

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS NASABAH  
BANK BNI SYARIAH MAGELANG**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA  
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

**OLEH:**

**FEBRI KURNIAWAN**

**12820055**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2019**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS NASABAH  
BANK BNI SYARIAH MAGELANG**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA  
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

**OLEH:**

**FEBRI KURNIAWAN**

**12820055**

**DOSEN PEMBIMBING:**

**JOKO SETYONO**

**NIP. 19730702 200212 1 003**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2019**



**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Nomor : B-751/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2019

Tugas Akhir dengan judul : "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
LOYALITAS NASABAH BANK BNI SYARIAH  
MAGELANG"

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : FEBRI KURNIAWAN  
NIM : 12820055  
Telah diujikan pada : Kamis, 08 Agustus 2019  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta.

TIM UJIAN TUGAS AKHIR  
Ketua Sidang

Joko Setyono, SE., M.Si.  
NIP. 19730702 200212 1 003

Penguji I

Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.  
NIP. 19661119 199203 1 002

Penguji II

Farid Hidayat, S.H., M.S.I.  
NIP. 19810726 201503 1 002

Yogyakarta, 21 Agustus 2019  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
DEKAN



Dr. H. Mahmadah Hanafi, M.Ag  
6670518 199703 1 003



### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Febri Kurniawan

Kepada

**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta memperbaiki seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Febri Kurniawan

NIM : 12820055

Judul Skripsi : "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah Magelang"

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/ Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera di munaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Yogyakarta, 2 Agustus 2019

**Pembimbing,**

**Joko Setyono, S.E., M.Si**  
**NIP. 19730702 200212 1 003**

## SYARAT PERNYATAAN KEASLIAN

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Febri Kurniawan

NIM : 12820055

Jurusan/ Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah Magelang**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 2 Agustus 2019  
Penyusun



Febri Kurniawan  
12820055

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

---

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Febri Kurniawan  
NIM : 12820055  
Jurusan/Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah  
Magelang”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada Tanggal : 02 Agustus 2019

Yang Menyatakan,

  
(Febri Kurniawan)

**MOTTO**

*“Aku tidak ingin jadi pohon bambu, aku ingin jadi pohon oak yang berani menantang angin”*

(Soe Hok Gie)



## HALAMAN PERSEMBAHAN

***Ku Persembahkan Karya Ini Untuk:***

***Bapak Parjono dan Ibu Sriningsih Tercinta***

*Hanya karena ridho Allah ada karena ridhomu*

*Di setiap keajaiban yang terjadi pada ku karena doa kalian, dan*

*Syurgaku berada di bawah telapak kaki kalian*

***Adikku Dwi Agus Setiawan dan Muhammad Vian Hermawan***

*Jadilah manusia yang lebih baik dariku, kakakmu.*

***Sahabat-sahabat***

*Pengalaman yang ku hadapi bersama kalian, baik susah dan senangnya perjalanan hidup selama di Yogyakarta ini adalah sesuatu yang akan ku catat sebagai sejarah dalam hidupku*

***Almamaterku***

*Saya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga dan saya bangga*

*Semoga kalian tetap dalam lindungan Allah SWT.*

***Semestaku***

*Semoga kelak lahir para pembela bangsa, penegak agama dari rahimmu*

*Ilmu dan bakti kuberikan*

*Adil dan makmur kuperjuangkan.*



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1978 dan 0543/U/1978.

### I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Šā'	Š	es ( titik di atas)
ج	Jīm	J	Je
ح	Ḥā'	Ḥ	ha (titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	Ka dan ha
د	Dāl	D	De
ذ	Ẓāl	Ẓ	zet (titik di atas)
ز	Rā'	R	Er
ش	Zāi	Z	Zet

س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	es dan ye
ص	Ṣād	Ṣ	es (titik di bawah)
ض	Ḍād	Ḍ	de (titik di bawah)
ط	Ṭā'	Ṭ	te (titik di bawah)
ظ	Zā'	Z	zet (titik di bawah)
ع	'Ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
و	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Wāwu	W	W
ها	Hā'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

## II. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعدّدة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

## III. *Tā' marbūṭah*

Semua *ta' marbuttah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	Ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	Ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>

## IV. Vokal Pendek dan Penerapannya

ـَ	Fathah	ditulis	<i>A</i>
ـِ	Kasrah	ditulis	<i>I</i>
ـُ	Dammah	Ditulis	<i>U</i>

فعل	Fathah	Ditulis	<i>fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>ẓukira</i>
يذهب	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

## V. Vokal Panjang

1.Fathah + alif	Ditulis	<i>A</i>
جاهليّة	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>

2.Fathah + ya" mati	Ditulis	<i>Ā</i>
تنسى	Ditulis	<i>Tansā</i>
3.Kasrah + ya" mati	Ditulis	<i>ī</i>
كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
4.Dhammah + wawu mati	Ditulis	<i>Ū</i>
فروء	Ditulis	<i>Furuđ</i>

## VI. Vokal Rangkap

1.Fathah + ya" mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2.Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

## VII. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أنتى	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لإن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## VIII. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf Qamariyyah maka ditulis menggunakan huruf awal "al"

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'an</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyah ditulis sesuai dengan huruf pertama Syamsiyah

السماء	ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

**IX. Huruf besar**

Huruf besar dalam tulisan latin digunakan sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD).

