Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FAI

Pengaruh Brand Image, Sales Promotion, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Faedah (Studi Kasus Bank BRI Syariah KC Abdul Muis Jakarta Pusat)

Nourma Fittria Hastami

Deskripsi Lengkap: http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75099&lokasi=lokal

---

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara Brand Image, Sales Promotion dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini mengambil 98 sampel dari nasabah Tabungan Faedah BRI Syariah KC Abdul Muis Jakarta Pusat, dengan menggunakan metode simple random sampling. Penelitian ini dilaksanakan di Bank BRI Syariah KC Abdul Muis Jakarta Pusat. Dari hasil analisis dengan tingkat signifikansi 5% menunjukkan bahwa Brand Image sebesar 0,005, Sales Promotion 0,001 dan Kualitas Pelayanan 0,001 berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah secara parsial. Secara simultan sebesar 34,482 dengan tingkat signifikansi 0,000 dengan r2 50,9%