

## ABSTRAK

Qoyyimah, 2021. *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening di PT. Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Syariah Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Farid Firmansyah, MM.

**Kata Kunci :** *Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah.*

Perekonomian suatu negara memiliki peran utama dalam menyediakan fasilitas jasa dibidang keuangan oleh lembaga keuangan. Salah satu lembaga keuangan selain bank yang dapat memberikan pinjaman kepada masyarakat adalah Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian. Perusahaan harus mampu meningkatkan dan memberikan layanan terbaik kepada nasabah agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan. Perusahaan dalam menciptakan kepuasan nasabah tidak hanya menjadikan kualitas layanan sebagai tolak ukurnya, tetapi perusahaan juga harus menumbuhkan kesan yang baik yang diingat oleh nasabah dengan meningkatkan citra perusahaan. Nasabah yang merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan menjadi loyal dan memiliki rasa kesetiaan terhadap perusahaan begitu juga sebaliknya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kuantitatif klausul atau penjelasan dengan teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang disebarakan pada nasabah PT. Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Syariah Pamekasan dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden yang diambil dengan teknik *insidental sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra perusahaan dan kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai  $t_{hitung}$  3,338 dan 4,757 >  $t_{tabel}$  1,98525 dan tingkat signifikansi 0,001 dan 0,000 < 0,05. Citra perusahaan dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai  $F_{hitung}$  25,427 >  $F_{tabel}$  3,94 dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Citra perusahaan, kualitas layanan, dan kepuasan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai  $t_{hitung}$  2,668; 2,696; dan 2,031 >  $t_{tabel}$  1,98552 dan tingkat signifikansi 0,009; 0,008; dan 0,045 < 0,05. Citra perusahaan, kualitas layanan, dan kepuasan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan nilai  $F_{hitung}$  15,821 >  $F_{tabel}$  3,09 dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Kepuasan nasabah tidak dapat memediasi pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai  $t_{hitung}$  1,61837 <  $t_{tabel}$  1,66071. Kepuasan nasabah dapat memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai  $t_{hitung}$  1,66073 >  $t_{tabel}$  1,66071. Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa sumbangan citra perusahaan, kualitas layanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah sebesar 33,8% dan sisanya 66,2% merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.