

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Prinsip Syariah, Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang” yang ditulis oleh Kharidotun Nikmah, NIM. 17401163413, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, dibimbing oleh Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penerapan prinsip syariah, citra perusahaan, serta kualitas pelayanan pada bank yang harus dikelola dengan baik dan profesional. Keberhasilan bisnis dalam BPRS yaitu berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas layanan tinggi yang terlihat dalam kinerja layanan yang ada. Fokus pada penelitian yaitu 1. Apakah prinsip syariah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang? 2. Apakah citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang? 3. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang? 4. Apakah sistem syariah, citra perusahaan dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang? Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan representative sampling. Untuk teknik pengumpulan data menggunakan instrumen observasi, angket, dan dokumentasi. Teknik analisis data nya menggunakan uji validitas, reliabilitas, normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, analisis regresi berganda, uji t, dan uji f. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1. Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial prinsip syariah berpengaruh negative dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang. Hubungan negatif disini mengindikasikan bahwa setiap produk yang sesuai dengan prinsip syariah bukan merupakan indikasi dari kepuasan nasabah. 2. Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang. Hubungan positif disini menunjukkan bahwa semakin meningkat citra perusahaan yang terus memaksimalkan kualitasnya maka semakin meningkat pula kesan baik yang diberikan nasabah bahwa PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang selalu mengutamakan kepuasan nasabah. 3. Berdasarkan pengujian secara parsial kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang. Hubungan positif ini menunjukkan bahwa semakin baik dan maksimal kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah maka semakin meningkat pula ukuran kualitas pelayanan demi kepuasan nasabah. 4. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa variabel prinsip syariah, citra perusahaan dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan nasabah pada PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut.

Kata Kunci: *Prinsip Syariah, Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah*

ABSTRACT

The thesis with the title "The Influence of Sharia Principles, Corporate Image and Service Quality on Customer Satisfaction of PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang" written by Kharirotun Nikmah, Register Number. 17401163413, Department of Islamic Banking, Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic Institute of Tulungagung, Advisor by Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

This research is motivated by the application of sharia principles, corporate image, and quality of service at banks that must be managed properly and professionally. Business success in a BPRS is trying to offer service quality with high service quality as seen in the performance of existing services. This research aims to answer questions related to the focus of the research, that is 1. Do sharia principles have a significant effect on customer satisfaction at PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang? 2. Does company image have a significant effect on customer satisfaction of PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang? 3. Does service quality have a significant effect on customer satisfaction of PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang? 4. Do the sharia system, corporate image and service quality together have a significant effect on customer loyalty at PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang? This research used a quantitative approach with the type of associative research. The sampling technique used was representative sampling. For data collection techniques using observation instruments, questionnaires, and documentation. The data analysis technique used validity, reliability, normality, heteroscedasticity, multicollinearity, multiple regression analysis, t-test, and f-test tests. The results show that: 1. Based on partial hypothesis testing, sharia principles have a negative and significant effect on customer satisfaction at PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang. The negative relationship here indicates that any product that complies with sharia principles is not an indication of customer satisfaction. 2. Based on partial hypothesis testing, corporate image has a positive and significant effect on customer satisfaction at PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang. The positive relationship here indicates that the higher the image of the company that continues to maximize its quality, the better the impression given by customers that PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang always prioritizes customer satisfaction. 3. Based on partial testing, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang. This positive relationship shows that the better and the maximum quality of service provided to customers, the higher the size of service quality for customer satisfaction. 4. Based on the results of the F test, it shows that the variables of sharia principles, corporate image and service quality have an effect on customer satisfaction at PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang. This shows that customer satisfaction at PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang is influenced by these three variables.

Keywords: sharia principles, corporate image, service quality, customer satisfaction