

**PENGARUH *GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG)*, CITRA
PERUSAHAAN DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)*
TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH DI INDONESIA**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU (S1)**

Disusun oleh :

Mohammad Bambang Santoso

NIM : 17108020116

Dosen Pembimbing Skripsi :

Syayyidah Maftuhatul Jannah, SE., M.Sc

NIP : 19920619 00000 2 301

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

2021



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-42/Un.02/DEB/PP.00.9/01/2022

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG), CITRA PERUSAHAAN DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH DI INDONESIA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MOHAMMAD BAMBANG SANTOSO
Nomor Induk Mahasiswa : 17108020116
Telah diujikan pada : Senin, 13 Desember 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Syayyidah Maftuhatul Jannah, SE., M.Sc
SIGNED

Valid ID: 61dbeb83976ec



Penguji I

Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M
SIGNED

Valid ID: 61d79f0438e43



Penguji II

Mahfud Asyari, S.E., M.M.
SIGNED

Valid ID: 61c3d3d398019



Yogyakarta, 13 Desember 2021

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 61de6ab050dda



HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Sdr. Mohammad Bambang Santoso

Kepada,

**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta**

Assalamu'alaikum, Wr. Wb

Setelah Membaca, Meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan sepenuhnya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Mohammad Bambang Santoso

NIM : 17108020116

Judul Skripsi : **Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG), Citra Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Indonesia**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan/ Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

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

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.

Yogyakarta, 30 November 2021

Pembimbing,

Syayyidah Maftuhatul Jannah, SE., M.Sc

NIP: 19920619 00000 2 301

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mohammad Bambang Santoso

NIM : 17108020116

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "*Pengaruh Good Corporate Governance (GCG), Citra Perusahaan dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Bank Syariah di Indonesia*" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan publikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali ada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* dan daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dari karya ini maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi dan digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 2 Desember 2021



Mohammad Bambang Santoso
17108020116



KARTU BIMBINGAN SKRIPSI/ TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : Mohammad Bambang Santoso
NIM : 17108020116
Pembimbing : Syayyidah Maftuhatul Jannah, SE., M.Sc
Judul : Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG),
Citra Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Loyalitas Nasabah
Bank Syariah di Indonesia

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Program Studi : Perbankan Syariah

No.	Tanggal	Konsultasi Ke :	Materi Bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
1.	6 April 2021	I	Konsultasi review jurnal nasional & internasional	
2.	20 April 2021	II	Penyerahan proposal skripsi BAB I – BAB III	
3.	25 April 2021	III	Revisi proposal skripsi	
4.	10 Mei 2021	IV	Revisi Proposal skripsi	
5.	18 Mei 2021	V	ACC Seminar Proposal Skripsi	
6.	20 Mei 2021	VI	Konsultasi kuesioner penelitian	
7.	22 Sept 2021	VII	Konsultasi BAB IV & V	
8.	23 Okt 2021	VIII	Revisi BAB IV & V	
9.	23 Nov 2021	IX	ACC Munaqasyah	

Yogyakarta, 30 November 2021

Pembimbing,

Syayyidah Maftuhatul Jannah, SE., M.Sc
NIP. 19920616 00000 2 30

MOTTO

“Ora PD ora Urip”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Almarhum bapak Sulisman Yakub dan ibu Suwartinah yang selalu mendoakan saya selama ini, membimbing saya dari kecil hingga saat ini, dan selalu memberikan kasih sayang yang tidak ternilai harganya.

Kakak-kakak saya, Mudrikah, Kulil Amri, M.Yunus, Rahayu werdiningsih, Adil budi, Ipnu Triwahyuni, dan Listyo Mirawati yang selalu mendukung saya selama perkuliahan dari memberi dukungan, semangat dan materi. Dan semua keponakan saya yang banyak dan yang lucu-lucu.

Dosen pembimbing Skripsi saya, Ibu Ifta dan Bapak, Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam yang selalu memberi bimbingan, arahan dan membantu skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Teman-teman seperjuanganku Aga, Ahmad, Rasyid, Fauzi, Udin, Syukron, Uun, Balqis, Intan, Indah, Anis yang telah memerikan dukungan, support, hujatan, hiburan dan semuanya selama kuliah ini. Teman-teman kerja di Seblak Nagih yang telah memberikan dorongan agar cepet selesai skripsi ini. Dan seluruh teman-teman PS D Solid dan semua angkatan 2017.

