

## Abstrak

Persaingan yang begitu sengit dalam industri jasa membuat perusahaan untuk melakukan strategi demi kelangsungan hidup perusahaannya. Mengapa tidak perusahaan tidak hanya dituntut untuk menciptakan produk yang baik dan berkualitas tetapi perusahaan juga diperlukan untuk bagaimana perusahaan dapat menciptakan etika yang baik dan citra merek kepada konsumen. Etika atau citra merek perusahaan tidak dapat direplikasi atau diikuti. Etika dan citra yang baik akan tertanam di benak konsumen sehingga memungkinkan konsumen untuk menggunakan produk secara berkelanjutan sehingga membuat konsumen menjadi puas dan setia. Dalam penelitian ini, Teknik analisis yang digunakan dengan menggunakan konsep Equatin Struktural Model (SEM) dengan program Partial Least Square (PLS).

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Mandiri(BSM) dan di Bank Rakyat Indonesia(BRI) Konvensional cabang kendari. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 100 responden dari masing-masing Bank, dengan populasi sebagian nasabah yang dikehendaki oleh peneliti. Teknik yang digunakan adalah dengan menggunakan purposive sampling dengankriteria yang ditetapkan. Dengan jumlah 130 kuisisioner yang disebar dapat kembali dan digunakan hanya 100 dan sisanya dinyatakan tidak valid. Hasil penelitian menunjukkan etika berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan begitupula citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** *Etika bisnis islam, Etika bisnis, Citra merek, Kepuasan pelanggan, Loyalitas pelanggan.*

### ***Abstract***

*Intense competition in the service industry make service companies to intervene and work hard for the survival of the company 'why do not companies must not only create a good product and quality but the company is also required as to how the company could create good ethics and brand image to consumers. Ethics or corporate brand image can not be replicated or followed as ethics and good brand image will be embedded in the minds of consumers so as to enable the consumer to use the product in a sustainable manner so as to make consumers become satisfied and loyal. The analysis technique used in this study uses the concept Equatin Structural Model (SEM) with a program Partial Least Square (PLS).*

*This research was conducted at Bank Syariah Mandiri (BSM) and Bank Rakyat Indonesia (BRI) Conventional Kendari branch. The number of samples studied 100 respondents from each Bank, with a majority population of the desired customer by researchers. The technique used is by using purposive sampling with specified criteria. With a number of 130 questionnaires were distributed can be returned and used only 100 and the rest declared invalid. The results showed a significant effect on the ethics of customer satisfaction and loyalty brand image or a significant effect on customer satisfaction and loyalty.*

**Kata Kunci:** *Islamic business ethic, business ethic, brand image, customer satisfaction, customer loyalty.*