

Loyalitas nasabah bank muamalat Indonesia: faktor-faktor yang mempengaruhinya (studi kasus nasabah bank muamalat Indonesia cabang Sudirman)

Faisal Saleh, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=99721&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungannya antara faktor syariah, bauran pemasaran (produk, harga, lokasi, promosi, SDM, proses, fisik); karyawan, dan investor terhadap loyalitas nasabah bank syariah.

Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dan teknik analisa deskriptif statistik dan korelasi Kendal tau (r) terhadap 100 responden sebagai sampel populasi penelitian (nasabah bank Muamalat Indonesia cabang Sudirman), disimpulkan bahwa variabel independen yang memiliki korelasi signifikan pada level 0,01 adalah Syariah (0,352), Produk (0,308), Harga (0,232), Promosi (0,343), SDM (0,268), dan Proses (0,317), sedangkan yang signifikan pada level 0,05 adalah Lokasi (0,172), Fisik (0,189), dan faktor loyalitas karyawan (0,191). Semua variabel tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa peningkatan variabel-variabel tersebut akan meningkatkan juga loyalitas nasabah. Sedangkan variabel loyalitas investor menunjukkan korelasi yang tidak signifikan dengan loyalitas nasabah.

<hr>

This research aims to evaluate the factors that correlation affects to decision in customers loyalty of Islamic Banking (Bank Muamalat Indonesia branch Sudirman). The factors that being tested represent 10 aspect of analyses as follows syariah aspect, product aspect, price aspect, promotion aspect, place aspect, people aspect, physical evidence aspect, process aspect, employee loyalty aspect, and investor loyalty aspect.

With using 100 questionnaires distributed to customers of Islamic Banking in Bank Muamalat Indonesia branch Sudirman and using kendal tau model, the results of the research indicates variables that correlation decision of customers loyalty significantly level of 0,001 are Syariah aspect (0,352), Product aspect (0,308), Price aspect (0,232), Promotion aspect (0,343), People aspect (0,268), and Process aspect (0,317). The significantly correlation level of 0,005 are place aspect (0,172), physical evidence aspect (0,189), and employee loyalty aspect (0,191). There are aspects with sign positive to correlation and effect the influencing aspects of customers loyalty to use the Bank Muamalat Indonesia. The investor loyalty aspect is no correlations siqnificantly with decision of customer?s loyalty.