

ABSTRAK

Aura Az Zahra Padilah. 221002014, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, terhadap Loyalitas Nasabah BTPN Syariah melalui Citra Bank sebagai variabel Mediasi”.

Kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah BTPN Syariah Kota Tasikmalaya dengan citra bank sebagai variabel mediasi. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada masih rendahnya tingkat loyalitas nasabah BTPN Syariah Kota Tasikmalaya yang ditunjukkan oleh hasil mini riset, di mana sebagian besar nasabah belum menunjukkan komitmen jangka panjang terhadap penggunaan layanan bank. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan loyalitas nasabah melalui peningkatan kualitas pelayanan, kepercayaan, dan citra bank. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausalitas. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BTPN Syariah Kota Tasikmalaya sebanyak 3.023 nasabah, dengan jumlah sampel sebanyak 180 responden yang ditentukan menggunakan rumus Hair. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert. Teknik analisis data menggunakan Partial Least Square (PLS) melalui software SmartPLS .

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai koefisien sebesar 0,240, t-statistic sebesar 2,878, dan p-value 0,004. Kepercayaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai koefisien sebesar 0,279, t-statistic sebesar 3,218, dan p-value 0,001. Selanjutnya, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra bank dengan nilai koefisien sebesar 0,401, t-statistic sebesar 5,726, dan p-value 0,000, sedangkan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra bank dengan nilai koefisien sebesar 0,428, t-statistic sebesar 6,219, dan p-value 0,000. Citra bank juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai koefisien sebesar 0,356, t-statistic sebesar 4,112, dan p-value 0,000. Selain itu, citra bank mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai koefisien sebesar 0,172, t-statistic sebesar 3,324, dan p-value 0,001 serta memediasi pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai koefisien sebesar 0,152, t-statistic sebesar 2,987, dan p-value 0,003.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah BTPN Syariah Kota Tasikmalaya melalui citra bank sebagai variabel mediasi, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki peran penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan loyalitas nasabah secara langsung, karena pelayanan yang memuaskan akan mendorong nasabah untuk tetap menggunakan layanan bank secara berkelanjutan. Selain itu, kepercayaan juga berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, dimana semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah terhadap BTPN Syariah.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Citra Bank, Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

Aura Az Zahra Padilah. 221002014, “ *The Influence of Service Quality, Trust, on BTPN Syariah Customer Loyalty through Bank Image as a Mediating Variable*”.

Service quality and trust influence customer loyalty at BTPN Syariah Tasikmalaya City, with bank image as a mediating variable. This research is motivated by the low level of customer loyalty at BTPN Syariah Tasikmalaya City, as demonstrated by a mini-research study, where the majority of customers have not demonstrated a long-term commitment to using the bank's services. Therefore, efforts are needed to increase customer loyalty by improving service quality, trust, and the bank's image. This research employed a quantitative method with a causality approach. The population was 3,023 BTPN Syariah Tasikmalaya City customers, with a sample size of 180 respondents determined using the Hair formula. Data collection used a questionnaire with a Likert scale. Data analysis used Partial Least Squares (PLS) using SmartPLS software.

The research results show that service quality has a positive and significant effect on customer loyalty with a coefficient value of 0.240, t-statistic of 2.878, and p-value of 0.004. Trust also has a positive and significant effect on customer loyalty with a coefficient value of 0.279, t-statistic of 3.218, and p-value of 0.001. Furthermore, service quality has a positive and significant effect on the bank's image with a coefficient value of 0.401, a t-statistic of 5.726, and a p-value of 0.000, while trust has a positive and significant effect on the bank's image with a coefficient value of 0.428, a t-statistic of 6.219, and a p-value of 0.000. The bank's image also has a positive and significant effect on customer loyalty with a coefficient value of 0.356, t-statistic of 4.112, and p-value of 0.000. Apart from that, bank image is able to mediate the influence of service quality on customer loyalty with a coefficient value of 0.172, t-statistic of 3.324, and p-value of 0.001 and mediate the influence of trust on customer loyalty with a coefficient value of 0.152, t-statistic of 2.987, and p-value of 0.003.

Based on the results of research on the influence of service quality and trust on customer loyalty at BTPN Syariah Tasikmalaya City, using bank image as a mediating variable, it can be concluded that service quality and trust play a crucial role in enhancing customer loyalty. Good service quality can directly increase customer loyalty, as satisfactory service encourages customers to continue using the bank's services. Furthermore, trust also influences customer loyalty; the higher the level of customer trust in the bank, the higher the customer loyalty to BTPN Syariah.

Keywords: *Service Quality, Trust, Bank Image, Customer Loyalty*