

# ***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER TRUST ON CUSTOMER LOYALTY OF SHARIA BANKS IN SOUTH OF JAKARTA***

***By Meliana Utami***

## ***Abstract***

*This study is using quantitative study aimed to see whether there are influence of service quality and customer trust on customer loyalty sharia bank in South of Jakarta partially. This study used a customer population of Islamic Banks in South of Jakarta with a sample of 100 respondents and questionnaire distribution techniques to get respondents answers. The analytical tool used for this study is Partial Least Square 3.0 (PLS). The results of this study for the first variable service quality are the coefficient of 0.462 and the results of the t-statistical test show the value of  $t_{count} 3.238 > t_{table} 1.985$  and a significant value of  $0.000 < 0.05$  means that the service quality has a significantly influence on customer loyalty. For the second variable, customer trust shows results with a coefficient of 0.441 and the results of the t-statistic test show a  $t_{count}$  of  $3.123 > t_{table} 1.985$  and a significant value of  $0.000 < 0.05$  means that customer trust has a significantly influence on customer loyalty.*

*Keywords: Service Quality, Customer Trust, Customer Loyalty*

# **PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH DI JAKARTA SELATAN**

**Oleh Meliana Utami**

## **Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, untuk membuktikan adanya pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah di Jakarta Selatan. Penelitian ini menggunakan populasi nasabah Bank Syariah di Jakarta dengan sampel sebanyak 100 responden dan teknik penyebaran kuesioner untuk mendapatkan jawaban responden. Alat analisis yang digunakan untuk penelitian ini adalah Partial Least Square 3.0 (PLS). Hasil dari penelitian ini untuk variabel pertama yaitu kualitas layanan adalah nilai koefisien sebesar 0,462 dan hasil uji t-statistik menunjukkan nilai thitung 3,238 > ttabel 1,985 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Untuk variabel kedua yaitu kepercayaan nasabah menunjukkan hasil dengan nilai koefisien sebesar 0,441 dan hasil uji t-statistik menunjukkan nilai thitung 3,123 > ttabel 1,985 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan, Kepercayaan Nasabah, Loyalitas Nasabah