

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh hasil survei kualitas pelayanan perbankan syariah periode 2011-2012 oleh MRI (*Marketing Research Indonesia*) dan majalah Infobank, bahwa PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk menempati peringkat ketiga dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, serta hasil survei yang dilakukan MarkPlus Insight pada tahun 2012, yang menyatakan bahwa PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk memiliki *relationship* yang paling rendah dengan nasabahnya dan hal ini mengakibatkan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk masih belum bisa meraih indeks yang terbaik dalam industri perbankan. Adapun yang menjadi masalah penelitian ini adalah “Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk? serta variabel bebas manakah yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat?”, penelitian ini bermaksud mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Pasuruan. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis masing-masing variabel kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan citra perusahaan (X_3) terhadap loyalitas nasabah (Y).

Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui kuesioner terhadap 200 nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Pasuruan dengan menggunakan metode *simple random sampling* untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis melalui uji F dan uji t serta koefisien determinasi (R^2). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian. Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,392 + 0,182 X_1 + 0,052 X_2 + 0,178 X_3$$

Hasil analisis mendapatkan bahwa ketiga variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa tiga variabel independen yang diteliti terbukti mempengaruhi variabel dependen loyalitas nasabah serta variabel kualitas produk berpengaruh dominan terhadap loyalitas nasabah. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan angka R^2 sebesar 0,373 menunjukkan bahwa 37,3 persen loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 62,7 persen dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : kualitas produk, kualitas pelayanan, citra perusahaan, loyalitas nasabah