

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap loyalitas nasabah BMT Insan Mulia Palembang. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah purposive sampling. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis uji asumsi klasik, regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa nilai 43.691 maka $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($43.691 > 2,86$) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan, kualitas produk dan Customer Value secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Nasabah.

Nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sedangkan nilai t_{hitung} 7,398 $t_{tabel} > t_{tabel}$.024394 Maka Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Nilai signifikan $0,437 < 0,05$. Sedangkan nilai t_{hitung} 0,786 $>$ t_{tabel} 2.024394 maka Kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan. Nilai signifikan $0,83 > 0,05$. Sedangkan nilai t_{hitung} 1.089 $>$ t_{tabel} 2,024394 maka Customer value tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kata kunci : **Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Customer Value dan Loyalitas Nasabah.**