

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh corporate social responsibility dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan sikap nasabah sebagai variabel intervening. Sumber data penelitian ini merupakan data primer yang berasal dari sampel yaitu nasabah Bank Muamalat KC. Malang. Pengumpulan data dilakukan menggunakan purposive sampling dengan menyebarkan kepada 100 responden nasabah Bank Muamalat KC. Malang yang menerima bantuan CSR ataupun yang mengetahui implementasi program CSR. Data telah diolah dengan analisis SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh langsung CSR terhadap Loyalitas Nasabah dan Kualitas Nasabah terhadap sikap nasabah, dan pengaruh tidak langsung antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui sikap nasabah. Sedangkan CSR tidak berpengaruh terhadap Sikap Nasabah dan juga Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah, sedangkan Kualitas Nasabah tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas nasabah melalui sikap nasabah.

Kata kunci : Corporate social responsibility, kualitas pelayanan, sikap nasabah, loyalitas nasabah.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of corporate social responsibility and service quality on customer loyalty with customer attitude as an intervening variable. The data source of this research is primary data from a sample of customers of Bank Muamalat KC. Malang . Data collection was carried out using purposive sampling by distributing to 100 respondents of Bank Muamalat KC customers. Malang that receives CSR assistance or who knows the implementation of CSR programs. Data has been obtained by SmartPLS analysis. The results of this study indicate that there is a direct influence of CSR on Customer Loyalty and Customer Quality on customer attitudes, and the indirect effect between service quality on customer loyalty through customer attitudes. While CSR has no effect on Customer Attitude and also Service Quality on Customer Loyalty, while Customer Quality has no indirect effect on customer loyalty through customer attitudes.

Keywords: *Corporate social responsibility, service quality, customer attitudes, customer loyalty.*