

ABSTRAK

Faridatul Jannah, 2020, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing : Dr. H. Rudy Haryanto, SST. MM

Kata Kunci : *Kualitas Layanan, Kepercayaan, Loyalitas Nasabah, Kepuasan Nasabah*

Kondisi persaingan lembaga keuangan syariah dari waktu ke waktu semakin ketat, sehingga setiap perusahaan harus menciptakan strategi pemasaran yang baru untuk dapat mempertahankan dan meraih pangsa pasar yang lebih luas serta dapat meningkatkan loyalitas nasabahnya. Loyalitas nasabah dalam menggunakan jasa yang ditawarkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi pihak perbankan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanan serta kepercayaan nasabah. Kepuasan nasabah dapat dipenuhi melalui kualitas layanan dan kepercayaan sehingga nasabah akan melanjutkan transaksi dengan perbankan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. Variabel penelitian ini meliputi Kualitas Layanan (X_1), Kepercayaan (X_2), sebagai variabel-variabel yang mempengaruhi, Kepuasan Nasabah (Z) sebagai variabel antara, dan Loyalitas Nasabah (Y) sebagai variabel yang dipengaruhi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*).

Hasil analisis jalur yaitu $Y = 0,500X_1 - 0,255X_2 + 0,285Z$ dan $Z = 0,465 X_1 + 0,303 X_2$. Koefisien determinasi pertama sebesar 28,7%. Hal ini menunjukkan sebesar 28,7% loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas layanan (X_1), kepercayaan (X_2), dan kepuasan nasabah (Z), sedangkan sisanya 71,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan koefisien determinasi kedua sebesar 50,6%. Hal ini menunjukkan sebesar 50,6% kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas layanan (X_1) dan kepercayaan (X_2), sedangkan sisanya 49,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji *t test* pertama menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hasil uji *t test* kedua menunjukkan variabel kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel kepuasan nasabah memediasi antara pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.