

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Citra Perusahaan dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Anggota Tabungan Umum Syariah di *Baitul Maal Wa Tamwil* Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar” ini ditulis oleh Eka Kismanurjannah, NIM. 1741143094 jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), IAIN Tulungagung dengan pembimbing oleh Jusuf Bahtiar, S.S., M.Pd.

Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi oleh pentingnya lembaga yang bergerak di bidang jasa keuangan, dimana kepercayaan, citra perusahaan dan nilai pelanggan yang baik memegang peran utama dalam meningkatkan loyalitas anggota. Sebuah lembaga keuangan syariah khususnya lembaga nonbank seperti *Baitul Maal Wa Tamwil* Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar yang memiliki kepercayaan, citra perusahaan dan nilai pelanggan yang baik akan mendapatkan loyalitas dari anggota.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah (1) apakah kepercayaan berpengaruh terhadap tingkat loyalitas anggota Tabungan Umum Syariah? (2) apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap tingkat loyalitas anggota Tabungan Umum Syariah? (3) apakah nilai pelanggan berpengaruh terhadap tingkat loyalitas anggota Tabungan Umum Syariah? (4) apakah kepercayaan, citra perusahaan dan nilai pelanggan secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat loyalitas anggota Tabungan Umum Syariah?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 94 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner/angket dengan skala pengukuran adalah skala *likert*. Analisis data yang digunakan meliputi (1) uji kualitas data yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, (2) uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas, (3) uji regresi linier berganda, 4) uji hipotesis yaitu uji t, uji f dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota Tabungan Umum Syariah, (2) citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota Tabungan Umum Syariah, (3) nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota Tabungan Umum Syariah, (4) kepercayaan, citra perusahaan dan nilai pelanggan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota Tabungan Umum Syariah.

Kata kunci : Kepercayaan, Citra Perusahaan, Nilai Pelanggan dan Loyalitas.

ABSTRACT

Thesis with the title "The Effect Of Trust, Corporate Image and Customer Value To The Loyalty Of Tabungan Umum Syariah's Customer *Baitul Maal Wa Tamwil* Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Branch Lodoyo Blitar" was written by Eka Kismanurjannah, NIM. 1741143197 majoring Islamic Banking, Faculty of Islamic Business and Economics (FEBI), IAIN Tulungagung with counselor by Jusuf Bahtiar, S.S., M.Pd.

The research in this thesis is based on the importance of institutions engaged in financial services, where trust, corporate image and customer value plays a major role in improving customer loyalty. An Islamic financial institution, especially non-bank, such as *Baitul Maal Wa Tamwil* Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar, which has good trust, corporate image and customer value will get a customer loyalty.

The formulation of the problem in this study is (1) whether trust influence Tabungan Umum Syariah's customer loyalty? (2) whether corporate image influence Tabungan Umum Syariah's customer loyalty? (3) whether customer value influence Tabungan Umum Syariah's customer loyalty? (4) whether trust, corporate image and customer value simultaneously influence Tabungan Umum Syariah's customer loyalty?

This study uses a quantitative approach with type of associative research. Sampling technique using simple random sampling, total of samples used in this research is 94 respondents. Technique of collecting data using questioner and likert scale as measurement scale. Data analysis used include (1) data quality test that is validity test and reliability test, (2) classical assumption test include normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test, (3) multiple linear regression test, (4) hypothesis test that is t test, F test and coefficient of determination.

The results of this study indicate that (1) trust have a positive and significant impact on Tabungan Umum Syariah's customer loyalty, (2) corporate image have a positive and significant impact on Tabungan Umum Syariah's customer loyalty, (3) customer value have a positive and significant impact on Tabungan Umum Syariah's customer loyalty, (4) simultaneously trust, corporate image and customer value have a positive and significant impact on Tabungan Umum Syariah's customer loyalty.

Keywords: Trust, Corporate Image, Customer Value, Loyalty.