

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji peran variabel mediasi yakni loyalitas nasabah yang menghubungkan pengaruh citra perusahaan dan kepercayaan terhadap niat nasabah untuk beralih atau *switching intention*. Objek dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Muamalat Indonesia. Setelah dilakukan tinjauan pustaka dan penyusunan hipotesis, data yang dikumpulkan melalui metode kuesioner sebanyak 213 responden nasabah Bank Muamalat Indonesia. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *convenience sampling* dengan alasan tidak adanya kriteria khusus yang digunakan pada kuesioner serta variabel citra perusahaan saja yang diteliti dari Bank Muamalat Indonesia. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan *Struktural Equation Modeling* (SEM) dan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan aplikasi Smart-PLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas mampu memediasi secara penuh (*full mediation*) pengaruh citra perusahaan dan kepercayaan terhadap *switching intention*.

Kata kunci: Loyalitas, Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Switching Intention, Bank Muamalat.

ABSTRACT

This research was purposed to examine the role of customer loyalty as the mediating variable in the influence of corporate image and trustworthiness towards the customer switching intention. The object of this research were the customers of Bank Muamalat Indonesia. After reviewing the literature and formulating hypotheses, the data were collected through distributing questionnaire towards 213 customers of Bank Muamalat Indonesia. The sample was determined using convenience sampling; there is no definite criteria in the questionnaire and that the variable researched was only the Bank Muamalat Indonesia's corporate image. The data were then analyzed using Structural Equation Modelling (SEM) while Smart-PLS 3.0 application was utilized to test the hypotheses. The research shows that loyalty is proven to be able to fully mediate the influence of corporate image and trustworthiness toward the switching intention

Keywords: loyalty, corporate image, trustworthiness, switching intention, and Customers of Bank Muamalat Indonesia.