

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*)
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PERUM PEGADAIAN PADA PERUM
PEGADAIAN CABANG BEKASI TIMUR**

(Studi Kasus di Perum Pegadaian Cabang Bekasi Timur)

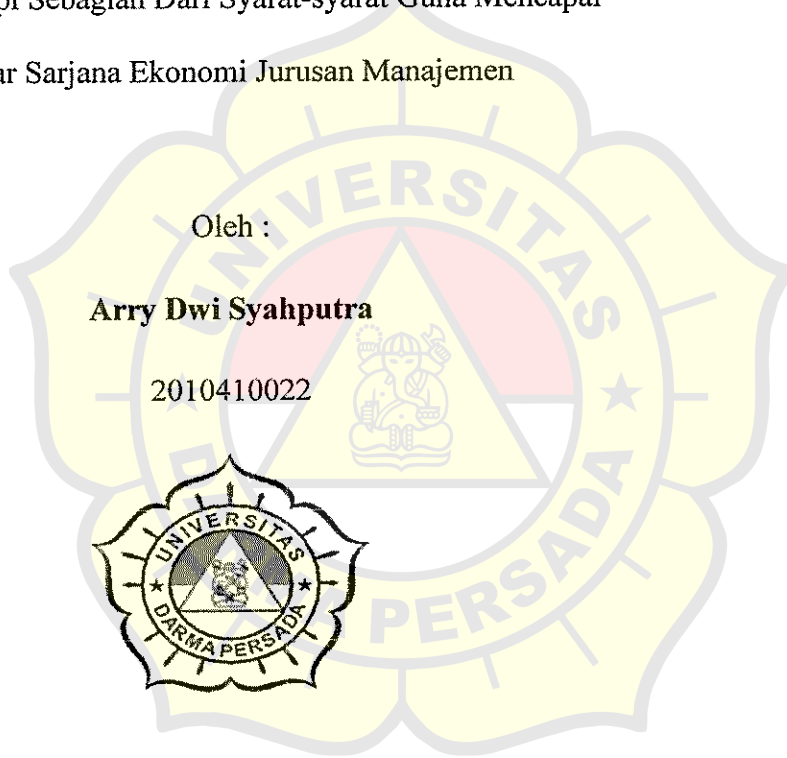
SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik Dan
Melengkapi Sebagian Dari Syarat-syarat Guna Mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

Oleh :

Arry Dwi Syahputra

2010410022



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2015**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arry Dwi Syahputra

NIM : 2010410022

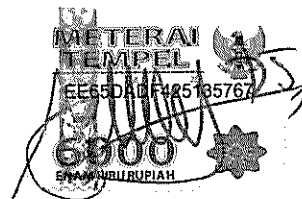
Jurusan/peminatan : Manajemen/Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Loyalitas Nasabah Perum Pegadaian Cabang Bekasi Timur** yang dibimbing oleh Bapak Sukardi, SE, MM adalah benar hasil karya sendiri dan bukan jiplakan maupun mencopy sebagian dari hasil karya orang lain.

Apabila kemudian hari saya ternyata ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya di Jakarta pada tanggal 25 Agustus 2015.

Yang menyatakan,



METERAI
TEMPEL
EE65DAD F125 135767
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Arry Dwi Syahputra

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arry Dwi Syahputra

NIM : 2010410022

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Loyalitas Nasabah Perum Pegadaian Cabang Bekasi Timur**

Telah diperiksa, dikaji dan diujikan dalam sidang Ujian Skripsi Sarjana tanggal
1 September 2015

Jakarta, 25 Agustus 2015

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



(Ellena Nurfazria H, SE, MM)

Pembimbing



(Sukardi SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arry Dwi Syahputra

NIM : 2010410022

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Manajemen Pemasaran



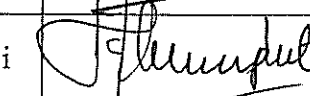
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Loyalitas Nasabah Perum Pegadaian Cabang Bekasi Timur**

Telah diperiksa, dikaji dan diujikan dalam sidang Ujian Skripsi Sarjana tanggal 1 September 2015

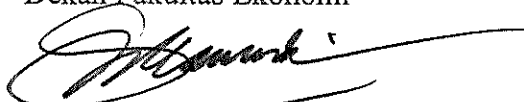
Jakarta, 25 Agustus 2015

Ketua Jurusan Manajemen


(Ellena Nurfazria H, SE, MM)

