

ABSTRAK

Tesis dengan judul “Strategi Layanan Prima Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Tulungagung” yang ditulis Tony Tjahjadi, NIM 1880508230026, pembimbing Prof. Dr. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M. dan Dr. Binti Nur Asiyah, M.Si.

Loyalitas nasabah menjadi elemen kunci dalam keberhasilan operasional bank syariah. Sebuah bank tidak hanya membutuhkan nasabah baru untuk berkembang, tetapi juga membutuhkan hubungan jangka panjang dengan nasabah yang ada. Dengan loyalitas yang tinggi, nasabah akan cenderung untuk tetap menggunakan produk dan layanan bank meskipun dihadapkan pada berbagai pilihan lain di pasar. Penelitian ini bertujuan (1) untuk menganalisis penerapan layanan prima pada Bank Syariah Indonesia di Tulungagung. (2) untuk menganalisis kendala dalam pelaksanaan layanan prima di Bank Syariah Indonesia di Tulungagung. (3) untuk menganalisis layanan prima dapat meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan (1) Penerapan Layanan Prima pada Bank Syariah Indonesia di Tulungagung menunjukkan bahwa bank telah berupaya secara konsisten meningkatkan kualitas pelayanan demi menciptakan kepuasan dan loyalitas nasabah. (2) Kendala dalam Pelaksanaan Layanan Prima di Bank Syariah Indonesia di Tulungagung menunjukkan bahwa, prosedur dan proses transaksi yang mungkin rumit, serta kebutuhan akan penjelasan yang lebih jelas dan mudah dipahami oleh nasabah untuk meningkatkan kemudahan dan kepercayaan nasabah dalam bertransaksi. (3) Layanan Prima dapat meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Tulungagung menunjukkan bahwa, Bank Syariah Indonesia di Tulungagung telah menerapkan prinsip pelayanan prima pada seluruh dimensi Tangible, Reliability, Responsiveness, Empathy, dan Assurance.

Kata Kunci: Penerapan, Layanan Prima, dan Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

Thesis entitled ‘Excellent Service Strategies to Increase Customer Loyalty at Bank Syariah Indonesia in Tulungagung’ written by Tony Tjahjadi, Student ID Number 1880508230026, supervised by Prof. Dr. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M. and Dr. Binti Nur Asiyah, M.Si.

Customer loyalty is a key element in the operational success of Islamic banks. A bank not only needs new customers to grow, but also needs long-term relationships with existing customers. With high loyalty, customers will tend to continue using the bank's products and services even when faced with various other options in the market. This study aims (1) to analyse the implementation of excellent service at Bank Syariah Indonesia in Tulungagung. (2) to analyse the obstacles in implementing excellent service at Bank Syariah Indonesia in Tulungagung. (3) to analyse how excellent service can increase customer loyalty at Bank Syariah Indonesia in Tulungagung.

This study uses a qualitative approach with a case study type. The data sources used consist of primary and secondary data. Data collection was carried out through interviews, observation, and documentation. The data analysis technique used is source triangulation.

The results of this study indicate that (1) the implementation of excellent service at Bank Syariah Indonesia in Tulungagung shows that the bank has made consistent efforts to improve service quality in order to create customer satisfaction and loyalty. (2) Obstacles in the implementation of excellent service at Bank Syariah Indonesia in Tulungagung indicate that transaction procedures and processes may be complicated, and there is a need for clearer and more understandable explanations for customers to increase their convenience and trust in transactions. (3) Excellent service can increase customer loyalty at Bank Syariah Indonesia in Tulungagung, indicating that Bank Syariah Indonesia in Tulungagung has implemented the principles of excellent service in all dimensions: Tangible, Reliability, Responsiveness, Empathy, and Assurance.

Keywords: Implementation, Excellent Service, and Customer Loyalty