

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh menurunnya jumlah nasabah yang melakukan transaksi menabung di Bank Syariah Muamalat Semarang pada tahun 2010-2014, yang mengindikasikan bahwa loyalitas nasabah Bank Syariah Muamalat Semarang menurun. Dengan melihat permasalahan yang ada, maka penelitian ini diarahkan untuk menganalisis mengenai bagaimana meningkatkan loyalitas nasabah Bank Syariah Muamalat Semarang, dengan didukung melalui citra merek, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan merek pada Bank Syariah Muamalat Cabang Semarang. Adapun yang dijadikan sebagai populasi adalah seluruh nasabah Bank Syariah Muamalat Cabang Semarang.

Sampel yang diambil dalam penelitian diperoleh sebesar 96,04 kemudian dibulatkan menjadi 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik sampling berdasarkan kriteria tertentu. Pertanyaan diberikan dengan menggunakan kuesioner yang terdiri dari pertanyaan tertutup, kemudian jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan tertutup mengenai variabel yang diteliti dalam penelitian ini kemudian dianalisis path analysis dengan menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek terhadap kepuasan pelanggan, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek terhadap kepercayaan merek, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek terhadap loyalitas pelanggan, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Merek dan Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This research is motivated by the declining number of customers conducting transactions at Bank Syariah Muamalat saving Semarang in 2010-2014, which indicates that customer loyalty Bank Syariah Muamalat Semarang decreased. By looking at existing problems, this research is aimed at analyzing on how to improve customer loyalty Bank Syariah Muamalat Semarang, supported through brand image, customer satisfaction, and brand trust on the Bank Syariah Muamalat Semarang branch. As for which is used as a population are all customers of Bank Syariah Muamalat Semarang branch.

Samples taken in the study was obtained for 96.04 and then rounded up to 100 people. The sampling technique used in this research is purposive sampling, ie sampling techniques based on specific criteria. The question is given by using a questionnaire consisting of closed questions, then the answers of respondents to closed questions regarding the variables examined in this study were analyzed using path analysis with SPSS program.

The results showed that there are significant positive and significant correlation between brand images to customer satisfaction, there are significant positive and significant correlation between the brand image of the brand trust, there are significant positive and significant correlation between the image of the brand loyalty of customers, there are significant positive and significant correlation between customer satisfaction to customer loyalty, there is a positive and significant influence between brand trust on customer loyalty.

Keywords: Brand Image, Customer Satisfaction, Brand Trust and Customer Loyalty