Almamater tercinta UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya baik kesehatan, rezeki dan pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Solawat serta salam selalu tercurahkan kepada baginda nabi Agung Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya.

Penelitian ini merupakan tugas akhir program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga. Setelah melalui proses yang panjang, Alhamdulillah tugas akhir ini dapat selesai meskipun masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna.

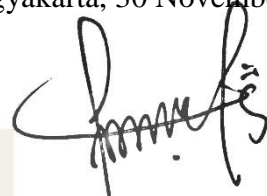
Penulis menyadari bahwa sepenuhnya proses penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dari banyak pihak yang terlibat, baik bimbingan, arahan, dorongan, dan perhatian yang diberikan kepada penulis. Pada kesempatan ini dan dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, M.A., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi., M.M., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

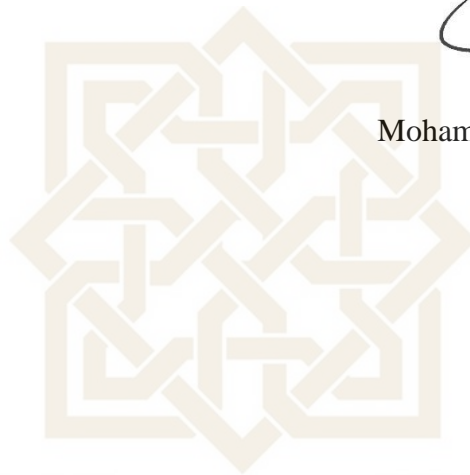
4. Bapak Jauhar Faradis, S.H.I., M.A., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) selama perkuliahan dari awal semester hingga akhir yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan support untuk studi S1 saya.
5. Ibu Syayyidah Maftuhatul Jannah, SE., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah mengarahkan, membimbing dan memberikan saran serta perbaikan atas skripsi saya.
6. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan selama saya menempuh pendidikan S1.
7. Seluruh responden Nasabah Bank syariah di Indonesia yang telah bersedia dan meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner penelitian ini.
8. Seluruh keluarga penulis yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan penuh, baik materil maupun moril guna terselesaikannya skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman Perbankan Syariah 2017 dan teman-teman ku Perbankan syariah D, yang telah bersama-sama menempun pendidikan ini.
10. Teman-teman HMPS Perbankan Syariah, PMII dan Pramuka yang telah memberikan waktu untuk kita bersama-sama mencari pengalaman selama perkuliahan ini. Dan seluruh teman-teman KKN kelompok 101 Sokorini muntilan.
11. Semua yang memberi dukungan dan mendoakan yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Semoga Allah senantiasa membalas semua kebaikan

kalian dengan Karunia-Nya dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. *Amiin Yaa Rabbal Alamiin.*

Yogyakarta, 30 November 2021



Mohammad Bambang santoso



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI/ TUGAS AKHIR.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan.....	5
D. Manfaat.....	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II	8
LANDASAN TEORI.....	8
A. Landasan Teori	8
1. Loyalitas Nasabah	8
2. <i>Good Corporate Governance (GCG)</i>	10
3. Citra Perusahaan.....	15
4. <i>Corporate Sosial Responsibility (CSR)</i>	18
B. Penelitian Terdahulu	21

C. Kerangka Penelitian	27
D. Pengembangan Hipotesis.....	28
BAB III.....	32
METODE PENELITIAN.....	32
A. Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	32
B. Populasi dan Sampel.....	32
C. Metode Pengumpulan Data.....	33
D. Definisi Konsep dan Operasional	34
E. Skala Pengukuran.....	39
F. Metode analisis data.....	39
BAB IV	43
ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN	43
A. Hasil Pengumpulan Data.....	43
B. Karakteristik Responden	43
C. Statistik Deskriptif	48
D. Analisis Outher Model.....	50
E. Uji Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	54
F. Uji Hipotesis.....	55
G. Pembahasan Hasil Penelitian	56
BAB V.....	63
PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan	63
B. Keterbatasan Penelitian dan Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3. 1 Definisi dan Indikator Pengukuran Variabel Dependen.....	35
Tabel 3. 2 Definisi dan Indikator Pengukuran Variabel Inependen.....	36
Tabel 3. 3 Skala Pengukuran	39
Tabel 4. 1 Lama menggunakan Bank Syariah	43
Tabel 4. 2 Respoden berdasarkan jenis kelamin.....	43
Tabel 4. 3 Respoden berdasarkan umur	44
Tabel 4. 4 Tabel berdasarkan persebaran wilayah.....	45
Tabel 4. 5 Respoden berdasarkan pendidikan.....	46
Tabel 4. 6 Respoden berdasarkan jenis pekerjaan.....	47
Tabel 4. 7 Respoden berdasarkan penghasilan perbulan	48
Tabel 4. 8 Hasil Statistik Deskriptif	49
Tabel 4. 9 Outer Loading	51
Tabel 4. 10 Nilai Composite Reability.....	54
Tabel 4. 11 Nilai R-square.....	54
Tabel 4. 12 Hasil Path Coefisient.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian 27



