

ABSTRAK

Neng Nur Annisa, 2023: Pengaruh Kualitas Pelayanan Promosi Dan Penanganan Komplain Terhadap Loyalitas Nasabah di PT Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwakarta.

Persaingan dunia bisnis perbankan syariah saat ini terjadi peningkatan yang signifikan dalam jumlah bank yang beroperasi. Hal ini mencerminkan respon industri perbankan terhadap permintaan yang semakin tinggi akan layanan perbankan syariah di Indonesia. Dalam mencapai tujuan ini, persaingan antar bank menjadi semakin gencar. Setiap bank berusaha untuk memenangkan kepercayaan dan minat nasabah dengan menawarkan produk dan layanan yang unggul.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: 1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah, 2) pengaruh promosi terhadap loyalitas nasabah, 3) pengaruh penanganan komplain terhadap loyalitas nasabah, dan 4) pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan penanganan komplain terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini menggunakan teori kualitas pelayanan, promosi, penanganan komplain, dan loyalitas nasabah.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data kuesioner. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif verifikatif. Sedangkan analisis data menggunakan uji korelasi parsial, korelasi simultan, uji regresi, uji T yaitu parsial dan juga uji F yaitu simultan. Sebelum dilakukan uji statistik, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil penelitian nilai Adjusted R sebesar 0,519 nilai koefisien determinasi ini merupakan kontribusi suatu variabel terhadap pembentukan nilai variabel dependennya. Dari nilai ini dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan, Promosi dan Penanganan Komplain, memiliki kontribusi sebesar 51,9% terhadap pembentukan variasi nilai Loyalitas Nasabah (Y), sedangkan sisanya 48,1% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: 1) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah, 2) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara promosi dengan loyalitas nasabah, 3) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara penanganan komplain dengan loyalitas nasabah, dan 4) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan, promosi dan penanganan komplain terhadap loyalitas nasabah.

ABSTRACT

Neng Nur Annisa, 2023: *The Influence Of Promotion Service Quality And Handling Of Complaints On Customer Loyalty at PT Bank BJB Syariah Purwakarta Sub Branch Office*

The competition in the world of Islamic banking is currently experiencing a significant increase in the number of operating banks. This reflects the banking industry's response to the growing demand for Islamic banking services in Indonesia. In achieving this goal, the competition among banks has become more intense. Each bank strives to win the trust and interest of customers by offering superior products and services.

The purpose of this study was to determine and analyze: 1) the effect of service quality on customer loyalty, 2) the effect of promotion on customer loyalty, 3) the effect of complaint handling on customer loyalty, and 4) the effect of service quality, promotions and complaint handling on customer loyalty.

This study uses the theory of service quality, promotion, complaint handling, and customer loyalty. The process of measuring customer loyalty goes through four stages, namely: making regular repeat purchases, buying between product and service lines, referring others and showing immunity to the pull of competitors. In the process of measuring customer loyalty, it is influenced by five factors, namely customer satisfaction, customer retention, customer migration, customer enthusiasm and customer spirituality.

This study used a quantitative method with a questionnaire data collection technique. The approach used is descriptive verification. Meanwhile, data analysis used partial correlation test, simultaneous correlation, regression test, partial T test and simultaneous F test. Before the statistical test was carried out, the classical assumption test was first carried out, namely the normality test, linearity test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test.

Based on the research results, the Adjusted R value of 0.519, the coefficient of determination, is the contribution of a variable to the formation of the value of the dependent variable. From this value it can be concluded that Service Quality, Promotion and Complaint Handling, have a contribution of 51.9% to the formation of variations in Customer Loyalty (Y) values, while the remaining 48.1% is explained by other factors outside the model.

It can be concluded that: 1) there is a partially positive and significant influence between service quality and customer loyalty, 2) there is a partially positive and significant influence between promotion and customer loyalty, 3) there is a partially positive and significant influence between complaint handling with customer loyalty, and 4) there is a positive and significant effect simultaneously between service quality, promotion and complaint handling on customer loyalty.

موضح

تأثير جودة الخدمة والترويج ومعالجة الشكاوى على ولاء العملاء في بنك بي جي بي الإسلامي فرع بورواكارتا، 2023

تشهد منافسة الأعمال المصرفية الإسلامية في إندونيسيا حاليًا زيادة كبيرة في عدد البنوك التي تعمل. وهذا يعكس استجابة صناعة البنوك للطلب المتزايد على الخدمات المصرفية الإسلامية في إندونيسيا وفي سعيها لتحقيق هذا الهدف، تزداد المنافسة بين البنوك بشكل مكثف. تسعى كل بنك لكسب ثقة واهتمام العملاء من خلال تقديم منتجات وخدمات متميزة

هدف هذا البحث هو معرفة وتحليل: (1) تأثير جودة الخدمة على ولاء العملاء، (2) تأثير الترويج على ولاء العملاء، (3) تأثير معالجة الشكاوى على ولاء العملاء، و (4) تأثير جودة الخدمة والترويج ومعالجة الشكاوى على ولاء العملاء. يستخدم هذا البحث نظرية جودة الخدمة والترويج ومعالجة الشكاوى وولاء العملاء

يستخدم هذا البحث المنهج الكمي مع تقنية جمع البيانات من خلال استبيان. والمنهج المستخدم هو الوصفي المؤكد. أما تحليل البيانات، فيتم باستخدام اختبار الارتباط الجزئي والارتباط الشامل. قبل إجراء الاختبارات الإحصائية، يتم F الجزئي واختبار T واختبار الانحدار، واختبار إجراء الفحوصات الكلاسيكية للفرضيات، مثل فحص الانتظام، وفحص الخطية، وفحص التعددية المتبادلة، وفحص عدم التجان بناءً على نتائج البحث

الكلمات الرئيسية: البنك الإسلامي، جودة الخدمة، الترويج، معالجة الشكاوى