No	Nama Penguji	Jabatan Penguji	Tanda Tangan
1	Dr. Firsan Nova	Ketua Penguji	
2	Sukardi SE, MM	Anggota Penguji	
3	Dra. Endang Tripujiastuti, MM	Anggota Penguji	

Dekan Fakultas Ekonomi



Sukardi SE, MM

ABSTRAK

Nama : Arry Dwi Syahputra, NIM : 2010410022, Judul Penelitian :
Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap
Loyalitas Nasabah Perum Pegadaian, Di Bawah Bimbingan Materi :
Sukardi, SE. MM

Jumlah Hal : xviii + 139

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Merek (*Brand Image*), dan Loyalitas

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah perum pegadaian, untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh citra merek (*brand image*) terhadap loyalitas nasabah perum pegadaian, dan untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek (*brand image*) terhadap loyalitas nasabah perum pegadaian.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi : Metode statistik deskriptif sedangkan untuk menjawab perumusan masalah bagaimanakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah perum pegadaian, bagaimanakah citra merek (*brand image*) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah perum pegadaian, dan bagaimanakah kualitas pelayanan dan citra merek (*brand image*) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah perum pegadaian maka digunakan penghitungan dengan skala likert yang kemudian dihitung dengan perangkat lunak *Statistical Process Social Science (SPSS) 22 for windows*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: kualitas pelayanan dan *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah perum pegadaian baik secara parsial maupun simultan. Karena itu disarankan manajemen perum pegadaian memperhatikan dan mengelola kualitas pelayanan yang baik dan *brand image* yang baik pula agar loyalitas nasabah menjadi tinggi.

Jakarta 25 Agustus 2015

Arry Dwi Syahputra

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Darma Persada Jakarta.

Dalam memenuhi tugas salah satu persyaratan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada maka penulis menyusun dan memilih judul : **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) TERHADAP LOYALITAS NASABAH PERUM PEGADAIAN CABANG BEKASI TIMUR”**

Penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis hanya bisa mendoakan, Allah yang akan membalasnya. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dosen Pembimbing, Bapak Sukardi SE, MM dan selaku Dekan Universitas Darma Persada yang senantiasa memberikan bimbingan, bantuan, pengarahan, kritik, saran, serta nasehat yang berharga kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
2. Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, Dr. Firsan Nova.
3. Wakil Dekan II Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada, Ibu Atik Isniawati, MS,I .
4. Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada, Ibu Ellena Nurfazria H, SE, MM
5. Dosen Pembimbing Akademik, Ibu Dini Rahayu, SE

6. Bapak-bapak dan ibu-ibu Dosen Universitas Darma Persada, yang selama ini telah memberikan ilmunya kepada penulis serta seluruh Staf dan Karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, Bu Umi, Mbak Puji, Mas Maryadi, Mas Jumali, yang telah banyak membantu mempermudah penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi Darma Persada.
7. Kedua orang tuaku, Mamah dan Papah yang terkasih dan tersayang, yang selalu memberikan dukungan dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Ketiga kakakku Errika Oktavinta, Erni Oktarina, dan Haridinta Eka Syahputri dan kakak iparku Yudha Auria Triatmaja yang telah memberi dukungan mental dalam penulisan ini.
9. Semua teman di lingkungan Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Darma Persada yang telah banyak memberikan informasi, bantuan kepada penulis dalam melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini.
10. Shinta Dewanti Febriani yang banyak memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini.

Penulis hanya dapat berdoa Allah yang akan membalas kebaikan bapak/ibu, orang tuaku, saudaraku dan teman-teman sekalian.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa banyak sekali kekurangan dalam menyelesaikan skripsi ini baik dalam pengungkapan, penyajian, dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran, dan kritik dari semua pihak untuk perbaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini dapat diterima dan bermanfaat bagi semua pihak yang mengembangkan ilmu ekonomi, khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran.