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	69
Lampiran 2 Data Jawaban Responden.....	73
Lampiran 3 Hasil output Microsoft Excel dan SPSS.....	79
Lampiran 4 Hasil Output SmartPLS 3.0	82
Lampiran 5 Dokumentasi.....	86
Lampiran 6 Riwayat Hidup	89



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji tentang penerapan GCG, Citra perusahaan, dan CSR terhadap loyalitas nasabah bank syariah di Indonesia. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode *cluster sampling* pada nasabah bank syariah yang tersebar di seluruh Indonesia, sebanyak 206 responden sebagai sampel dan disebarakan secara online melalui *google form*. Pengujian analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode PLS (*Partial Least Square*) yaitu *SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Perusahaan dan CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas nasabah bank syariah di Indonesia. Sedangkan GCG tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah disebabkan karena beberapa indikator yang memiliki nilai rendah.

Kata kunci : GCG, Citra Perusahaan, CSR, Loyalitas Nasabah, Perbankan Syariah

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This study aims to examine the implementation of GCG, corporate image, and CSR on customer loyalty of Islamic banks in Indonesia. The data collection technique in this study used a cluster sampling method on Islamic bank customers spread throughout Indonesia, as many as 206 respondents as a sample and distributed online via google form. The analytical test used in this study uses the PLS (Partial Least Square) method, namely SmartPLS 3.0. The results of the study indicate that corporate image and CSR have a positive and significant impact on customer loyalty in Islamic banks in Indonesia. Meanwhile, GCG does not have a positive and significant effect on customer loyalty of Islamic banks due to several indicators that have low values.

Keywords: GCG, Corporate Image, CSR, Customer Loyalty, Islamic Banking

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor industri perbankan syariah di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat. Bank syariah adalah lembaga keuangan terdiri dari kegiatan komersial yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan, serta menyediakan jasa pembayaran dan peredaran uang yang diizinkan menurut hukum islam (Muhammad, 2005).

Menurut data literatur OJK per desember 2020 menyatakan bahwa total Bank Umum Syariah (BUS) sebanyak 14 bank dan jumlah Unit Usaha Syariah (UUS) sebanyak 20 bank. Hal tersebut membuktikan bahwa persaingan perbankan syariah di Indonesia semakin kompetitif. Saat ini, literatur keuangan khususnya literatur perbankan mulai memahami perilaku para nasabahnya. Walaupun saat ini teknologi memainkan peran penting pada dunia perbankan, namun para ahli percaya bahwa interaksi atau komunikasi langsung dengan nasabah diperlukan saat melayani nasabah agar para nasabah bisa tetap loyal. Hal-hal sederhana seperti senyum, sapa, salam dapat menciptakan persepsi nasabah dan atau calon nasabah dalam suatu kesempatan. Para nasabah tersebut kini semakin memperhatikan nilai yang ditawarkan oleh bank, dan nilai tersebut diharapkan dapat menjadikan nasabah loyal dan tidak lagi peduli dengan faktor bunga atau kelengkapan

dan kompleksitas produk perbankan yang disediakan oleh bank (Ahmad Faqihudin, dkk; 2020).

Loyalitas nasabah yang tinggi dianggap sebagai pilar terpenting bank syariah, yang membuat mereka tumbuh secara progresif. Hal tersebut membuat perbankan terdorong untuk terus meningkatkan loyalitas kepada nasabah. Dikutip dari Bisnis.com (2020), Menurut Sutan Emir Hidayat Kepala pendidikan dan penelitian KNEKS mengatakan bahwa loyalitas nasabah perbankan syariah saat ini meningkat pesat, para pelaku industri Perbankan Syariah telah berhasil menarik banyak nasabah untuk bertransaksi melalui bank syariah, terbukti dari adanya peningkatan kualitas layanan dan peningkatan program inklusi keuangan syariah.¹ Loyalitas nasabah sendiri merupakan keadaan dimana nasabah secara terus menerus atau tetap melakukan pembelian kepada suatu produk. Hal tersebut dikarenakan loyalitas pelanggan dapat memberikan informasi bagi perusahaan dalam memprediksi produk penjualan dan pembelian yang konsisten. Salah satu factor yang menentukan loyalitas nasabah adalah *Good Corporate Governance* (GCG).