**X. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat dapat ditulis menurut penulisannya**

ذوالفرد	Ditulis	<i>zawi al-furud</i>
أهل السنّة	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohim

Alhamdulillah, atas puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq dan hidayahnya sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Sholawat serta salam tidak lupa penulis panjatkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. Semoga kita termasuk golongan umatnya dan mendapatkan syafaatnya di *yaumul qiyamah*. Aamiin.

Alhamdulillah berkat hidayah dan pertolongan-Nya, penulis dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah Magelang”. Skripsi ini belum tentu selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini, penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang ikut memberi andil dalam penyelesaian skripsi ini, diantaranya kepada:

1. Bapak Prof. Drs. K.H. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Joko Setyono S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sekaligus dosen pembimbing skripsi saya yang luar biasa baiknya, sehingga akhirnya skripsi saya bisa selesai.
4. Bapak Dr. Misnen Ardiansyah, SE., M.Si., AK., CA., ACPA selaku dosen penasehat akademik saya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
5. Bapak dan Ibu dosen Perbankan Syariah yang telah ikhlas membagi ilmunya terhadap penulis selama belajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

6. Kepada keluarga kecilku tercinta, Ibu, Ibu, Ibu, Bapak, dan kedua adikku. Terima kasih tak terhingga, atas segala doa yang mungkin tidak pernah terucap dengan lantang tetapi didengar Tuhan.
7. Kepada Komunitas Generasi Baru Indonesia (GENBI) Bank Indonesia tempat dimana saya menemukan harapan dan cahaya yang baru, teruslah berdedikasi untuk negeri.
8. Kepada rekan-rekan Ekspedisi Nusantara Jaya 2017 di Kepulauan Kangean, terima kasih, rindu akan perjalanan akan benar-benar saya rindukan.
9. Kepada relawan-relawan di Youcan Raja Ampat, terima kasih atas cerita dan secuil kisah yang kita ukir bersama di bagian Timur Indonesia.
10. Kepada volunteer-volunteerku yang keren di Ekspedisi Sosial Puncak Indonesia Kerinci, akhirnya kita bersama-sama menapakkan kaki di puncak tertinggi Pulau Swarnadwipa, Sumatera.
11. Untuk para pejuang terakhir yang tidak mengenal kata lelah dan menyerah, saya bangga dengan kalian; Irsa, Yusse, Jannah, Navis, Rais, Hafizah. Sampai bertemu di sesuatu yang lebih baik lagi.
12. Kepada yang selalu mendoakan dalam diam, Liana Septiani, sungguh diammu adalah kalimat-kalimat yang membuatku berpikir untuk tidak sekalipun menyerah. Terima kasih.

Untuk ribuan tujuan yang harus dicapai, untuk jutaan impian yang akan dikejar, untuk sebuah pengharapan agar hidup jauh lebih bermakna, hidup tanpa mimpi ibarat arus sungai. Mengalir tanpa tujuan. Teruslah belajar, berusaha, dan berdoa untuk menggapainya. Jatuh berdiri lagi. Kalah cobalagi. Gagal, Bangkit lagi. Bentur, Bentur, Bentur, Bangkit, Terbentuk!

Hanya sebuah karya kecil dan untaian kata-kata sederhana ini yang dapat kupersesembahkan kepada kalian semua. Terimakasih beribu terimakasih ku

ucapkan. Atas segala kekhilafan salah dan kekuranganku, kurendahkan hati serta diri meminta beribu kata maaf tercurah. Skripsi ini kupersembahkan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan sangat penulis hargai. Akhir kata, besar harapan penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menjadi pedoman untuk penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 2 Agustus 2019

Hormat saya,

**Febri Kurniawan**

**NIM. 12820055**





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xxii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xxiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Sistematika Penelitian .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>13</b>
A. Kualitas Pelayanan.....	13
B. Citra Perusahaan .....	19

C. Loyalitas Nasabah .....	26
D. Telaah Pustaka .....	38
E. Kerangka Pemikiran .....	47
F. Pengembangan Hipotesis .....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
A. Jenis Penelitian .....	51
B. Pengumpulan Data.....	51
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	53
D. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran.....	55
E. Instrumen Penelitian .....	56
F. Analisis Data .....	59
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>68</b>
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	68
1. Letak Geografis.....	68
2. Sejarah BNI Syariah.....	68
3. Visi dan Misi BNI Syariah .....	70
B. Profil Responden .....	70
C. Deskripsi Responden .....	71
D. Uji Kualitas Data .....	76
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	92

