

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi Merek, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung” ini ditulis oleh Handa Nadhira Azmala, NIM. 12401183156 dengan pembimbing Suminto, M.Pd.I.

Penelitian skripsi ini dilatarbelakangi oleh maraknya perkembangan dan pertumbuhan Bank Syariah yang dipandang sinis oleh beberapa kalangan. Hal ini dilihat dari masih rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat Islam terhadap Bank Syariah. Bank Syariah dihadapkan pada persaingan dengan Bank Konvensional yang terlebih dahulu berada di pasar. Bank yang akan tampil menjadi pemenang, tentunya bank tersebut benar-benar memahami kebutuhan, tuntutan dan keinginan dari pasar atau nasabah. Ketatnya persaingan antara industri perbankan telah mendorong Bank Mandiri Syariah untuk berinovasi terhadap layanan jasa yang memiliki keunggulan bersaing dan unik. Layanan yang berkualitas dalam lembaga keuangan akan menjadi nilai lebih bagi nasabah yang nantinya akan memberikan kepuasan dan loyalitasnya terhadap lembaga itu sendiri.

Maka dari itu penelitian ini mengangkat permasalahan kualitas pelayanan, reputasi merek, dan keunggulan bersaing terhadap loyalitas nasabah menabung di Bank Mandiri Syariah KCP Tulungagung dengan tujuan (1) Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah menabung Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. (2) Untuk menganalisis pengaruh reputasi merek terhadap loyalitas nasabah menabung Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. (3) Untuk menganalisis pengaruh keunggulan bersaing terhadap loyalitas nasabah menabung Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. (4) Untuk menganalisis pengaruh secara simultan kualitas pelayanan, reputasi merek, dan keunggulan bersaing terhadap loyalitas nasabah menabung Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 42 responden nasabah menabung dengan teknik *probability sampling*. Data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan kuesioner. Selanjutnya, data kuesioner dianalisis dengan uji keabsahan data, uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji determinasi, dan uji regresi linier berganda dengan hasil  $Y = -0,020 + 0,161X_1 + 0,296X_2 + 0,426X_3$ .

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah menabung Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. (2) Reputasi merek tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah menabung Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. (3) Keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah menabung Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. (4) Kualitas pelayanan, reputasi merek, dan keunggulan bersaing memiliki pengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah menabung Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.

*Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Reputasi Merek, Keunggulan Bersaing, Loyalitas Nasabah Menabung, Bank Mandiri Syariah..*

## **ABSTRACT**

*The thesis entitled “The Influence of Service Quality, Brand Reputaton, And Competitive Advantage on Customer Loyalty in Savings at Bank Syariah Mandiri Tulungagung Sub-Branch Office” was written by Handa Nadhira Azmala, NIM. 12401183156 with the supervisor Suminto, M.Pd.I.*

*The research of this thesis is motivated by the widespread development and growth of Islamic banks which are seen as cynical by some circles. This can be seen from the low level of Islamic public trust in Islamic banks. Islamic banks are faced with competition with conventional banks which are first in the market. The bank that will emerge as the winner, of course, the bank really understands the needs, demands and desires of the market customers. The tight competition between the banking industry has encouraged Bank Syariah Mandiri to innovate on services that have competitive and unique advanrages. Quality services in financial institutions will be of added value for customers who will later provide satisfaction and loyalty to the institution itself.*

*Therefore, this study raises the issue of service quality, brand reputation, and competitive advantage on customer loyalty saving at Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung with the aim of (1) To analyze the effect of service quality on customer loyalty saving at Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. (2) To analyze the effect of brand reputation on customer loyalty in saving Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. (3) To analyze the effect of competitive advantage on customer loyalty saving at Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. (4) To analyze the simultaneous effect of service quality, brand reputation, and competitive advantage on customer loyalty to saving at Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. This study uses a quantitative approach with the type of associative research. The number of samples used as many as 42 customer respondents save with probability sampling technique. The data used is primary data using a questionnaire. Furthermore, the questionnaire data was analyze by data validity test, classical assumption test, hypothesis test, determination test, and multiple linear regression with the result  $Y = -0,020 + 0,161X_1 + 0,296X_2 + 0,426X_3$ .*

*The result showed that (1) Service quality had no significant effect on customer loyalty in saving at Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. (2) Brand reputation has no significant effect on customer loyalty to savings at Bank Syariah Mandiri. (3) Competitive advantage has a significant effect on customer loyalty in saving at Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. (4) Service quality, brand reputation, and competitive advantage have a simultaneous influence on customer loyalty to savings at Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.*

*Keywords: Service Quality, Brand Reputation, Competitive Advantage, Saving Customer Loyalty, Bank Syariah Mandiri.*