

ABSTRAK

Devy Monica Febyana, 2024, *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Anggota Melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Produk Tabungan Sajadah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan.*

Pembimbing: Fena Ulfa Aulia, S.E., M.Ak

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

Pada era globalisasi, perkembangan bisnis berkembang dengan pesat. Ketatnya persaingan ini membawa dampak yang sangat besar terhadap perekonomian. Dengan hal itu perusahaan harus mampu bersaing dan terus berupaya bagaimana menciptakan agar nasabah tersebut tidak berpindah pada lembaga keuangan lain dan nasabah menjadi semakin loyal. Kepuasan menjadi kunci utama yang dapat menciptakan loyalitas tersebut. Salah satu cara yang dapat digunakan yaitu dengan adanya kualitas layanan yang baik dan citra perusahaan agar dinilai baik oleh masyarakat .

Berdasarkan hal tersebut, maka dirumuskan permasalahan yang menjadi kajian pokok dalam penelitian ini, yaitu: pertama, apakah citra perusahaan dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT NU cabang Tlanakan. Kedua, apakah citra perusahaan dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota KSPPS BMT NU cabang Tlanakan. Ketiga, apakah kepuasan anggota berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota KSPPS BMT NU cabang Tlanakan. Keempat, apakah citra perusahaan dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota Kspps BMT NU cabang Tlanakan melalui kepuasan anggota?

Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu menggunakan analisis statistik dan angka-angka dengan teknik analisis jalur (*path analysis*). Instrumen yang digunakan yaitu kuesioner yang disebarakan kepada anggota/nasabah KSPPS BMT NU Cabang Tlanakan dengan jumlah sampel sebanyak 62 anggota. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra perusahaan dan kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dengan $t_{hitung} 2,041$ dan $2,611 > t_{tabel} 2,001$ dan tingkat signifikansi $0,046$ dan $0,011 < 0,05$. citra perusahaan dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dengan $f_{hitung} 4,720 > f_{tabel} 4,00$ dan tingkat signifikansi $0,013 < 0,05$. citra perusahaan, kualitas layanan, dan kepuasan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dengan $t_{hitung} 2,702; 2,358; 2,340 > t_{tabel} 2,001$ dan tingkat signifikansi $0,009; 0,022; 0,023 < 0,05$. citra perusahaan, kualitas layanan, dan kepuasan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dengan $f_{hitung} 5,210 > f_{tabel} 3,15$ dan tingkat signifikansi $0,003 < 0,05$. Kepuasan anggota dapat memediasi pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas anggota dengan nilai $t_{hitung} 2,705 < t_{tabel} 2,001$. Kepuasan anggota dapat memediasi pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas anggota dengan nilai $t_{hitung} 2,679 < t_{tabel} 2,001$.