

ABSTRAK

Ahmad Saifin Nuha, SH, NIM ES-14003. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada BANK SYARIAH CABANG KUDUS). Tesis Pasca Sarjana Ekonomi Syari'ah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kudus.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia kini telah memasuki babak baru. Pertumbuhan industri perbankan syariah telah bertransformasi dari hanya sekedar memperkenalkan suatu alternatif praktik perbankan syariah menjadi bagaimana bank syariah menempatkan posisinya sebagai pemain utama dalam percaturan ekonomi di tanah air. Bank syariah memiliki potensi besar untuk menjadi pilihan utama dan pertama bagi nasabah dalam pilihan transaksi mereka.

Berbagai upaya dilakukan untuk menarik nasabah karena kehidupan dari Bank Syariah tergantung dari jumlah nasabah. Salah satu cara yang telah dilakukan untuk menarik nasabah adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan, menambah berbagai produk yang ditawarkan dan meningkatkan kepercayaan nasabah. Namun hal itu belum maksimal, permasalahan yang dihadapi Bank Syariah ini adalah variasi produk yang kurang, pelayanan yang kurang memuaskan terhadap nasabah dan adanya penurunan kepercayaan nasabah dengan ditandai penurunan jumlah Nasabah. Penelitian ini mempergunakan 200 responden dan keseluruhan responden adalah nasabah Bank Syariah Cabang Kudus yaitu Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri dan BNI 46 Syariah. Metode analisis data penelitian ini menggunakan *path analysis* SPSS versi 23 dengan tingkat signifikan sebesar 5%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan nasabah berpengaruh positif langsung terhadap kepuasan nasabah. Serta kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Simpulan dari penelitian ini adalah apabila kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan nasabah yang diterapkan meningkat, maka loyalitas nasabah juga akan meningkat. Perusahaan diharapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan nasabah agar tercipta hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan nasabah. Saran untuk peneliti selanjutnya agar tetap mempertimbangkan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan nasabah sebagai faktor pembentuk loyalitas nasabah. Selain itu untuk mengembangkan hasil dari penelitian ini diharapkan agar menambah variabel lain dan menggunakan metode analisa data yang lain.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah.*

ABSTRACT

Ahmad Saifin Nuha, SH, NIM ES-14003. 2017. The Influence of Product Quality, Service Quality, Trust On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As Intervening Variable (Study At SHARIAH BANK OF KUDUS BRANCH). Thesis Post-Graduate Syari'ah Economics State Islamic High School (STAIN) Kudus.

The development of Islamic banking in Indonesia has now entered a new phase. The growth of Islamic banking industry has transformed from simply introducing an alternative practice of Islamic banking into how the Islamic bank puts its position as a major player in economic arena in the country. Islamic banks have great potential to become the main and first choice for customers in the selection of their transactions.

Various attempts were made to attract customers for the life of the Islamic Bank depends on the number of customers. One way that has been done to attract customers is to improve the quality of service, adding a range of products offered and increase customer confidence. But it is not maximized, the problems facing Islamic Bank is less product variation, less than satisfactory service to customers and a decrease in customer confidence with a marked decrease in the number of Customers. The study used 200 respondents and the overall respondents are customers of Bank Syariah Muamalat Branch of the Holy namely, Bank Syariah Mandiri and BNI Syariah 46. Methods of data analysis using SPSS version 23 path analysis with significant level of 5%.

The results showed that partially quality of service, product quality and customer confidence in a direct positive effect on customer satisfaction. Satisfaction as well as the positive effect on customer loyalty. Conclusions from this research is that if the quality of service, product quality and customer confidence are applied increases, will also increase customer loyalty. The company is expected to improve the quality of service, product quality and customer confidence in order to create a long-term relationship between the company and the customer. Suggestions for further research in order to continue to consider the variable quality of service, product quality and customer confidence as the determining factors of customer loyalty. In addition to developing the results of this study are expected in order to add another variable and using other methods of data analysis.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Trust, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

الملخص

تأثير جدو المنتج وجدو . 2017. NIM ES-14003، SH أحمد سيفين نهى، ومتغير التدخل (دراسة في مصرف الشريعة فرع القدس) . ورطحة كلية الواسات العليا في جامعة المقدسة (STAIN) الاقتصاد الشريعة الإسلامية الخدمة اولثقة ولاء العملاء روضا العملاء

نمو حولت .جديدة مرحلة الآن دخلت إنونيسيا في الإسلامي المصرفي العمل توطير كيفية في الإسلامي المصرفي العمل لممارسة بديل تقديم مجرد من الإسلامية المصرفية الصناعة البنك .النطو في الاقتصادية الساحة في رئيسيا لاعبا باعتبارها مكانتها الإسلامي البنك يضع معاملاتهم اختيار في للعملاء اولأو رئيسيا، خيرا ليكنوكيقر إمكانات لديها الإسلامية

من عدد على اعتماد الإسلامي البنك من للحياة الزبائن لجذب عديدة محاولات جتر مجموعة إضافة الخدمة، جدو تحسين في الزبائن لجذب به القيام تم التي القرط إحدى .العملاء تلوجه التي المشاكل فإن ذلك تعظيم يتم لم ولكن .العملاء ثقة زوياد المعورضة المنتجات من مع العملاء ثقة في وانخفاض للعملاء مرضية خدمة من أوقل المنتج، تباين أقل هو الإسلامي البنك هي عام بشكل اولمشاركين المشاركين 200 الواسة اوستخدمت .العملاء عدد في ملحظو انخفاض الشريعة الحريق أوطار الشرعية مانديير بنك وهي القسد فرع معاملات الشرعية البنك لعملاء 5% من عال مستوى مع مسار 23 تحليل النسخة SPSS باستخدام البيانات تحليل 46 قرط

إيجابي تأثير في العملاء وثقة المنتج جدو الخدمة، جدو جزنيا نأ النتائج ظلوهر هاذ من استنتاجات .العملاء ولاء على إيجابي تأثير لها وكذلك رضا .العملاء ولاء على مباشر أيضا تزيد وسفو تطبيق، زوياد العملاء وثقة المنتج جدو الخدمة، جدو كانت إذا أنه هو البحث أجل من العملاء وثقة المنتج وجدو الخدمة، جدو لتحسين الشركة نأ المتوقع من .العملاء ولاء ملوصلة أجل من البحثو من مزيد لإجروا اقترحات اولعمليل الشركة بين الأمد وطيلة علاقة خلق ولاء من المحدد الطومل باعتبارها العملاء وثقة المنتج جدو الخدمة، من مختلفة نوعية في النرظ استخدام وأ آخر متغير لإضافة في المتوقع ومن الواسة هذه نتائج توطير إلى بالإضافة .العملاء .البيانات لتحليل أخر أساليب اوستخدمت المختلفة، التدخل المتغيتار

.العملاء ولاء العملاء، رضا العملاء، والثقة الخدمة وجدو المنتج جدو :البحث كلمات