Jakarta, 25 Agustus 2015



Arry Dwi Syahputra

DAFTAR ISI

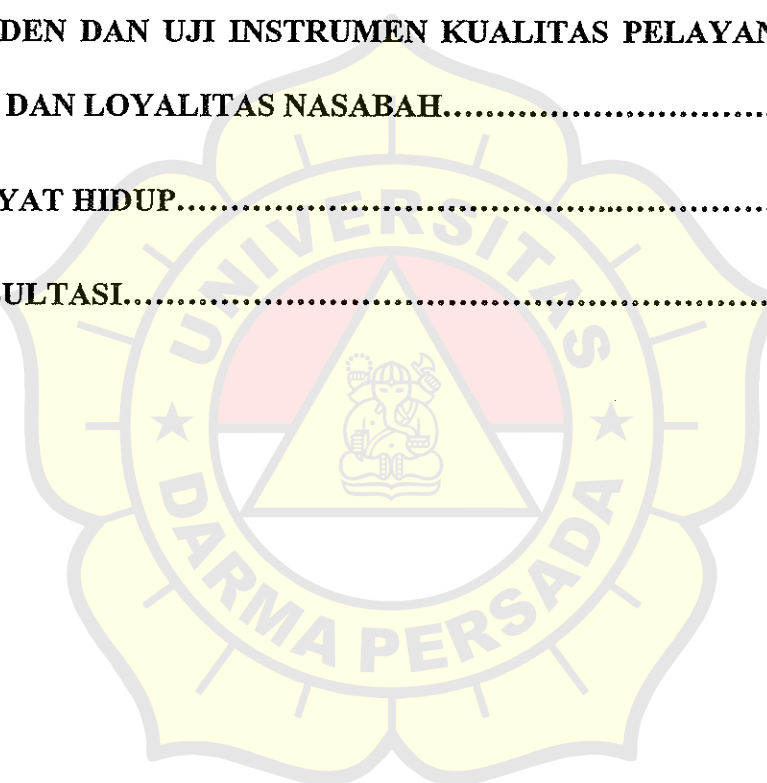
JUDUL SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
1. Secara Teoritis.....	5
2. Secara Praktis.....	5
a. Bagi akademik.....	5
b. Bagi perusahaan.....	6
c. Bagi konsumen.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Kualitas Pelayanan	7
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	7
2. Karakteristik Kualitas Pelayanan	10
3. Dimensi Kualitas Pelayanan	13

B. <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	16
1. Pengertian <i>Brand</i>	16
a. Keputusan Strategi Merek	17
b. Manfaat Merek	18
c. Syarat – Syarat Memilih Merek	18
2. <i>Image</i> (Citra)	19
3. Pengertian <i>Brand Image</i>	20
4. Komponen <i>Brand Image</i>	21
5. Faktor – Faktor Pendukung Terbentuknya <i>Brand Image</i>	22
C. Loyalitas Pelanggan	23
1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	23
2. Aspek – Aspek Loyalitas Pelanggan	24
3. Karakteristik Pelanggan yang Loyal	25
4. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	26
D. Hubungan Kualitas Pelayanan dan <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	28
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah	28
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Nasabah	29
E. Penelitian Terdahulu	30
F. Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
A. Lokasi Penelitian	33
B. Jenis dan Sumber Data	33

1. Data Primer	33
2. Data Sekunder	33
C. Populasi dan Sampel	34
1. Populasi	34
2. Sampel	34
D. Metode Pengumpulan Data	35
E. Uji Keabsahan Data	36
1. Uji Validitas	36
2. Uji Reliabilitas	37
F. Alat Analisis Data	37
1. Analisis Regresi Linier Sederhana (Parsial).....	38
2. Analisis Regresi Linier Berganda (Simultan).....	40
G. Uji Signifikan	41
1. Uji t.....	41
2. Uji F	42
H. Uji Asumsi Klasik.....	42
1. Uji Multikolonieritas.....	42
2. Uji Heteroskedastisitas.....	43
I. Definisi Variabel Operasional	44
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	48
1. Sejarah Perusahaan.....	48
2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	49

B. Analisa dan Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
1. Pembahasan dan Analisa Data Responden.....	52
2. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan, <i>Brand Image</i> dan Loyalitas Nasabah.....	56
3. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan, <i>Brand Image</i> , dan Loyalitas Nasabah.....	64
4. Uji Multikolonieritas.....	68
5. Uji Heterokedastisitas.....	69
C. Analisis Kualitatif.....	71
1. Pembahasan Perhitungan Kualitas Pelayanan.....	71
2. Pembahasan Perhitungan <i>Brand Image</i>	88
3. Pembahasan Perhitugan Loyalitas Nasabah.....	95
D. Analisis Kuantitatif.....	104
1. Analisis Regresi Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah.....	104
2. Analisis Regresi Sederhana <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Nasabah.....	108
3. Analisis Regresi Linear Berganda Kualitas Pelayanan dan <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Nasabah.....	111
4. Analisis Korelasi Berganda Kualitas Pelayanan dan <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Nasabah.....	113
5. Uji F (Simultan) Kualitas Pelayanan dan <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Nasabah.....	115