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>95</b>
A. Kesimpulan.....	95
B. Implikasi.....	96
C. Keterbatasan Penelitian.....	97
D. Saran .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>99</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1 Jumlah Bank yang Bergerak di Bidang Syariah .....</b>	<b>3</b>
<b>Tabel 1.2 Perbandingan Pertumbuhan Aset BUS dengan BNI Syariah.....</b>	<b>4</b>
<b>Tabel 2.1 Instrumen .....</b>	<b>19</b>
<b>Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 3.1 Instrumen Penelitian .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....</b>	<b>71</b>
<b>Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia .....</b>	<b>72</b>
<b>Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan .....</b>	<b>72</b>
<b>Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan .....</b>	<b>73</b>
<b>Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan pendapatan .....</b>	<b>74</b>
<b>Tabel 4.6 Karakteristik responden berdasarkan kurun waktu .....</b>	<b>75</b>
<b>Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....</b>	<b>77</b>
<b>Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan.....</b>	<b>78</b>
<b>Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah .....</b>	<b>78</b>
<b>Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan .....</b>	<b>79</b>
<b>Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Citra Perusahaan.....</b>	<b>80</b>
<b>Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Nasabah .....</b>	<b>80</b>
<b>Tabel 4.13 Uji Normalitas.....</b>	<b>82</b>
<b>Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas Data .....</b>	<b>83</b>
<b>Tabel 4.15 Uji Heteroskedastisitas .....</b>	<b>85</b>
<b>Tabel 4.16 Uji Regresi Linier Berganda .....</b>	<b>87</b>

<b>Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi .....</b>	<b>88</b>
<b>Tabel 4.18 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....</b>	<b>89</b>
<b>Tabel 4.19 Uji T (T-test) .....</b>	<b>91</b>



**DAFTAR GAMBAR**

**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian ..... 46**



## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah, terutama dari dua variabel yang diujikan, kualitas pelayanan dan citra perusahaan. Studi kasus dalam penelitian ini adalah pada nasabah Bank BNI Syariah Magelang. Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian asosiatif (hubungan) dengan metode analisis kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan menggunakan *sampel random* atau sampel acak dengan 95 responden nasabah BNI Syariah Magelang. Hasil *Adjust R Square* penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah karena mempunyai nilai sebesar 0,491 (49,1%) dari 100%. Secara simultan atau *Uji F* kualitas pelayanan dan citra perusahaan mempunyai pengaruh signifikan karena didapatkan nilai signifikansi F sebesar 0,000 atau F hitung sebesar 46,292. Akan tetapi dari *Uji T* atau parsial, kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, karena didapatkan nilai sig. lebih besar dari 0,05 yaitu 0,300. Dan citra perusahaan, secara uji parsial atau *Uji T* memiliki pengaruh signifikan karena didapatkan nilai sig. lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000.

*Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Loyalitas Nasabah*



## **ABSTRACT**

*This research was conducted to determine what factors can influence customer loyalty, especially from the two variables tested, service quality and company image. The case study in this study is the BNI Syariah Magelang Bank customers. This type of research is an associative research (relationship) with quantitative analysis methods that aim to determine the relationship between two or more variables. This study uses probability sampling techniques using random samples or random samples with 95 respondents of BNI Syariah Magelang customers. The Adjust R Square results of this study indicate that service quality and company image significantly influence customer loyalty because it has a value of 0.491 (49.1%) of 100%. Simultaneously or F Test the quality of service and company image have a significant effect because it obtained a significance value of F of 0,000 or F calculated of 46.292. However, from the T-Test or partial, service quality does not significantly influence customer loyalty, because the sig value is obtained. greater than 0.05 which is 0.300. And the company image, partial test or T test has a significant effect because the sig value is obtained. smaller than 0.05 which is 0,000.*

*Keywords: Service Quality, Company Image, Customer Loyalty*





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Salah satu faktor pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat dinilai dari bagaimana pertumbuhan industri perbankan di negara tersebut. Semakin baik perkembangan industri perbankan, maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi negara itu sendiri. Karena kegiatan perekonomian erat hubungannya dengan perbankan. Bank merupakan lembaga keuangan yang menjadi tempat bagi badan-badan pemerintah, swasta, perusahaan, maupun perseorangan untuk menyimpan dananya. Karena bank memiliki kegiatan pokok seperti menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat, bank juga memiliki sikap sebagai *intermediary service*. Dengan demikian bank merupakan urat nadi atau sebagai pusat dari sistem perekonomian itu sendiri.

