

## **ABSTRAK**

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga Dan Biaya Terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah Di Bank Muamalat Indonesia KC Kediri” ini ditulis oleh Agillia Kurniasari, Nomor Induk Mahasiswa 12401173286 jurusan perbankan syariah, fakultas ekonomi dan bisnis islam, IAIN Tulungagung dengan pembimbing Ibu Dr. Hj. Nur Aini Latifah, SE., MM.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berkembangnya bank syariah di Indonesia. Perkembangan dan kemajuan bank syariah tidak lepas dari sikap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk dan jasa bank syariah. Adapun cara menciptakan loyalitas nasabah yaitu dengan memberikan kualitas produk yang baik, kualitas pelayanan yang baik, menarik nasabah dari segi emosionalnya, penetapan harga yang mampu bersaing, dan ketepatan dalam pengeluaran biaya oleh pihak perbankan syariah. Jika hal tersebut dapat dilakukan, maka dipastikan dapat mendorong nasabah bersifat loyal terhadap jasa perbankan syariah. Oleh karena itu penelitian ini mengambil permasalahan kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah di Bank Muamalat Indonesia KC Kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan cara *incidental sampling*. Dengan jumlah sampel 100 responden yaitu nasabah Bank Muamalat Indonesia KC Kediri. Pengumpulan data menggunakan angket. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Tahap analisis data meliputi: (1) uji validitas, (2) uji reliabilitas, (3) uji asumsi klasik, (4) uji regresi linier berganda, (5) uji hipotesis, dan (6) uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. (2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. (3) Emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. (4) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, (5) Biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, (6) Kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah di Bank Muamalat Indonesia KC Kediri.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga, Biaya Dan Loyalitas Nasabah

## **ABSTRACT**

Thesis with the title "Influence of Product Quality, Quality of Service, Emotional, Price And Cost To Loyalty of Sharia Banking Customers At Bank Muamalat Indonesia KC Kediri" was written by Agillia Kurniasari, Student Parent Number 12401173286 majoring in Sharia banking, faculty of economics and Islamic business, IAIN Tulungagung with the guidance of Mrs. Dr. Hj. Nur Aini Latifah, SE., MM.

This research is based on the development of sharia banks in Indonesia. The development and progress of sharia banks can not be separated from the attitude of customer loyalty in using sharia bank products and services. The way to create customer loyalty is by providing good product quality, good service quality, attractive customers in terms of emotional, competitive pricing, and accuracy in cost expenditure by sharia banks. If this can be done, then it can certainly encourage customers to be loyal to Sharia banking services. Therefore, this study takes the issue of product quality, service quality, emotional, price and cost, with the aim to know the influence of product quality, service quality, emotional, price and cost to the loyalty of sharia banking customers at Bank Muamalat Indonesia KC Kediri.

This research uses quantitative approach with associative research type. Sampling in this study using incidental sampling method. With a sample of 100 respondents, namely customers of Bank Muamalat Indonesia KC Kediri. Data collection using questionnaires. The data sources used are primary and secondary data. The measurement scale in this study used a likert scale. The data analysis phase includes: (1) validity test, (2) reliability test, (3) classic asumsi test, (4) multiple linear regression test, (5) hypothesis test, and (6) determination coefficient test.

The results showed (1) The quality of the product has a positive and significant effect on customer loyalty. (2) The quality of service has a positive and significant effect on customer loyalty. (3) Emotionally positive and significant effect on customer loyalty. (4) Prices have a positive and significant effect on customer loyalty, (5) Costs have a positive and significant effect on customer loyalty, (6) Product quality, service quality, emotional, price and cost together have a positive and significant effect on the loyalty of sharia banking customers at Bank Muamalat Indonesia KC Kediri.

**Keywords :** Product Quality, Service Quality, Emotional, Price, Cost And Customer Loyalty