

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan supaya dapat mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan produk tabungan haji. Sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank Muamalat yang menggunakan tabungan haji. Peneliti menggunakan angket/kuesioner dalam mengumpulkan informasi dari responden/nasabah, sedangkan jumlah sampel pada penelitian ini yaitu 100 responden/nasabah kemudian untuk tehnik pengambilan sampel menggunakan *Random Sampling*. Pada penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode analisis berganda.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan tabungan haji secara simultan. Namun secara parsial kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan tabungan haji. Kesimpulan pada penelitian ini variabel yang paling berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan tabungan haji yaitu variabel citra perusahaan dengan nilai sebesar 0,295, atau 29,5% dan nilai yang paling kecil pengaruhnya yaitu kualitas layanan dengan nilai sebesar 0,05 atau 5%, sedangkan varabel kualitas produk nilainya sebesar 0,010 atau 10%.

**Kata kunci: kualitas produk, kualitas layanan, citra perusahaan, kepercayaan nasabah dalam menggunakan tabungan haji.**