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	116
A. Kesimpulan.....	116
B. Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA.....	118
LEMBAR KUESIONER.....	121
DATA RESPONDEN DAN UJI INSTRUMEN KUALITAS PELAYANAN, BRAND IMAGE, DAN LOYALITAS NASABAH.....	126
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	138
LEMBAR KONSULTASI.....	139



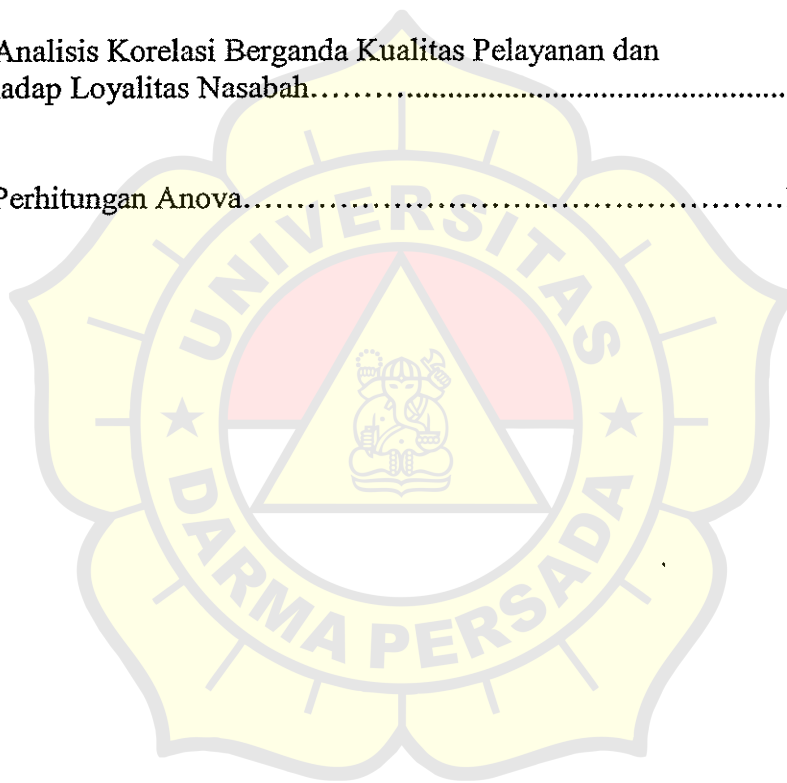
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Skala Likert	38
Tabel 3.2 Definisi Variabel Operasional	45
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Status	54
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran / Uang Perbulan	55
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Transaksi Dalam Satu Tahun Terakhir.....	56
Tabel 4.7 Validasi Kualitas Pelayanan	57
Tabel 4.8 Validasi <i>Brand Image</i>	60
Tabel 4.9 Validasi Loyalitas Nasabah	62
Tabel 4.10 Reliabilitas Kualitas Pelayanan	64
Tabel 4.11 Reliabilitas <i>Brand Image</i>	66
Tabel 4.12 Reliabilitas Loyalitas Nasabah	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolonieritas.....	69

Tabel 4.14 Perum Pegadaian Telah Memberikan Layanan Sesuai Harapan Nasabah	71
Tabel 4.15 Perum Pegadaian Memiliki Rasa Simpatik Kepada Nasabah	72
Tabel 4.16 Perum Pegadaian Selalu Melayani Nasabah Dengan Tepat Waktu ...	73
Tabel 4.17 Penampilan Karyawan Perum Pegadaian Rapi	74
Tabel 4.18 Perum Pegadaian Mampu Memberikan Informasi yang Lengkap	75
Tabel 4.19 Perum Pegadaian Mampu Menyelesaikan Keluhan Nasabah Dengan Cepat	76
Tabel 4.20 Perum Pegadaian Mampu Melayani Nasabah Dengan Cepat dan Tanggap	78
Tabel 4.21 Perum Pegadaian dapat Meyakinkan dan Menanamkan Rasa Aman Kepada Nasabah	79
Tabel 4.22 Seluruh Transaksi di Perum Pegadaian Dapat di Percaya	80
Tabel 4.23 Perum Pegadaian Telah Memahami Kebutuhan dan Kepentingan Nasabah	82
Tabel 4.24 Perum Pegadaian Selalu Melayani Dengan Penuh Perhatian dan Kesabaran	83
Tabel 4.25 Perum Pegadaian Memiliki Tempat yang Nyaman	84
Tabel 4.26 Perum Pegadaian Memiliki Fasilitas yang Mencukupi Kebutuhan Nasabah	85
Tabel 4.27 Perum Pegadaian Memiliki Tempat Untuk Parkir Kendaraan yang Cukup Luas	80

