

ABSTRAKSI

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh mekanisme mekanisme bagi hasil dan citra bank syariah terhadap loyalitas nasabah dengan kepercayaan nasabah sebagai variabel intervening di BPR Artha Surya Barokah Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang melakukan transaksi di BPR Artha Surya Barokah Semarang sebesar 1.586 nasabah. Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, maka diperoleh jumlah sampel sebesar 94 nasabah. Alat analisisnya adalah path analysis, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik.

Hasil pengujian menunjukkan mekanisme mekanisme bagi hasil dan citra bank syariah mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Mekanisme Bagi hasil, citra bank syariah dan kepercayaan nasabah terbukti juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kepercayaan nasabah mampu menjadi variabel intervening antara mekanisme bagi hasil terhadap loyalitas nasabah, dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat mekanisme bagi hasil yang diberikan pihak manajemen bank syariah, maka tentu akan semakin menambah tingginya tingkat kepercayaan nasabah sehingga hal itu akan berdampak pada tingginya loyalitas nasabah. Kepercayaan nasabah mampu menjadi variabel intervening antara citra bank syariah terhadap loyalitas nasabah, dapat diartikan bahwa semakin positif citra bank syariah di mata nasabahnya, maka akan semakin meningkatkan kepercayaan nasabah pada bank tersebut sehingga hal itu akan berdampak pada tingginya loyalitas nasabah.

Kata Kunci : Mekanisme bagi hasil, citra bank syariah, kepercayaan dan loyalitas nasabah.

ABSTRACT

The purpose of this study is to describe and analyze the influence of the results and image of Islamic banks to customer loyalty with customer confidence as intervening variable in BPR Artha Surya Barokah Semarang. The population in this study is all customers who make transactions in BPR Artha Surya Barokah Semarang for 1,586 customers. By using purposive sampling technique, we get 94 customer samples. The analysis tool is path analysis, where previously tested the validity and reliability as well as the classical assumption test.

Test results show that the results and image of Islamic banks have a positive and significant impact on customer confidence. Profit sharing, the image of the sharia bank and customer confidence is also proven to have a positive and significant impact on customer loyalty. Customer confidence is able to be an intervening variable between profit sharing for customer loyalty, it can be interpreted that the higher level of profit sharing given by the management of syariah bank, will surely increase the level of customer confidence so that it will affect the high loyalty of the customer. Customer confidence can be an intervening variable between the image of syariah bank to customer loyalty, it can be interpreted that the more positive image of syariah bank in the eyes of its customers, it will increase the customer's trust in the bank so that it will impact on the high of customer loyalty.

Keywords: Profit sharing, image of Islamic banks, customer trust and loyalty

