

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Muamalat Cabang Palembang. Latar belakang penelitian ini didasari oleh pentingnya mempertahankan loyalitas nasabah dalam menghadapi persaingan perbankan yang semakin kompetitif, khususnya di sektor perbankan syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 120 responden nasabah aktif Bank Muamalat Cabang Palembang yang dipilih dengan teknik incidental sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan kepuasan nasabah secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh bank, maka semakin tinggi pula loyalitas yang ditunjukkan oleh nasabah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan kualitas pelayanan di Bank Muamalat serta menjadi referensi dalam kajian loyalitas nasabah perbankan syariah.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kepuasan, Loyalitas Nasabah, Bank Muamalat, Perbankan Syariah

Abstract

This study aims to determine the influence of trust and customer satisfaction on customer loyalty at Bank Muamalat Branch Palembang. The background of this research stems from the importance of maintaining customer loyalty amid increasing competition in the banking sector, particularly in Islamic banking. This research employs a quantitative approach using a survey method by distributing questionnaires to 120 active customers of Bank Muamalat Palembang Branch, selected through incidental sampling. Data analysis was conducted using multiple linear regression. The results show that both trust and customer satisfaction partially and simultaneously have a positive and significant effect on customer loyalty. This indicates that the higher the level of trust and satisfaction customers have toward the services provided by the bank, the greater their loyalty. This study is expected to contribute to the development of marketing strategies and service quality improvement at Bank Muamalat, as well as serve as a reference in Islamic banking customer loyalty research.

Keywords: Trust, Satisfaction, Customer Loyalty, Bank Muamalat, Islamic Banking