Hubungan antara pihak bank dengan pihak nasabah menyangkut berbagai kebutuhan para nasabah terhadap jasa-jasa bank dan kesanggupan serta ketersediaan pihak bank untuk dapat memenuhi berbagai macam kebutuhan nasabah. Melalui berbagai macam produk dan jasa perbankan yang diberikan, bank melayani pembiayaan, serta melancarkan mekanisme sistem pembayaran bagi semua sektor perekonomian.

Menciptakan dan mempertahankan nasabah adalah tujuan utama bank. Dengan semakin meningkatnya persaingan dalam dunia perbankan, maka menuntut semua bank untuk selalu berusaha memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabahnya.

Ada beberapa jenis perbankan di Indonesia saat ini, jenis perbankan berdasarkan cara menentukan harga jual atau berdasarkan cara mencari keuntungan. Ditinjau dari cara penentuan harga, saat ini di Indonesia terbagi dalam dua kelompok besar, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank syariah menggunakan prinsip syariah Islam yang sesuai dan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Sunnah Rasul, sedangkan bank konvensional dalam menjalankan roda perputarannya menggunakan prinsip konvensional atau barat.

Saat ini perbankan di Indonesia telah menjamur rata di setiap daerah, seiring perjalanan waktu dan perkembangan zaman. Sehingga banyak pilihan nasabah untuk memilih dan memanfaatkan jasa perbankan. Dengan demikian persaingan nasabah untuk memilih perbankan yang cocok akan tambah semakin ketat.

Selain itu, dapat juga dilihat saat ini banyak bank konvensional yang mulai membuka bank syariah, karena bank yang berprinsip syariah kini mulai dilirik oleh para nasabah. Kelebihan bank yang berprinsip syariah, jika dibandingkan dengan bank konvensional adalah dimana bank melarang melakukan transaksi apapun yang mengandung unsure-unsur riba, maisir, gharar, dan jual beli haram. Dan didukung lagi dengan mayoritas penduduk

Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Sehingga memberikan angin segar bagi pertumbuhan industri perbankan syariah di Indonesia.

Dari data dan laporan yang dipublikasikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Republik Indonesia, jumlah bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah sampai dengan Desember 2017 tercatat sebanyak 201 bank, terdiri dari 13 Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 167 Badan Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Sedangkan jumlah kantor dari ketiga jenis bank tersebut terdiri dari 1.825 kantor BUS, 344 kantor UUS, dan 441 kantor BPRS. Jika dibandingkan tahun-tahun sebelumnya jumlah bank yang bergerak dibidang syariah terjadi peningkatan pada tahun 2016 naik menjadi 13 BUS yang sebelumnya pada tahun 2015 berjumlah 12 BUS. Sementara pada tahun yang sama UUS mengalami penurunan dari tahun 2015 berjumlah 22 UUS menjadi 21 UUS pada tahun 2016 karena telah berubah menjadi BUS. Sedangkan jumlah BPRS terjadi peningkatan pada tahun 2017 berjumlah 167 BPRS dan pada tahun 2015 berjumlah 163 BPRS.

	2014	2015	2016	2017
BUS	12	12	12	12
UUS	22	22	21	21
BPRS	163	163	166	167

**Tabel 1.1 Jumlah Bank yang Bergerak di Bidang Syariah**

Pada Desember 2017 aset Bank Umum Syariah (BUS) mengalami kenaikan dari tahun-tahun sebelumnya. Pada Desember 2014 berada di posisi Rp 204,961 miliar, kemudian mengalami peningkatan pada

Desember 2015 sebesar Rp 213,423 miliar. Pada Desember 2016 mengalami peningkatan yang signifikan sebesar Rp 254, 184 miliar, laju peningkatan yang baik berlanjut pada Desember 2017 sebesar Rp 288,027 miliar. Sedangkan BNI Syariah, pada Desember 2014 asetnya mencapai Rp 19,492 miliar, mengalami kenaikan pada Desember 2015 sebesar Rp 23,018 miliar. Pada Desember 2016 terjadi peningkatan sebesar Rp 28,314 miliar dan terus mengalami peningkatan hingga Desember 2017 sebesar Rp 34,827 miliar.