Tabel 4.28 Perum Pegadaian Menjadi Solusi Untuk Mengatasi Masalah Keuangan	88
Tabel 4.29 Perum Pegadaian Merupakan Perusahaan Pemerintah	89
Tabel 4.30 Perum Pegadaian Mempermudah Dalam Proses Menggadaikan Barang	90
Tabel 4.31 Perum Pegadaian Memiliki Nama yang Mudah di Ingat	92
Tabel 4.32 Perum Pegadaian Telah Melayani Dengan Baik	93
Tabel 4.33 Lokasi Perum Pegadaian Mudah di Temukan	94
Tabel 4.34 Perum Pegadaian Menjadi Solusi Masalah Ekonomi Nasabah	95
Tabel 4.35 Perum Pegadaian Mampu Memenuhi Harapan Nasabah	96
Tabel 4.36 Perum Pegadaian Mampu Memberikan Informasi yang Tepat Kepada Nasabah	97
Tabel 4.37 Perum Pegadaian Menjamin Aman Setiap Transaksi Nasabah	99
Tabel 4.38 Perum Pegadaian Memberikan Kemudahan Dalam Syarat-Syarat Gadai	100
Tabel 4.39 Banyak Nasabah yang Melakukan Transaksi Kembali	101
Tabel 4.40 Perum Pegadaian Memiliki Nasabah yang Banyak	102
Tabel 4.41 Koefisien Determenasi Kualitas Pelayanan	103
Tabel 4.42 Koefisien Regresi Sederhana Kualitas Pelayanan.....	104
Tabel 4.43 Uji F (Parsial) Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah.....	105

Tabel 4.44 Koefisien Determinasi <i>Brand Image</i>	107
Tabel 4.45 Koefisien Regresi Sederhana <i>Brand Image</i>	108
Tabel 4.46 Uji F (Parsial) <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	109
Tabel 4.47 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Kualitas Pelayanan dan <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Nasabah.....	111
Tabel 4.48 Hasil Analisis Korelasi Berganda Kualitas Pelayanan dan <i>BrandImage</i> Terhadap Loyalitas Nasabah.....	113
Tabel 4.49 Hasil Perhitungan Anova.....	114



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perum Pegadaian Cabang Bekasi Timur.....	50
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	66



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Adanya kebutuhan manusia yang tidak terbatas ternyata menimbulkan permasalahan yang cukup besar untuk dicarikan solusinya. Walaupun sekarang perkembangan zaman penuh dengan berbagai kemajuan disegala bidang dengan terbatasnya alat teknologi menjadi kendala utama dari penyelesaian masalah diatas.

Persaingan global menunjuk setiap perusahaan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang nantinya akan menunjang terwujudnya kepuasan pelanggan, apabila semakin tinggi persaingan antar perusahaan maka akan membuat perusahaan berusaha untuk meningkatkan keterampilan untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Perusahaan yang memiliki keterampilan yang tinggi dalam memberikan pelayanan akan mampu menguasai pasar, bahkan mendominasi pasar. Lewat kegiatan pemasaran yang efektif, tentunya upaya untuk semakin dekat dengan pelanggan harus terus dibina yang secara tidak langsung akan berdampak pada kelangsungan dan pengembangan perusahaan.

Perusahaan-perusahaan jasa terutama dalam hal ini jasa perkreditan, mempunyai arti yang sangat strategis, baik dalam rangka mendukung perekonomian masyarakat Indonesia yang sehat. Sekaligus sebagai

keberhasilan pelaksanaan kegiatan bisnis dalam rangka untuk dapat meraih keuntungan yang telah di rencanakan.

