

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH CICIL
EMAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA**

Oleh

Firman Hidayat, NIM 1817041073

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepercayaan merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah cicil emas pada Bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng baik secara parsial dan simultan. Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Subjek penelitian adalah nasabah cicil emas pada Bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng. Objek penelitian ini berfokus pada variabel kepercayaan merek, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 104 orang. Data dikumpulkan dengan teknik kuesioner yang dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan sumbangan pengaruh sebesar 26,5%, (2) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan sumbangan pengaruh sebesar 21,5%, (3) kepercayaan merek dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan sumbangan pengaruh sebesar 72,5% pada nasabah cicil emas Bank Syariah Indonesia Cabang Buleleng.

Kata Kunci : kepercayaan merek, kepuasan nasabah, kualitas pelayanan.

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH CICIL
EMAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA**

By

Firman Hidayat, NIM 1817041073

Jurusan Manajemen

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of brand trust and service quality on customer satisfaction. gold installments at Bank Syariah Indonesia Buleleng Branch. The research design used in this study is causal quantitative. The research subject is the customer of the gold installments at Bank Syariah Indonesia Buleleng Branch. The object of this research focuses on the variables of brand trust, service quality and customer satisfaction. The population used in this study amounted to 104 people. Data was collected by using a questionnaire technique which was analyzed using multiple linear regression analysis. The results obtained in this study indicate that, (1) brand trust has a positive and significant effect on customer satisfaction with a contribution of 26.5%, (2) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction with a contribution of 21.5%. , (3) brand trust and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction with a contribution of 72.5% influence on gold installment customers of Bank Syariah Indonesia Buleleng Branch.

Keywords : *brand trust, customer satisfaction, service quality.*