	2014	2015	2016	2017
BNI Syariah	19,492	23,018	28,314	34,827
BUS	204,961	213,423	254,184	288,027

**Tabel 1.2 Perbandingan Pertumbuhan Aset Bank Umum Syariah dengan BNI Syariah**

Sejalan dengan semakin tingginya tingkat persaingan antar bank, maka sudah menjadi kewajiban setiap bank harus meningkatkan potensi daya saingnya. Menurut Kotler (2002), salah satu unsur daya saing yang sangat menjadi unggulan suatu bank sebagai suatu perusahaan bidang jasa adalah mutu pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik dapat mendorong terjadinya kunjungan pelanggan pada lain kesempatan berikutnya pada badan usaha atau perusahaan yang bersangkutan. Menarik kesimpulan dari pendapat Kotler, bahwa pelayanan yang berkualitas merupakan determinan yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Agar tercipta kualitas layanan yang menurut nasabah baik dan memuaskan, maka pihak perbankan harus mampu bekerja sama dengan

nasabah. Dengan demikian para nasabah akan menimbulkan pembelian ulang dari nasabah dan timbulnya rasa percaya pada diri nasabah. Kepercayaan nasabah bisa didefinisikan sebagai refleksi emosional perdagangan. Namun hal tersebut sangat bergantung pada tingkat pemenuhan produk yang diharapkan nasabah, serta tingkat konsistensi harapan nasabah, dan hasil aktual. Apabila seorang nasabah mengharapkan suatu pelayanan produk atau tingkat tertentu dan dirasakan pelayanannya diterima lebih tinggi dari apa yang diharapkannya dan kemudian nasabah tetap atau kembali menggunakan produk atau pelayanan tersebut, maka nasabah tersebut dapat dikategorikan percaya dan puas.

Dalam industri perbankan, kesetiaan dan kepuasan nasabah merupakan suatu bukti bahwa bank tersebut telah mampu bersaing dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya. Kualitas pelayanan dan kepuasan sangatlah erat berkaitan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan pihak perbankan. Beberapa metode telah ditawarkan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah, salah satunya menurut Farida Jafar (2009: 17) mengukur kualitas pelayanan dengan lima dimensi, yaitu metode RATER, *responsiveness* (tanggap), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), dan *reliability* (keandalan).

Seiring waktu yang berjalan dan berlalu, persaingan demi persaingan pun tak bisa dihindari. Tentunya persaingan antar satu perusahaan bank syariah dengan bank syariah yang lain. Hal ini pun sangat

wajar, karena akan memunculkan semangat untuk saling menjadi yang terbaik dalam melakukan pelayanan dan melayani nasabah. Sehingga akan terbentuk citra perbankan syariah yang baik di mata masyarakat. Karena citra mempunyai peran penting untuk mengetahui persepsi nasabah baik atau buruk, yang nantinya akan mempengaruhi dampak secara langsung maupun tidak langsung bagi perbankan.

Penelitian ini dilakukan di Bank BNI Syariah, karena Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah merupakan bank syariah yang cukup banyak nasabahnya. Terbukti dengan sejumlah prestasi dan penghargaan yang pernah di raih oleh BNI Syariah. Berdasarkan laporan keuangan yang disajikan Bank BNI Syariah pada tahun 2017, BNI Syariah mendapatkan penghargaan *Customer Loyalty Award* dengan predikat *Good* pada tanggal 25 Februari 2015, *Service Quality Award* dengan predikat *Diamond* yang diberikan oleh *Service Excellence* pada 24 Mei 2015, dan ditahun yang sama pada tanggal 19 Agustus 2015 mendapatkan penghargaan dari majalah investor *Best Syariah Award 2015* dengan predikat *Good*. Kemudian pada 27 Juli 2017 mendapatkan penghargaan *Gold Champion of Solo WOW Service Excellence Award 2017* yang diselenggarakan oleh *Markplus Inc*, kemudian pada 3 Agustus 2017 *Exceptional Total Service Quality Satisfaction Based on Customer Perception Survey SQIndex 2017* pada acara *Service Quality Diamond Award 2017*, sebelumnya pada 12 April 2017 juga meraih penghargaan *Excellent Service Performance in the*

*category of Regular Banking* yang diberikan oleh *Service Excellence & Carre*.

Meskipun BNI Syariah memiliki nasabah yang cukup banyak secara nasional dan mendapatkan banyak penghargaan, akan tetapi selalu ada permasalahan dalam setiap cabang yang dimilikinya. Misalnya, keluhan nasabah atau masyarakat terkait pelayanan yang diberikan. Tri Widodo memberikan ulasan, “Pelayanan sangat bertele-tele sehingga bagi yang mengantri disini kayak diulur-ulur waktunya, sedih nggak, CS hanya dua sedangkan satu kota kabupaten cuma ada satu aja, kapok dah.” Sama dengan Tri Widodo, beberapa nasabah juga memberikan ulasan yang serupa. “Saya sangat kecewa atas pelayanan yang ada, antrian berjalan lambat, setiap 1 orang 30 menit, saya antri di CS berkaitan dengan pengurusan haji, tapi ternyata antrian haji dengan pembukaan rekening biasa tidak dipisahkan (Safitri Setiabudi)”. Arya Wicaksana juga menambahkan dalam ulasan, “Jumlah staff perlu ditambah untuk pelayanan yang lebih baik. Masa iya ngurus mobile banking harus antri 100 antrian.” Hal serupa juga diaminkan oleh Arief Wibowo, “Butuh tambahan CS lagi.” Dan kekecewaan paling mendalam disampaikan oleh Nafis Iman, beliau memberikan ulasan, “Sistem antriannya agak kacau, gak ada display urutan antrian, untuk bagian CS kalau dibagiin nomor antrian panggil nomornya jangan japri orangnya. Saya datang jam 10.00 baru selesai jam 14.30 karena nomor antrian tidak dipanggil.”

