

# DAMPAK PELAYANAN PRIMA TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI KSU BINA SYARIAH UMMAH SUGIO LAMONGAN

Achmad Hendri Prastyo, Moh. Azus Shony Azar, Masyhadi  
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Darul Ulum Lamongan  
E-mail : [achmadhendri16@gmail.com](mailto:achmadhendri16@gmail.com)

## Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji pengaruh pelayanan prima terhadap loyalitas nasabah Koperasi KSU BINA Syariah Ummah Sugio Lamongan Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian eksplanatori (ekplanatory research), dengan pengambilan sampel menggunakan teknik Accidental sampling (berdasarkan kebetulan), jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 98 responden/anggota koperasi. Data yang dikumpulkan merupakan data primer dan data skunder dengan teknik observasi, wawancara, dan angket. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dengan level of significant 5% secara simultan variabel pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai Fhitung sebesar 158,878. Sedangkan secara parsial indikator kemampuan berpengaruh signifikan dengan hasil signifikansi 0,039 dan nilai thitung 2,091. Indikator sikap berpengaruh signifikan dengan hasil signifikansi 0,001 dan nilai thitung 3,321. Indikator penampilan berpengaruh signifikan dengan hasil signifikansi 0,045 dan nilai thitung 2,037. Indikator perhatian berpengaruh signifikan dengan hasil signifikansi 0,044 dan nilai thitung 2,041. Indikator tindakan berpengaruh signifikan dengan hasil signifikansi 0,002 dan nilai thitung 3,236. Indikator tanggungjawab berpengaruh signifikan dengan hasil signifikansi 0,000 dan nilai thitung 6,312. Adapun hasil indikator yang paling dominan adalah pada indikator tanggung jawab (X6) dengan hasil signifikansi 0,000 dan hasil thitung 6.312.

**Keyword :** Pelayanan Prima dan loyalitas nasabah

## Abstract

*The purpose of this research was to find out and assess the effect of excellent service on customer loyalty at the Koperasi KSU BINA Syariah Ummah Sugio Lamongan East Java .This study uses explanatory research approach (ekplanatory research), with sampling using accidental sampling techniques (based on coincidence), the number of samples in this study were as many as 98 respondents / members of the cooperative. The data collected is primary and secondary data with observation techniques, interviews, and questionnaires. The results of this study indicate that with a significant level of 5% simulant prime service variables have a significant effect on customer loyalty with a significance value of 0,000 and a calculated F value of 158,878. While partially the ability indicator has a significant effect with a significance value of 0.039 and a tcount of 2.091. The attitude indicator has a significant effect with a significance value of 0.001 and a tcount of 3.321. Indicator appearance has a significant effect with a significance value of 0.045 and a tcount of 2.037. Attention indicators have a significant effect with a significance value of 0.044 and a tcount of 2.041. The indicator of action has a significant effect with a significance value of 0.002 and a tcount of 3.236. The indicator of responsibility has a significant effect with a significance value of 0,000 and a tcount of 6.312. The results of the most dominant indicators are on the indicator of responsibility (X6) with the results of significance 0,000 and the results of tcount 6.312.*

**Keyword:** Excellent service and customer loyalty