

ABSTRAK

Nama : Cut Ulandari
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh promosi, kepercayaan konsumen, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah bank syariah Indonesia (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh promosi, kepercayaan konsumen, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah bank syariah Indonesia (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis). Data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda dan diolah menggunakan perangkat SPSS (*Statistical package for the social sciences*). Pengambilan teknik dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik non *probability sampling* dengan teknik *proposive sampling* sebagai penentu sampel. Populasi yang diambil dalam ini berjumlah 100 responden pada Mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis yang menggunakan Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian yaitu promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia, kepercayaan konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia, kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh atau tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia.

Kata Kunci : Promosi, kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan, loyalitas nasabah.

ABSTRACT

Name : Cut Ulandari

Study Program : Manajemen

Title : *The influence of promotions, consumer trust, and service quality on customer loyalty in Indonesian sharia banks (case study of economics and business faculty students)*

This research aims to examine the influence of promotions, consumer trust, and service quality on customer loyalty in Indonesian sharia banks (case study of economics and business faculty students). The data in this research uses a questionnaire as a data collection instrument. This research uses a quantitative approach with multiple linear regression analysis and is processed using SPSS (Statistical package for the social sciences) tools. The technique taken in this research is using a non-probability sampling technique with a proportional sampling technique as the determinant of the sample. The population taken here was 100 respondents from economics and business faculty students who used Bank Syariah Indonesia. The results of the research are that promotion partially has a positive and significant effect on customer loyalty to Bank Syariah Indonesia, consumer trust partially has a positive and significant effect on customer loyalty to Bank Syariah Indonesia, service quality partially has no or no significant effect on customer loyalty to Bank Syariah Indonesia .

Keyword : *Promotion, consumer trust, service quality, customer loyalty.*