Menurut Hartoto (2021) dikutip dalam Kompas.com menyatakan bahwa perbankan yang telah melakukan prinsip-prinsip *good corporate governance* secara konsisten dan sangat baik akan bisa berinovasi dan mengalami pertumbuhan yang signifikan. Tidak hanya itu, perbankan juga

¹ <https://m.bisnis.com/finansial/read/20200315/231/1213468/loyalitas-nasabah-tinggi-bank-syariah-diyakini-tetap-tumbuh->

harus mempertahankan kinerja, kualitas dan membentuk karakter perbankan yang kuat dan adaptif.² Di sisi lainnya, pesatnya perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah menyebabkan pengetatan daya saing. Hal tersebut menuntut bank untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada *stakeholders*, khususnya nasabahnya agar loyalitas nasabah tetap terjaga. Khusus pada bank syariah, salah satu indikator keberhasilan bank syariah ialah loyalitas nasabah, karena dapat mencegah nasabah enggan menggunakan jasa keuangan lainnya. Hal tersebut akan berdampak positif bagi keberlangsungan kegiatan perbankan syariah yang diharapkan dapat terus tumbuh dan berkembang. (Purnamasari dan Darma, 2015).

Selain itu, Perusahaan harus mampu membangun citra yang baik di dalam perusahaan, yang terdiri dari nama baik, reputasi, dan kompetensi inti, untuk mendukung keputusan pembelian nasabahnya (Alves & Raposo, dalam Mutmainnah, 2017). Banyak pihak yang menyatakan bahwa keberhasilan sebuah perusahaan di tentukan oleh kekuatan perusahaan itu sendiri dalam membangun loyalitas nasabah. Namun perusahaan juga perlu melihat tujuan yang harus dicapai dalam mempertahankan nasabahnya yaitu dengan menjaga loyalitas nasabah. Menurut Nurudin (2018), citra perusahaan merupakan hal yang penting dalam meraih keunggulan di pasar. Perusahaan juga harus membuktikan kepada para nasabahnya bahwa perusahaan tersebut dapat dipercaya untuk bisa terus maju dan berkembang.

² <https://biz.kompas.com/read/2021/02/06/1634393228/bjb-raih-penghargaan-indonesia-good-corporate-governance-award-2021>

Dalam menciptakan suatu *image* perusahaan yang positif bisa dilakukan dengan membuat produk yang istimewa dimata pelanggan dengan cara yang terbaik, melakukan berbagai cara yang bisa menunjukkan *image* positif bank syariah dan memperluas hubungan yang dapat membuat nasabah merasa teristimewakan dan dihargai secara pribadi (Asniyati & Sugama 2021). Dalam keadaan yang kompetitif saat ini, melahirkan nasabah akan setia pada merek menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan, memerlukan waktu dan hanya dicapai dengan cara memuaskan serta mengembangkan citra perusahaan yang baik di benak pelanggan (Ghafoor et al 2012 dalam Zulianti dan Ramadania 2014).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan usaha dan komitmen perusahaan pada *stakeholders*, bertanggung jawab atas dampak kegiatan bisnis perusahaan (Prasetya dan Gayatri, 2016). Menurut Faqihudin, dkk (2020), kegiatan tanggung jawa sosial perusahaan pada bank tidak hanya bermanfaat untuk masyarakat sekitar tetapi juga bermanfaat bagi perbankan, karena adanya kegiatan CSR masyarakat dapat menentukan baik tidaknya kegiatan yang dilakukan oleh bank. Hal ini merupakan salah satu aspek dalam membangun loyalitas nasabah, aspek ini sangat penting atau dapat diartikan sebagai prospek yang menunjukkan bahwa bank memiliki nilai yang baik untuk kegiatan *Corporate Social Responsibility*.

