

ABSTRAK

Siti Kholifah, 1950410147, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana.”

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara menyebar kuesioner secara langsung kepada nasabah BMT Yaummi Mas Cabang Juwana sebanyak 92 responden.

Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa (1) kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana, dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,675 < 1,986$) dan nilai signifikan $0,098 > 0,05$. (2) kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana, dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,359 > 1,986$) dan nilai signifikan $0,021 < 0,05$. Artinya, kualitas produk secara parsial terpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Bisa diartikan bahwa H_2 diterima dan H_0 ditolak, yaitu kualitas produk terpengaruh pada loyalitas nasabah. (3) kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,268 > 1,986$) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. (4) kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana, dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $42,161 > 2,71$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan, dan Loyalitas Nasabah.