

ABSTRAK

Yulia Agustin, 2021, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Lukmanul Hakim, M.E.I.

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

Pelayanan, kepercayaan dan kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dalam waktu jangka panjang. Untuk memperoleh loyalitas nasabah, BMT harus melakukan usaha yang optimal terutama dari segi pelayanan agar sesuai dengan harapan nasabah. Tujuannya ialah untuk memberikan kepuasan dalam diri nasabah sehingga akan selalu bertransaksi secara berulang-ulang di BMT tersebut. Permasalahan yang akan diuji dalam penelitian ini yaitu peneliti ingin menganalisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan variabel intervening, juga dengan bantuan alat analisis SPSS 24. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling* dengan rumus *Lemeshow* dan jumlah responden yang diambil sebanyak 100 nasabah. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner (angket).

Hasil uji Signifikansi secara simultan (uji F) diperoleh F_{hitung} sebesar 7,306 > F_{tabel} 2,70 dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah mempunyai pengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Hasil uji parsial (uji t) kualitas layanan (X1) diperoleh t_{hitung} sebesar 1,824 > t_{tabel} 1,660 dengan taraf signifikan $0,001 < 0,05$, variabel kepercayaan (X2) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,444 > t_{tabel} 1,660 dengan taraf signifikan $0,006 < 0,05$, dan variabel kepuasan nasabah (Z) diperoleh t_{hitung} sebesar 1,754 > t_{tabel} 1,660 dengan taraf signifikan $0,003 < 0,05$. Dari hasil uji t dapat disimpulkan bahwa variabel X1, X2, dan Z berpengaruh secara parsial terhadap Y. Hasil analisis R^2 sebesar 48,6%. Artinya, 48,6% variabel loyalitas nasabah dipengaruhi oleh variabel independen yaitu kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah. Sedangkan 51,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya. Hasil perhitungan Z_{hitung} persamaan 1&2 diperoleh nilai sebesar 1,5927 & 1,4800 < Z_{tabel} 1,960, dapat disimpulkan bahwa variabel keduanya (X1 dan X2) tidak dapat memediasi terhadap loyalitas nasabah. Besaran koefisien dari variabel kepercayaan lebih besar pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah sebesar

2,444. Dibandingkan ketika harus melalui kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening*.