Menurut Virana, (2017) Untuk literatur perbankan saat ini, loyalitas nasabah menjadi sesuatu yang mahal dan penting karena semakin banyak pesaing yang membujuk mereka untuk menawarkan kualitas lebih baik

dengan harga lebih rendah, harga lebih menarik dan memberikan berbagai kemudahan.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis memiliki ketertarikan melakukan penelitian tentang pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG), Citra Perusahaan dan *Corporate sosial responsibility* terhadap Loyalitas nasabah sehingga judul penelitian ini adalah **“Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG), Citra Perusahaan dan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Di Indonesia”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah di Indonesia ?
2. Bagaimana pengaruh Citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah di Indonesia ?
3. Bagaimana pengaruh *Corporate sosial Responsibility* (CSR) terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah di Indonesia?

C. Tujuan

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah di Indonesia.

2. Untuk mengetahui pengaruh Citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah di Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate sosial Responsibility* (CSR) terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah di Indonesia.

D. Manfaat

Setelah menyelesaikan penelitian ini, penulis berharap penelitian ini bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi Akademis

Menambah pengetahuan dan literatur tentang bank syariah untuk pengembangan ekonomi syariah, sehingga bisa dijadikan sebagai referensi penelitian lebih lanjut.

2. Bagi Perbankan Syariah

Berkontribusi pada perbankan syariah serta komunitas bank dalam membangun loyalitas nasabah.

3. Bagi Masyarakat

Mengembangkan ilmu pengetahuan umum terkait tata kelola perusahaan yang baik, citra perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan dan loyalitas nasabah di Perbankan Syariah.

4. Bagi Peneliti

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi berkelanjutan. Sebelum memasuki dunia kerja, dapat menambah pengalaman dan kesempatan pelatihan untuk

memecahkan potensi masalah di masyarakat. Sebagai sarana memperluas pengetahuan terkait industri perbankan.

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang digunakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan landasan teori penelitian yang berkaitan dengan topik penelitian yaitu *Good Corporate Governance*, Citra perusahaan, *Corporate Sosial Responsibility* dan Loyalitas serta telaah pustaka, kerangka berpikir, dan pengembangan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan jenis penelitian, populasi dan sampel, jenis dan metode pengumpulan data, variabel survei, definisi operasional, dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi uraian tentang obyek penelitian, hasil analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, implikasi dan saran dari hasil penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Variabel GCG tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah di Indonesia. Yang berarti bahwa tingginya kepercayaan, layanan, sosialisasi dan profesionalitas bank syariah tidak bisa meningkatkan loyalitas nasabah bank syariah.
2. Variabel Citra terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Yang berarti bahwa jika bank syariah mempunyai citra yang baik maka masyarakat akan lebih percaya terhadap produk dan layanan yang disediakan bank syariah.
3. Variabel CSR terbukti berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Yang berarti bahwa ketika kegiatan yang dilakukan bank syariah baik, akan menarik perhatian calon nasabah serta menumbuhkan intensitas transaksi nasabah di bank syariah baik secara produk maupun jasa.

B. Keterbatasan Penelitian dan Saran

Berikut keterbatasan penulis melakukan penelitian ini:

1. Penelitian ini dilakukan pada masa pandemi covid-19 dan dalam masa PPKM, sehingga dalam pengumpulan datanya hanya sebatas kuesioner yang disebar dengan *google form* melalui internet maupun sosial media berupa instagram, whatsapp, facebook, telegram dll. Dari hal tersebut penulis tidak dapat bertemu langsung atau melakukan

wawancara secara langsung kepada nasabah bank syariah, sehingga data yang didapat hanya sebatas persepsi responden.

2. Dalam persebaran datanya, penulis mempunyai keterbatasan dalam generalisasi wilayah. Dimana persebaran datanya mayoritas hanya dibeberapa provinsi dan sebagian besar kuesioner diisi oleh mahasiswa.
3. Penelitian ini menghasilkan koefisien *adjusted R square* sebesar 0,598 atau 59,8% dan hanya menggunakan 3 variabel independen, sedangkan 40.2% dijelaskan diluar penelitian.

Berikut saran dari penulis, sebagai berikut:

1. Saran yang diberikan penulis bagi penelitian selanjutnya yaitu dalam persebaran datanya diharapkan melakukan wawancara secara langsung agar informasi yang didapatkan bisa sesuai dengan persepsi responden.
2. Penelitian selanjutnya dapat menambah atau mengembangkan variabel dan memperluas sampel penelitian agar hasil yang didapatkan dapat digeneralisasikan secara merata.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

