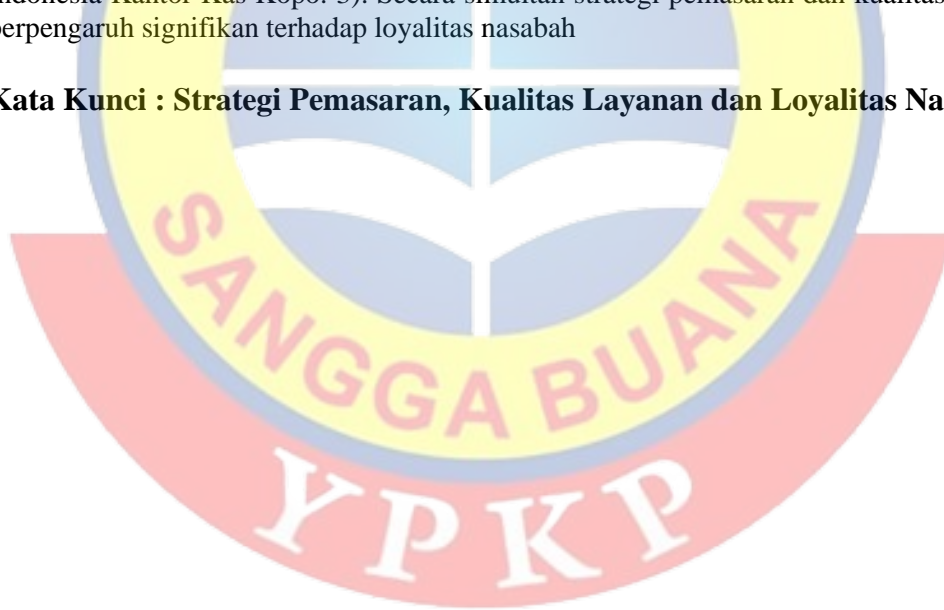


## ABSTRAK

Bank Umum Syariah (BUS) mempunyai kontribusi untuk mendorong transformasi demi kemajuan perekonomian Indonesia, saat ini memiliki persaingan yang semakin meningkat, tentu hal tersebut memicu kebutuhan akan sebuah pemasaran ingin lebih unggul di setiap bank dan loyalitas nasabah merupakan faktor penting bagi kesuksesan bank yang mana didukung dengan strategi pemasaran yang tepat serta kualitas layanan yang baik. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial serta simultan pengaruh strategi pemasaran dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Kopo. Jenis penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 94 responden, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis verifikatif, analisis regresi linear berganda, koefisien korelasi, dan koefisien determinasi serta diolah menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1.) Secara parsial strategi pemasaran tidak memiliki pengaruh atau negatif terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Kopo 2.) Secara parsial kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Kopo. 3.) Secara simultan strategi pemasaran dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Kualitas Layanan dan Loyalitas Nasabah**



## ABSTRACT

Islamic Commercial Banks (BUS) have contributed to encouraging transformation for the advancement of the Indonesian economy, currently having increasing competition, of course this triggers the need for a marketing to be superior in each bank and customer loyalty is an important factor for bank success which is supported by the right marketing strategy and good service quality. The purpose of this study was to determine and analyze partially and simultaneously the effect of marketing strategies and service quality on customer loyalty at PT Bank Muamalat Indonesia Kopo Cash Office. This type of research is a quantitative approach with a sample size in this study of 94 respondents, data collection techniques using a questionnaire. The method used is descriptive analysis, verification analysis, multiple linear regression analysis, correlation coefficient, and determination coefficient and processed using SPSS version 26. The results showed that: 1.) Partially marketing strategy has no influence or negative on customer loyalty at PT. Bank Muamalat Indonesia Kopo Cash Office 2). Partially service quality has a positive and significant effect on customer loyalty at PT. Bank Muamalat Indonesia Kopo Cash Office. 3). Simultaneously marketing strategy and service quality have a significant effect on customer loyalty.

**Keywords: Marketing Strategy, Service Quality and Customer Loyalty**

