

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH  
(STUDI KASUS PADA NASABAH BMT TAQWA MUHAMMADIYAH  
CABANG PASAR RAYA PADANG)**

**Skripsi**

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sebagai Salah Satu Syarat  
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
pada Prodi Ekonomi Syariah*



**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**

*Oleh :*

**Zulfebridiana**

**1313060099**

**PRODI EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
IMAM BONJOL PADANG  
1439 H/ 2018 M**



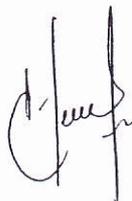
## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah BMT Taqwa Muhammadiyah Cabang Pasar Raya Padang)”, yang disusun oleh Zulfebridiana, NIM. 1313060099, telah memenuhi persyaratan ilmiah dan disetujui untuk diajukan ke sidang *munaqasyah*.

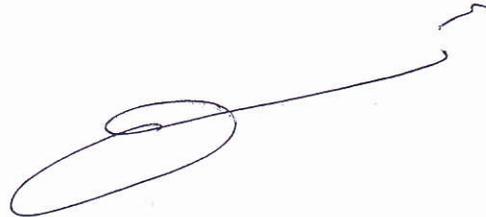
Padang, 14 Februari 2018

Pembimbing I

Pembimbing II



**Dra. Hulwati, M.Hum, Ph.D**  
NIP: 19640113199303 2 002



**Romi Iskandar, SE, MM**  
NIP:197405202005011005

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah BMT Taqwa Muhammadiyah Cabang Pasar Raya Padang)”**, ditulis oleh **Zulfebridiana** Nim. **1313060099**, Prodi Ekonomi Syari’ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang.

BMT merupakan salah satu lembaga keuangan bukan bank yang bergerak dalam skala mikro sebagaimana koperasi simpan pinjam. Dari sekian banyak lembaga keuangan seperti koperasi, BKD, dan lainnya. BMT merupakan salah satu lembaga keuangan mikro yang berlandaskan syariah dan berbadan hukum koperasi.

Kualitas layanan dan kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menjadikan adanya loyalitas bagi nasabah. Dalam persaingan yang semakin ketat sekarang ini menuntut lembaga keuangan syariah untuk selalu berusaha untuk memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah agar lembaga keuangan syariah tetap eksis dalam usahanya. Salah satu cara untuk mempertahankan eksistensi tersebut adalah adanya loyalitas nasabah.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh langsung dan tidak langsung kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada BMT Taqwa Muhammadiyah cabang Pasar Raya Padang, mengetahui seberapa besar pengaruh langsung dan tidak langsung kualitas produk terhadap loyalitas nasabah pada BMT Taqwa Muhammadiyah cabang Pasar Raya Padang, Dan mengetahui seberapa besar pengaruh langsung dan tidak langsung variabel-variabel lain berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara, dengan populasi Nasabah BMT Taqwa Muhammadiyah cabang Pasar Raya Padang. Teknik analisis data menggunakan analisis jalur (*path analysis*) menggunakan program SPSS versi 16.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh langsung kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada nasabah BMT Taqwa Muhammadiyah cabang Pasar Raya Padang sebesar -0.098 dan pengaruh tidak langsungnya sebesar 0.3390. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh langsung kualitas produk terhadap loyalitas nasabah pada nasabah BMT Taqwa Muhammadiyah cabang Pasar Raya Padang sebesar 0.515 dan pengaruh tidak langsungnya sebesar 0.0396. Pengaruh Variabel-variabel lain terhadap loyalitas nasabah BMT Taqwa Muhammadiyah cabang Pasar Raya Padang.

Kata kunci: kualitas layanan, kualitas produk, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah



UIN IMAM BONJOL  
PADANG