- Abshor, U. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Bank BNI Syariah KCP Sragen). *Skripsi*.
- Adnan, S. M., Hay, D., & J, C. (2018). The influence of culture and corporate governance on corporate social responsibility disclosure: A cross country analysis. *Journal of Cleaner Production*.
- AHMAD, A. K. (2018). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah Dengan Corporate Social Responsibility (Csr) Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Bank Bri Syariah Kcp. Weleri, Kendal). *skripsi*.
- Amalia, R., & Sudiby, A. (2020). Pengaruh Kampanye Public Relations No Straw Movement Terhadap Loyalitas Pengunjung Kona Koffie. *Journal of Creative Communication*.
- Anuraga, G., Sulistiyawan, E., & Munadhiroh, S. (2017). Structural Equation Modeling – Partial Least Square Untuk Pemodelan Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat (Ipkm) Di Jawa Timur. *Seminar Nasional Matematika dan Aplikasinya*.
- Apriyanti, P., Surya, D., & lutfi. (2017). Analisis Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*.
- Asniyati, F., & Sugama, I. K. (2021). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Ella Mandiri Tahun 2019/2020. *Arthaniti Studies*.
- Balqiah, T. E., Setyowardhani, H., & Khairani. (2011). The Influence of Corporate Social Responsibility Activity toward Customer Loyalty through Improvement of Quality of Life in Urban Area. *The South East Asian Journal Of Management*.

- Barus, I. N. (2016). Pengaruh GCG Terhadap Kinerja Keuangan Dengan CSR Sebagai Pemoderasi Di Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*.
- Cahyonowati, N. (2011). Model Moral dan Kepatuhan Perpajakan : Wajib Pajak Orang Pribadi. *JAAI*.
- Faqihudin, A., Asnawi, D., & Pangayow, B. J. (2020). Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (Csr), Corporate Image, Dan Keputusan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Akuntansi & Keuangan Daerah*.
- Husein, A. S. (2015). Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan partial least squares (PLS) dengan SmartPLS 3.0. *Modul ajar jurusan manajemen fakultas ekonomi dan bisnis*.
- Listyaningsih, E., Dewi, R., & Baiti, N. (2018). The Effect Ofgood Corporate Governance On Corporate Social Responsibilitydisclosure On Jakarta Islamic Index. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*.
- Marnelly, T. R. (2012). Corporate Social Responsibility (Csr): Tinjauan Teori Dan Praktek Di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*.
- Muhammad. (2005). *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMPYKPN.
- Muslihati, Siradjuddin, & Syahrudin. (2018). Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Perspektif Ekonomi Islampada Bank Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*.
- Mutmainnah. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*.
- Nurindahyanti, T., Rahman, K., & Murti, G. W. (2020). Pengaruh Zakat Perbankan, Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Bank Umum Syariah (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah di Indonesia yang Terdaftar di OJK Periode 2015-2019). *Akuntansi STIE Muhammadiyah Cilacap*.
- Nurjanah, R., & Mulazid, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan. *Jurnal Muqtasid*.

- Nurudin. (2018). Pengaruh Relationship Marketing, Citra Perusahaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Semarang). *Jurnal Stie Semarang*.
- Octaviani, A., & Rachmawati, L. (2019). Presepsi Nasabah Tentang Kepatuhan Syariah dan GCG terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah KC Surabaya. *Ekonomi Islam*.
- Prasetya, P. J., & Gayatri. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.
- Prasiska, Y. V., Pertiwi, B., Nabila, Y. R., Indah, K., & Safitri, D. (2017). CSR DAN CITRA PERUSAHAAN. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*.
- Prastuti, N. K., & Budiasih², I. G. (2015). Pengaruh Good Corporate Governance Pada Nilai Perusahaan Dengan Moderasi Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.
- PURNAMASARI, I., & DARMA, E. S. (2015). Pengaruh Implementasi Syariah Governance Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Akuntansi & Investasi*.
- Purwanto, A. (2011). Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi & Auditing*.
- Qoyum, A., Mutmainah, L., Setyono, J., & Qizam, I. (2017). The Impact of Good Corporate Governance, Company Size nn Corporate Social Responsibility Disclosure: Case Study of Islamic Banking in Indonesia. *Iqtishadia*.
- Rahmasari, D. (2012). Pengaruh Penerapan CSR terhadap Loyalitas Nasabah dengan Citra Perbankan Dan Sikap Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Bantul). *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Program Studi Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Ramdhaningsih, A., & Utama, I. M. (2013). Pengaruh Indikator Good Corporate Governance Dan Profitabilitas Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.
- Rofiki, A., & Nurhayati. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Sikap Nasabah (Studi Pada Bank Muamalat Kc. Malang). *Journal of Management and Accounting*.