Dari pemaparan latar belakang di atas, peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BNI Syariah. Mencermati fenomena tersebut, khususnya yang terjadi pada BNI Syariah Magelang, perlu kiranya untuk melakukan sebuah eksplorasi yang terkait dengan konstruksi strategi efektif digunakan oleh pihak bank, serta dalam upaya meningkatkan *Service Quality* yang diharapkan mampu menciptakan loyalitas nasabah. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti lebih lanjut akan mengangkat dalam penelitian yang berjudul: ***“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah Magelang”***.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari pemaparan uraian latar belakang yang telah penulis jabarkan di atas, maka pokok rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada BNI Syariah Magelang?
2. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada BNI Syariah Magelang?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah, dan judul penelitian, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:



- a. Untuk menjelaskan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada BNI Syariah Magelang.
- b. Untuk menjelaskan citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada BNI Syariah Magelang.

## 2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak bank BNI Syariah, perguruan tinggi, dan para instansi atau lembaga terkait dengan kegunaan sebagai berikut:

- a. Manfaat teoritis
  - 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan mengembangkan khasanah keilmuan khususnya terkait manajemen perbankan syariah.
  - 2) Memberikan informasi mengenai kualitas pelayanan, dan citra perusahaan dari bank BNI Syariah Magelang serta loyalitas nasabah.
- b. Manfaat praktis
  - 1) Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat sebagai sarana menuangkan idea tau gagasan ke dalam bentuk tulisan dan melatih berfikir dalam menganalisis kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah bank BNI Syariah Magelang.

- 2) Bagi pihak bank BNI Syariah Magelang, penelitian dapat dijadikan sebagai masukan dan sumbangan pikiran dalam pengembangan kualitas dari instansi terkait.
- 3) Bagi perguruan tinggi, penelitian ini dapat menambahkan informasi kepada perguruan tinggi dan menambah koleksi keustakaan di bidang perbankan syariah sehingga dapat dijadikan sebagai suatu bahan bacaan yang berisikan studi bersifat karya ilmiah.
- 4) Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini sebagai sumbangan informasi dan tinjauan pustaka yang akan melakukan penelitian selanjutnya dengan tema yang sama.

#### **D. Sistematika Pembahasan**

Secara garis besar, sistematika pembahasan menggambarkan alur pemikiran peneliti dari awal hingga kesimpulan akhir. Masing-masing uraian secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### **1. Bagian Awal**

Pada bagian awal ini meliputi: halaman sampul, halaman judul, halaman pengesahan skripsi, halaman persetujuan skripsi, halaman pernyataan keaslian, halaman persetujuan publikasi karya ilmiah, halaman motto dan persembahan, pedoman transliterasi, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel dan daftar gambar, serta abstrak.

##### **2. Bagian Isi**

- a. Bab I. Pada bagian ini membahas latar belakang penelitian yaitu uraian tentang masalah yang akan diteliti, urgensi atau pentingnya penelitian, dan kontribusi penelitian, selanjutnya membahas tentang rumusan masalah yang akan diteliti, tujuan penelitian serta kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.
- b. Bab II. Pada bab ini membahas tentang landasan teori yang digunakan dan relevan dengan penelitian ini, telaah pustaka penelitian terdahulu yang serupa dan relevan, serta kerangka teoritik dan pengembangan hipotesis berupa pemaparan dugaan sementara terhadap penelitian ini.
- c. Bab III. Bab ini membahas tentang rencana dan prosedur penelitian yang dilakukan peneliti untuk menjawab hipotesis penelitian meliputi penjelasan tentang jenis penelitian, data dan teknik perolehannya, variable penelitian, dan metode pengujian penelitian.
- d. Bab IV. Bagian ini membahas tentang deskripsi data penelitian yang meliputi populasi serta sampel data penelitian, hasil analisis dan pembahasan. Dimana peneliti memfokuskan pada hasil uji statistik deskriptif dan regresi logistik pada program SPSS 20.0 terhadap data yang dijadikan sampel pada penelitian ini.
- e. Bab V. Pada bab ini membahas tentang kesimpulan penelitian, keterbatasan yang dimiliki dalam penelitian ini, dan saran terhadap penelitian selanjutnya.

