

ABSTRAK

Seiring dengan bertumbuhnya jumlah BMT yang ada di Yogyakarta, maka dapat di katakan bahwa persaingan dalam lembaga keuangan mikro syariah tersebut semakin berat. Oleh karena itu, di perlukan suatu usaha agar sebuah BMT dapat bertahan di lembaga keuangan mikro syaria tersebut. Salah satu usaha yang dapat di lakukan adalah menciptakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen yang berusaha memberikan kepuasan atas kebutuhan dan keinginan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layana, citra merek, dan kepuasan yang diduga memiliki pengaruh terhadap loyalitas mitra dengan mediasi kepuasan mitra. .

Penelitian ini di lakukan dengan membagikan kuisisioner kepada 144 mitra yang berada di BMT Beringharjo Yogyakarta. Hasil observasi di analisis dengan menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM).

Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan, citra merek dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas mitra pada BMT Beringharjo Yogyakarta.

Kata Kunci:

Kualitas layanan, citra merek, kepuasan konsumen, loyalitas mitra.

ABSTRACT

Along with the growing number of BMT in Yogyakarta, it can be said that competition in Islamic microfinance institutions are increasingly heavy. Therefore, in need of a business so that a BMT can survive in the Islamic microfinance institutions. One effort that can be done is to create a marketing strategy that is oriented towards consumers who strive to provide the satisfaction of needs and desires of customers. The purpose of this study was to determine and analyze the influence of service quality, brand image, and satisfaction suspected of having an influence on the loyalty partner mediation partner satisfaction.

This research was conducted by distributing questionnaires to 144 partners who are in BMT Beringharjo Yogyakarta. Observation results were analyzed using Structural Equation Model (SEM).

The findings of this study indicate that the quality of service, brand image and satisfaction of positive and significant impact on loyalty partner in BMT Beringharjo Yogyakarta.

Keywords:

Quality of service, brand image, partner satisfaction, loyalty partners.