

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Produk Tabungan dan Deposito di Muamalat Tulungagung” yang ditulis oleh Renda Wulandari, NIM 12401193152, Jurusan Ekonomi, Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan pembimbing Dianita Meirini, S. A., M. Si.

Penelitian ini dilatar belakangi dengan semakin ketatnya persaingan antar bank syariah yang ada di Indonesia sehingga pihak perbankan harus mengerti strategi dan faktor apa saja yang dapat digunakan untuk mempertahankan loyalitas nasabah. Karena dengan adanya loyalitas nasabah, perusahaan bisa terus berjalan dan menjadi lebih maju di masa depan.

Tujuan dari Penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pengaruh signifikan secara simultan kualitas layanan, citra perusahaan, dan *brand image* terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung, (2) untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung, (3) untuk mengetahui pengaruh signifikan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung, (4) untuk mengetahui pengaruh signifikan *brand image* terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan

adalah kuesioner (angket). Pengolahan data yang digunakan yaitu SPSS 25. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji multikolinieritas, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji F, uji T, uji normalitas, uji heterokedastisitas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas layanan, citra perusahaan, dan *brand image* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung, (2) kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung, (3) citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung, (4) *brand image* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung. Adapun R Square menunjukkan sebesar 26% pengaruh kualitas layanan, citra perusahaan dan brand image terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung, sedangkan sisanya yaitu 74% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model ini.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, *Brand Image*, Loyalitas

ABSTRACT

Thesis entitled "The Effect of Service Quality, Corporate Image, and Brand Image on Bank Customer Loyalty for Savings and Time Deposit Products in Muamalat Tulungagung" written by Renda Wulandari, NIM 12401193152, Department of Economics, Islamic Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business with Dianita Meirini as supervisor , S.A., M.Si.

The background of this research is the increasingly tight competition between Islamic banks in Indonesia, so that banks must understand what strategies and factors can be used to maintain customer loyalty. Because with customer loyalty, the company can continue to run and become more advanced in the future. The aims of this study were (1) to determine the significant effect simultaneously of service quality, corporate image, and brand image on customer loyalty of Bank Muamalat KCP Tulungagung, (2) to determine the significant effect of service quality on customer loyalty of Bank Muamalat KCP Tulungagung, (3)) to determine the significant effect of corporate image on customer loyalty of Bank Muamalat KCP Tulungagung, (4) to determine the significant effect of brand image

on customer loyalty of Bank Muamalat KCP Tulungagung.

This study uses a quantitative approach and type of associative research. The data source used is primary data with a total sample of 100 respondents. The data collection technique used was a questionnaire (questionnaire). Data processing used is SPSS 25. This research uses validity test,

reliability test, multicollinearity test, multiple linear regression test, coefficient of determination test (R^2), F test, T test, normality test, heteroscedasticity test.

The results of this study indicate that (1) service quality, corporate image, and brand image simultaneously or together have a significant effect on customer loyalty at Bank Muamalat KCP Tulungagung, (2) service quality has a significant effect on customer loyalty at Bank Muamalat KCP Tulungagung, (3) corporate image has a significant effect on customer loyalty of Bank Muamalat KCP Tulungagung, (4) brand image has a significant effect on customer loyalty of Bank Muamalat KCP Tulungagung. The R Square shows 26% the effect of service quality, corporate image and brand image on customer loyalty of Bank Muamalat KCP Tulungagung, while the remaining 74% is influenced by other variables outside this model.

Keywords: Service Quality, Corporate Image, Brand Image, Loyalty

الملخص

تحمل هذه الرسالة عنوان "تأثير جودة الخدمة، وصورة الشركة، وصورة العلامة التجارية على ولاء العملاء لمنتجات التوفير والودائع في بنك معاملة فرع تولونغاغونغ"، وقد أعدّها الطالبة رندا وولنداري، رقم القيد ١٢٤٠١١٩٣١٥٢، من قسم الاقتصاد، برنامج المصرفية الإسلامية، كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية، تحت إشراف ديانيتا ميريني، M.Si.، S.A.

جاءت هذه الدراسة في ظل التنافس المتزايد بين البنوك الإسلامية في إندونيسيا، مما يتطلب من هذه البنوك فهم الاستراتيجيات والعوامل التي يمكن أن تُستخدم للحفاظ على ولاء العملاء، إذ إن هذا الولاء يُعد أحد العوامل الرئيسة لاستمرار وتقدم المؤسسة في المستقبل.

وتهدف هذه الدراسة إلى: (١) معرفة مدى التأثير المشترك لجودة الخدمة وصورة الشركة وصورة العلامة التجارية على ولاء عملاء بنك معاملة فرع تولونغاغونغ، (٢) معرفة مدى التأثير الفردي لجودة الخدمة على ولاء العملاء، (٣) معرفة تأثير صورة الشركة على ولاء العملاء، (٤) معرفة تأثير صورة العلامة التجارية على ولاء العملاء.

استخدمت هذه الدراسة منهجًا كمّيًا ونوع البحث المستخدم هو البحث الارتباطي، وتم الحصول على البيانات الأولية من خلال استبيان شمل

١٠٠ مستجيب. أما تحليل البيانات فقد تم باستخدام برنامج SPSS الإصدار ٢٥، من خلال اختبارات الصدق والثبات والانحدار الخطي المتعدد ومعامل التحديد (R^2) واختبار F واختبار T واختبار التوزيع الطبيعي واختبار التباين غير المتجانس.

وتوصلت نتائج البحث إلى أن (١) : جودة الخدمة، وصورة الشركة، وصورة العلامة التجارية تؤثر بشكل معنوي مشترك على ولاء العملاء، (٢) جودة الخدمة تؤثر بشكل معنوي على ولاء العملاء، (٣) صورة الشركة تؤثر بشكل معنوي على ولاء العملاء، (٤) صورة العلامة التجارية تؤثر بشكل معنوي على ولاء العملاء . وقد أظهرت قيمة معامل التحديد R Square أن ٢٦٪ من تأثير ولاء العملاء يمكن تفسيره من خلال جودة الخدمة وصورة الشركة وصورة العلامة التجارية، بينما تُعزى النسبة المتبقية البالغة ٧٤٪ إلى عوامل أخرى خارج هذا النموذج.

الكلمات المفتاحية : جودة الخدمة، صورة الشركة، صورة العلامة التجارية،

ولاء العملاء