### 3. Bagian Akhir

Pada bab akhir ini membahas tentang daftar pustaka yaitu acuan yang digunakan dalam penelitian, dan lampiran berisi informasi tentang sampel yang digunakan dalam penelitian.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis terhadap variabel-variabel Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Nasabah studi kasus pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Magelang, penelitian ini memiliki beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai  $F_{hitung}$  sebesar 46,292 lebih besar dari  $F_{tabel}$  3,09 atau Signifikan F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah Cabang Magelang.

2. Berdasarkan uji t (secara parsial) dapat disimpulkan bahwa:
  - a. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai  $t_{hitung} -1,043 < t_{tabel} 1,66$ , maka tidak berpengaruh dan memiliki hubungan negatif terhadap loyalitas nasabah, dan nilai signifikan kualitas pelayanan = 0,300 > 0,05 maka tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

- b. Variabel citra perusahaan memiliki nilai  $t_{hitung} 5,794 > t_{tabel} 1,66$ , maka berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap loyalitas nasabah dan nilai signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah.

## **B. Implikasi**

1. Penelitian ini memiliki kesimpulan bahwa loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Magelang tidak dipengaruhi oleh kualitas pelayanan secara langsung terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini pada gilirannya berimplikasi terhadap industri perbankan, terutama terkait dengan pengembangan dan pelayanan nasabah perbankan. Loyalitas merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kehidupan suatu perusahaan. Sebuah bank bisa berkembang atau tidak tergantung dari besar kecilnya jumlah nasabah, khususnya nasabah loyal. Nasabah yang loyal merupakan aset yang harus terus menerus dipertahankan. Dalam perbankan, persaingan yang ketat merupakan suatu hal yang perlu diwaspadai oleh seorang manajer, sehingga loyalitas nasabah harus dipertahankan dengan sebaik-baiknya. Usaha menciptakan loyalitas nasabah sangat beragam. Perbankan harus mempunyai strategi yang tepat dalam menciptakan loyalitas nasabahnya.

Dalam penelitian ini, tidak terbukti loyalitas dipengaruhi secara langsung oleh kualitas pelayanan. Hal ini membawa pada implikasi manajerial bahwa untuk meningkatkan loyalitas nasabah, tidak hanya

dapat dibangun melalui pelayanan yang prima (*excellence service*). Baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan oleh perbankan tidak mempunyai pengaruh terhadap pembentukan kepercayaan dan komitmen nasabah yang akan mempengaruhi juga terhadap loyalitas nasabah.

2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis variabel citra perusahaan yang diteliti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Citra perusahaan adalah hal penting dalam mencapai loyalitas nasabah. Oleh karena itu pihak BNI Syariah Kantor Cabang Magelang dapat meningkatkan citra perusahaan melalui *Personality, Reputation, Value, dan Corporate Identity*.

Citra perusahaan yang kuat mampu membendung pengaruh negative terhadap perusahaan sehingga dapat menjaga nasabah agar tidak berpaling ke perbankan lain.

Loyalitas nasabah didapatkan melalui kepuasan, sehingga pihak BNI Syariah Kantor Cabang Magelang dapat meningkatkan kepuasan nasabahnya melalui peningkatan kinerja secara keseluruhan, sehingga dapat memberikan kepuasan dan loyalitas bagi nasabahnya.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

1. Periode waktu penelitian yang terbatas yaitu pada bulan Mei sampai Juni 2019 terkait penyebaran kuesioner di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Magelang.

2. Dalam penelitian ini, peneliti tidak dapat mengontrol jawaban responden untuk memberikan jawaban yang sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya. Sehingga diperlukan kecermatan dalam memilih responden untuk dapat mewakili jawaban yang sesungguhnya.

