

ABSTRAK

Judul penelitian ini adalah “*Pengaruh Segmentasi Pasar dalam Membentuk Loyalitas Nasabah untuk Menghadapi Persaingan Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Jatim Syariah KCP Sampang)*”, dengan permasalahan sebagai berikut: bagaimana segmentasi pasar pada Bank Jatim Syariah KCP Sampang dan bagaimana pengaruh segmentasi pasar dalam membentuk loyalitas nasabah untuk menghadapi persaingan pada Bank Jatim Syariah KCP Sampang. Data yang digunakan adalah hasil wawancara pihak bank dan kuesioner dari responden.

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah statistik inferensial dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dan uji asumsi klasik. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t. untuk menganalisis data secara statistik, peneliti menggunakan bantuan program komputer *Statistical Package for Social Science (SPSS) 16.0 for Windows*.

Hasil dari analisis linier sederhana dan uji asumsi klasik, menyatakan bahwa dari hasil pengujian hipotesis (uji t) segmentasi pasar memiliki pengaruh positif dalam membentuk loyalitas nasabah karena signifikan $0,00 < 0,05$ dan t-hitung $>$ daripada t-tabel 1,661, sehingga H_0 ditolak. Artinya, H_1 diterima atau segmentasi pasar berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah

Kata Kunci: *Segmentasi Pasar dan Loyalitas nasabah*

ABSTRACT

The title of this research is "The Effect of Market Segmentation in Shaping Customer Loyalty for Facing Islamic Bank Competition (Study Case at Jatim Islamic Bank KCP Sampang)", with the problems as follows: how market segmentation Jatim Islamic Bank KCP Sampang and how the influence of market segmentation in shaping customer loyalty to face competition on Jatim Islamic Bank KCP Sampang. The data used is the result of the interviews and questionnaires from the bank.

This type of research used by researcher was inferential statistics with quantitative approach. While analysis tools used was simple linear regression analysis and classical assumption. Hypothesis testing was using t test. To analyze statistical data, researcher used a computer program Statistical Package for Social Science (SPSS) 16.0 for Windows.

The results of multiple linear analysis and classical assumption, stating that the results of hypothesis testing (test t) segmentation of the market has a positive influence in shaping customer loyalty because significant $0.00 < 0.05$ and t count $> t$ -table than 1,661, So H_0 rejected. The meaning is, H_1 accepted or market segmentation significant effect on customer loyalty.

Keywords: Market Segmentation and Customer loyalty