

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the Influence of Service Quality, Perceived Value and Differentiation Product to Customer Loyalty PT. Bank Panin Syariah main branch Slipi, Jakarta. Using primary data collected by distributing questionnaires to customers of Bank Panin Syariah branch Slipi while secondary data collected through books, reports, journals, and other publications. Respondents are active customers who have account saving PaS (Tabungan Panin Syariah) branch Slipi, Jakarta from 2014 until 2015. The sampling method used is the population taken at random or random with a large sample using the guidelines Krejcie table and Morgan with a population of as many as 379 customers. Data were analyzed using SPSS version 23.

The result showed that the variable quality of service has a positive and significant impact on customer loyalty, variable perceived value has a positive and significant impact on customer loyalty, variable service quality has a positive and significant impact on customer loyalty.

Keywords: Service Quality, Differentiation Product, Perceived Value, Customer Loyalty.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Diferensiasi Produk dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Panin Syariah pada Kantor Cabang Utama Slipi (KCU) Jakarta. Menggunakan data primer yang dikumpulkan dengan penyebaran kuesioner kepada nasabah tabungan Bank Panin Syariah Cabang Slipi Jakarta sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui buku, laporan, jurnal, dan publikasi lainnya. Responden adalah nasabah aktif yang memiliki Tabungan PaS (Tabungan Panin Syariah) di Panin Syariah Cabang Utama Slipi dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2015. Metode sampling yang digunakan adalah populasi yang diambil secara random atau acak dengan besar sampel menggunakan pedoman tabel Krejcie dan Morgan dengan populasi nasabah sebanyak 379 nasabah. Data yang terkumpul dianalisa menggunakan SPSS versi 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, variabel persepsi nilai memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, variabel diferensiasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Diferensiasi Produk, Persepsi Nilai, Loyalitas Nasabah.