#### **D. Saran**

1. Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus sebagai bahan acuan penelitian selanjutnya selain jurnal dan buku yang sudah ada.
2. Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti lainnya untuk melakukan penyempurnaan penelitian setema dengan memperluas ruang lingkup terkait variabel dan jumlahnya maupun teknik analisis data yang dilakukan. Adapun upaya penyempurnaan penelitian setema dapat menambah beberapa pendukung faktor antara lain, kepuasan nasabah, *Islamic marketing mix*, nilai nasabah, komitmen, religiusitas, produk, penetapan harga, dan lain sebagainya.
3. Hasil penelitian ini yang menyebut bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah dan citra perusahaan berpengaruh langsung secara signifikan terhadap loyalitas nasabah, Bank BNI Syariah Kantor Cabang Magelang tetap memperhatikan dan meningkatkan kedua variabel tersebut guna meningkatkan dan mengembangkan prestasinya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Qawi Othman, Lynn Owen, *“The Multi Dimensionality of CARTER Model to Measure Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking Industry (A Study in Kuwait Finance House)”*. International Journal of Islamic Financial Service. Vol. 3. No. 4
- Abuddin Nata. 2006. *Metodologi Studi Islam*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Achmad Tavip, DKK. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Provinsi Riau)*. Vol 10, No. 1.
- Ade Titi Nifita, *“Pengaruh Citra BCA Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan BCA Cabang Jambi”*. 2010. Vol. 2, No. 2. ISSN: 2085: 0972
- Agus Eko Sujianto. 2019. *Aplikasi Statistik*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Ahmad Tanzeh. 2004. *Metode Penelitian Praktis*. Jakarta: PT Binailmu.
- Akbar, Muhammad Muzahid dan Noorjahan Parvez, *“Impact of sevice, quality, trust and customer satisfaction on costumer loyalty*. ABA. 2009. Vol. 29, No. 1. pp. 24-38
- Ardianto, Elvinaro dan Soleh Soemirat. 2011. *Handbook of Public Relation*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Bambang, Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Basu Swastha dan Hani Handoko. 2004. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE
- Burhan, Bungin. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1989. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

- Didin Hafidudin dan Hendi Tanjung. 2003. *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Fandi Tjiptono. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Farida, Jasfar. 2009. *Manajemen Jasa Pendekatan Terbaru*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Gregory, R, James and Janck G. Wiechman, 2011. *Pemasaran Ritel* (edisi 11)
- Griffin Jill. 2002. *Customer Loyalty* terjemahan Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlanga.
- Gusti Ayu Putu Ratih Kusuma Dewi. 2014. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT BPR HOKI di Kabupaten Tabanan". Denpasar: Tesis, Program Pascasarjana Universitas Udayana.
- Handro Tumpal P. 2012. *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen PO. Nusantara Jurusan Semarang Surabaya*. Management Analysis Journal 1 (1). ISSN 2252-6552
- Hartono. 2008. *SPSS 16,0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hermawan, Kartajaya. 2007. *Boosting Loyalty Marketing Performance*. Bandung: Mizan Pustaka & Jakarta: Markplus Inc
- Hidayat, Rahmat. 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Nilai pelanggan terhadap kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Nasabah Bank Mandiri*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Vol. V
- Husain, et, all. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasali, Rhenald. 2003. *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kashmir. 2004. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo.

- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Yayasan Penyelenggara Penerjemah Kitab Suci Al Qur'an. 1965. "*Al Quran dan Terdjemahnja*". Djakarta: Pertjetakan dan offset "JAMUNU"
- Mulyo Budi Setiawan dan Ukudi. 2007. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada PD. BPR Bank Pasar Kendal)*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi. ISSN: 1412-3126
- Oliver, Sandra. 2007. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Prasetyo Adi. 2008. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota BMT Kaffah Yogyakarta*. Penelitian STAIN Surakarta Ekonomi Islam.
- Rambat Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Samuel, Hatane dan Nadya Wijaya. 2009. *Service Quality, Perceive Value, Satisfaction, Trust, dan Loyalty pada PT. Kereta Api Indonesia menurut Penilaian Pelanggan Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol. 4. No. 1. pp 23-37.
- Sekaran, Uma. 2007. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Shirley Harrison. 2004. *Public Relation an Introduction*. London: Thomson Learning.
- Sorayati Utami, "The Influence Of Customer Trust On Customer Loyalty", *International Journal of Economics, Commerce and Management United Kingdom Vol. III, Issue 7, July 2015*, Dept. of Management, Faculty of Economics, University of Syiah Kuala, Darussalam, Banda Aceh, Indonesia.
- Sugiono. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.

- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Edisi Revisi 5*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supardi. 1999. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Sutisna. 2008. *Manajemen Pemasaran. Edisi 11*. Jakarta: Indeks.
- Teguh Meiyanto. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Cabang Surakarta*. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Tumpal, Handro. 2012. *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Manajemen UNES. Vol.1.
- Umar, H. 2005. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Utomo, Priyanto Doyo. 2006. *Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telepon Seluler*. Tesis, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Vanessa, Gaffar. 2007. *Customer Relationship Management and Marketing Public Relations*. Bandung: Alfabeta.
- Zikmund, William. G. et.al. 2003. *Integrating Marketing Strategy and Information Technology*. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Zulganef. 2002. *Hubungan Antara Sikap Terhadap Bukti Fisik, Proses, dan Karyawan Dengan Kualitas Keterhubungan, Serta Perannya Dalam Menimbulkan Niat Ulang Membeli dan Loyalitas*. Jurnal Riset dan Manajemen. Vol. 2. No. 3.
- [www.bnisyariah.co.id](http://www.bnisyariah.co.id) diakses pada 3 Juni 2019, pukul 15.20 WIB.