah, 2) untuk menguji pengaruh strategi pemasaran terhadap loyalitas nasabah, 3) untuk menguji pengaruh religiusitas nasabah terhadap loyalitas nasabah, dan 4) untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan religiusitas nasabah terhadap loyalitas nasabah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 nasabah di BRI Syariah Tulungagung. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan secara langsung oleh penelitian dilapangan melalui penyebaran angket/kuesioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, 2) variabel strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, 3) variabel religiusitas nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, dan 4) variabel kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran, Religiusitas Nasabah, Loyalitas Nasabah.

ABSTRACT

This thesis entitled “The Effect of Service Quality, Marketing Strategy and Customer Religiosity on Customer Loyalty of Bank Rakyat Indonesia Syariah Tulungagung” was written by Fransisca Mega Dewi, NIM. 17401163065, Sharia Banking Department, Faculty of Islamic Economics and Business, mentor Dr. Ali Mauludi, AC.,M.A.

The research in this thesis is motivated by the importance of measuring the level of customer loyalty. With the development of competition in the world of Islamic banking, of course BRI Syariah has the biggest challenge in the scope of Islamic banking in this global era is to maintain and create customer satisfaction and loyalty.

This research aims to, 1) test the effect of service quality on customer loyalty, 2) test the effect of marketing strategies on customer loyalty, 3) test the effect of customer religiosity on customer loyalty, and 4) test the simultaneous effect of service quality, marketing strategy and customer religiosity on customer loyalty.

The method in this study used a quantitative approach. The population in this study were 100 customers at BRI Syariah Tulungagung. The data used in this study are primary data collected directly by field research through distributing questionnaires.

The result of the study showed that 1) service quality variable has a positive and significant effect on customer loyalty, 2) marketing strategy variable has a positive and significant effect on customer loyalty, 3) customer religiosity variable has a positive and significant effect on customer loyalty, and 4) service quality variables, marketing strategy and religiosity together have a positive and significant effect on customer loyalty.

Keyword : Service Quality, Marketing Strategy, Customer Religiosity, Customer Loyalty.