Salah satu perusahaan perkreditan di Indonesia adalah Perum Pegadaian yang merupakan satu-satunya lembaga pemerintah yang bergerak dibidang jasa penyaluran uang pinjaman bagi masyarakat atas dasar Hukum gadai dengan jaminan barang bergerak. Berdasarkan PP 103 tanggal 10 November 2000, Perum Pegadaian memiliki misi ikut membangun program pemerintah dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah melalui kegiatan utama berupa penyaluran kredit gadai dan melakukan usaha lain yang menguntungkan, serta untuk mencegah praktek-praktek ijon, pegadaian gelap, riba dan pinjaman tidak wajar lainnya. Oleh karena itu, barang-barang yang diterima sebagai jaminan kreditpun sangat bervariasi mulai dari bahan kain, barang perhiasan (logam dan permata), kendaraan, barang rumah tangga sampai saham-saham dan surat-surat berharga. Besarnya kredit yang diberikan sangat bervariasi dari hanya Rp.20.000,- sampai dengan Rp.1.000.000.000.-.

Meskipun pegadaian memiliki berbagai keunggulan sebagaimana dikemukakan di atas, ternyata masih banyak masyarakat yang terjebak dengan praktek-praktek rentenir dan pegadaian gelap lainnya. Ini berarti ada rasa tidak nyaman untuk melakukan kredit di pegadaian. Selama ini pegadaian identik dengan orang kecil yang kekurangan dana. Hal ini bisa di mengerti, karena yang antri mengadaikan barang, kebanyakan berasal dari masyarakat

golongan menengah kebawah. Demikian pula produknya, selama ini masyarakat hanya mengetahui, Pegadaian hanya melayani jasa gadai saja. Padahal, produk Pegadaian sebenarnya cukup banyak, seperti jasa taksiran, jasa titipan, galeri 24 dan koin emas, usaha persewaan gudang, unit produksi perhiasan emas dan balai lelang. Masyarakat cenderung mencari kemudahan dengan meminjam para rentenir dan gadai gelap yang ada pada akhirnya menimbulkan kerugian bagi diri sendiri. Paradigma inilah yang harus dihapus oleh para pengelola perum pegadaian, salah satunya adalah dengan tetap mempertahankan kepercayaan pelanggan (selanjutnya disebut sebagai nasabah) dengan tujuan memberikan kepuasan yang maksimal bagi para pelanggannya, sehingga pelanggan tersebut menjadi nasabah yang loyal, tidak akan menggunakan jasa gadai lain selain jasa perum pegadaian dan bahkan menjadi alat promosi di lingkungan nasabah tersebut.

Elemen yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kualitas pelayanan, dapat dilihat dari kurang luasnya area parkir, waktu pelayanan yang tidak sesuai janji, pelayanan yang kurang cepat dan kurang tanggap.

Elemen lain yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah *brand image* dapat dilihat dari tanggapan masyarakat yang beranggapan bahwa perum pegadaian bukan merupakan solusi keuangan nasabah.

Tabel 1.1

Jumlah Nasabah Perum Pegadaian cabang Bekasi Timur

TAHUN	JUMLAH NASABAH
2010	2146
2011	2309
2012	2290
2013	2548
2014	2451

Sumber : Perum Pegadaian cabang Bekasi Timur (2014)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka perumusan masalah penelitian dapat dikemukakan sebagai berikut :

- a. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Perum Pegadaian ?
- b. Bagaimanakah pengaruh citra merek (*brand image*) terhadap loyalitas nasabah Perum Pegadaian ?
- c. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek (*brand image*) terhadap loyalitas nasabah Perum Pegadaian ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Perum Pegadaian.
2. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh citra merek (*brand image*) terhadap loyalitas nasabah Perum Pegadaian.
3. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek (*brand image*) terhadap loyalitas nasabah Perum Pegadaian.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru terhadap kualitas pelayanan dan citra merek (*brand image*) dalam proses hubungannya terhadap loyalitas nasabah.

2. Secara Praktis

a. Bagi Akademik

- Memperkaya teori berdasarkan temuan penelitian-penelitian terhadap ilmu manajemen khususnya yang berkaitan dengan teori kualitas pelayanan, citra merek (*brand image*) dan loyalitas nasabah
- Sebagai pedoman bagi penelitian selanjutnya yang terkait dengan masalah kualitas pelayanan, citra merek (*brand image*) dan loyalitas nasabah

b. Bagi Perusahaan

Bagi PT.Pegadaian Cabang Bekasi Timur. Menjadi masukkan bagi pengambil kebijakan untuk menganalisis kondisi lapangan dari segi kualitas pelayanan, citra merek (*brand image*) dan loyalitas nasabah.

c. Bagi Konsumen

Dapat mengetahui seberapa bagus kualitas pelayanan dan citra merek (*brand image*) perum pegadaian.

