

## ABSTRAK

**Mohammad Sof'an (NIM. ES-13003).** Pengaruh Nilai Nasabah, Kualitas Produk, Kualitas Jasa Syariah dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kudus. Tesis, Kudus: Program Magister Ekonomi Syariah STAIN Kudus, 2016.

Tujuan penelitian ini adalah: pertama, untuk menguji secara empiris pengaruh nilai nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Kedua, untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas produk Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Ketiga, untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas jasa syariah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Keempat, Untuk menguji secara empiris pengaruh kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *field research* dengan metode angket yang disebarakan langsung pada nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Adapun hasil temuan penelitian ini adalah: pertama, nilai nasabah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah pada nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus ini dibuktikan dari hasil nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Hal ini terlihat nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,034 > t_{tabel}$  sebesar 1,984 dengan taraf signifikansi di bawah 5%. Kedua, kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus ini dibuktikan dari hasil nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Hal ini terlihat nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,166 > t_{tabel}$  sebesar 1,984 dengan taraf signifikansi di bawah 5%. Ketiga, kualitas jasa syariah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus ini dibuktikan dari hasil nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Hal ini terlihat nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,976 > t_{tabel}$  sebesar 1,984 dengan taraf signifikansi di bawah 5%. Keempat, kepuasan nasabah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus ini dibuktikan dari hasil nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Hal ini terlihat nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,799 > t_{tabel}$  sebesar 1,984 dengan taraf signifikansi di bawah 5%

*Kata Kunci: Nilai Nasabah, Kualitas Produk, Kualitas Jasa Syariah, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah*

**ABSTRACT**

**Mohammad Sof'an (NIM. ES-13003).** *The effect of Customer value, Product Quality, Service Quality of Syaria and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Bank Syariah Mandiri Kudus. Thesis, Kudus : Master Program of Islamic Economic STAIN Kudus, 2016.*

*The purpose of this study are: first, to examine empirically the effect of customer value on customer loyalty in Bank Syariah Mandiri Kudus. Second, to examine empirically the effect of product quality on customer loyalty in Bank Syariah Mandiri Kudus. Third, to examine empirically the effect of service quality of syariah on customer loyalty in Bank Syariah Mandiri Kudus. Fourth, to examine empirically the effect of customer satisfaction on customer loyalty in Bank Syariah Mandiri Kudus.*

*This study use the approach of field research by questionnaire distributed directly to the customers of Bank Syariah Mandiri Kudus 100 respondents. The sampling technique use accidental sampling. Technique of data analysis is analyzed using multiple linear regression analysis.*

*The findings of this research are: first, the customer value has an influence on customer loyalty in customers of Bank Syariah Mandiri Kudus is evidenced from the  $t_{count} > t_{table}$ . This look  $t_{count}$  amounted to 3,034  $> t_{table}$  of 1,984 with a significance level below 5%. Second, the product quality has an influence on customer loyalty Bank Syariah Mandiri Kudus is evidenced from the  $t_{count} > t_{table}$ . This look  $t_{count}$  amounted to 3,166  $> t_{table}$  of 1,984 with a significance level below 5%. Third, the service quality of sharia has an influence on customer loyalty Bank Syariah Mandiri Kudus is evidenced from the  $t_{count} > t_{table}$ . This look  $t_{count}$  amounted to 2,976  $> t_{table}$  of 1,984 with a significance level below 5%. Fourth, the Customer satisfaction has influence on customer loyalty Bank Syariah Mandiri Kudus is evidenced from the  $t_{count} > t_{table}$ . This look  $t_{count}$  amounted to 2,799  $> t_{table}$  of 1,984 with a significance level below 5%.*

**Keyword:** *Customer Value, Product Quality, Service Quality of Sharia, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

## ملخص البحث

محمد صفعان (ES-13003) تأثير القيمة للعملاء، جودة المنتجات، جودة الخدمة الشرعية ورضا العملاء على ولاء العملاء في البنك مانديري القدس. أطروحة، القدس: برنامج الماجستير في الاقتصاد الإسلامي في جامعة الاسلامية الحكومية القدس، 2016.

الغرض من هذه الدراسة هي: أولاً، لدراسة تجريبية تأثير القيمة للعملاء على ولاء العملاء في البنك الشرعية مانديري القدس. ثانياً، لدراسة تجريبية تأثير جودة المنتج على ولاء العملاء في البنك الشرعية مانديري القدس. ثالثاً، لدراسة تجريبية أثر جودة الخدمة من الشرعية على ولاء العملاء في البنك الشرعية مانديري القدس. رابعاً، لدراسة تجريبية تأثير رضا العملاء على ولاء العملاء في البنك الشرعية مانديري القدس.

تستخدم هذه الدراسة منهج البحث الميداني عن طريق الاستبيان الموزع مباشرة لعملاء البنك الشرعية فرع مانديري القدس وكان عددهم 100 شملهم الاستطلاع. تستخدم تقنية أخذ العينات هي أخذ العينات العرضية. التقنية لتحليل البيانات هي تحليلها باستخدام متعددة تحليل الانحدار الخطي.

نتائج هذا البحث وهو : أولاً، قيمة العملاء لها تأثير على ولاء العملاء في عملاء البنك الشرعية مانديري القدس ويتضح من  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . وهي درجة =  $t_{hitung} = 3,034 > t_{tabel} 1,984$  مع مستوى الدلالة أقل من 5%. الثانية، وجودة المنتج لها تأثير على ولاء عملاء في عملاء البنك الشرعية مانديري القدس ويتضح من  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . وهي درجة =  $t_{hitung} = 3,166 > t_{tabel} 1,984$  مع مستوى الدلالة أقل من 5%. ثالثاً، جودة الخدمة الشرعية لها تأثير على ولاء

عملاء في عملاء البنك الشرعية مانديري القدس ويتضح من  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . وهي درجة  $t_{hitung} = 2,976 > t_{tabel} = 1,984$  مع مستوى الدلالة أقل من 5%. رابعاً، رضا العملاء لديها ويتجلى تأثير على ولاء عملاء في عملاء البنك الشرعية مانديري القدس ويتضح من  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . وهي درجة  $t_{hitung} = 2,799 > t_{tabel}$  مع مستوى الدلالة أقل من 5%.

الكلمة الرئيسية : قيمة العملاء، جودة المنتج، جودة الخدمة الشرعية، رضا العملاء، ولاء العملاء

