

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemasaran syariah dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah BMT AL-Roudloh KC Todanan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan menggunakan sumber data primer yang berasal dari lapangan di BMT AL-Roudloh KC Todanan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 336 nasabah dengan menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan metode random. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket), observasi, dan dokumentasi. Adapun teknik menganalisis data yang digunakan, yaitu: Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi, dan Pengujian Hipotesis.

Dari hasil yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pemasaran syariah dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah BMT AL-Roudloh KC Todanan. Terdapat pengaruh pemasaran syariah terhadap loyalitas nasabah BMT AL-Roudloh KC Todanan. Hal ini dibuktikan dengan uji t statistic dengan hasil t-hitung $4,784 > t\text{-tabel } 1,967$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BMT AL-Roudloh KC Todanan. Hal ini dibuktikan dengan uji t statistic dengan hasil t-hitung $4,844 > 1,967$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : BMT AL-Roudloh KC Todanan, Pemasaran Syariah, Citra Perusahaan, dan Loyalitas Nasabah.