

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CUSTOMER*
RETENTION DENGAN PENDEKATAN *THEORY OF PLANNED*
BEHAVIOR (TPB) PADA BANK BCA SYARIAH**



SKRIPSI

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

OLEH:

RISKA NUR ASIFA

NIM: 20108020130

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

2024

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CUSTOMER*
RETENTION DENGAN PENDEKATAN *THEORY OF PLANNED*
BEHAVIOR (TPB) PADA BANK BCA SYARIAH**



SKRIPSI

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

OLEH:

RISKA NUR ASIFA

NIM: 20108020130

PEMBIMBING:

Defi Insani Saibil, S.E.I.,M.E.K

NIP. 19881204 201903 1 014

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

2024



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-1850/Un.02/DEB/PP.00.9/12/2024

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CUSTOMER RETENTION*
DENGAN PENDEKATAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (TPB) PADA BANK
BCA SYARIAH

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RISKANUR ASIFA
Nomor Induk Mahasiswa : 20108020130
Telah diujikan pada : Senin, 09 Desember 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 6768ff4953f9e

Ketua Sidang

Defi Insani Saibil, S.E.I., M.E.K
SIGNED



Valid ID: 6762065d6ad29

Penguji I

Dr. Siti Nur Azizah, S.E.I., M.E.I.
SIGNED



Valid ID: 67654ede3c5ff

Penguji II

Farid Hidayat, S.H., M.S.I.
SIGNED



Valid ID: 6768f403ba115

Yogyakarta, 09 Desember 2024

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.
SIGNED

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

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

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Riska Nur Asifa
NIM : 20108020130
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Customer Retention* dengan Pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) pada Bank BCA Syariah

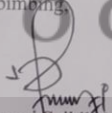
Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang sosial.

Dengan ini saya berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunafikasi. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 25 November 2024

Pembimbing

Mengetahui:
Ketua Prodi.


Defi Insani Saibil, S.E., M.E.K
NIP. 19881204 201903 1 014


Dr. Jeihan Ali Akbar, S.SI., M.E.I
NIP. 19871207 201903 1 009

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riska Nur Asifa
NIM : 20108020130
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Customer Retention* dengan Pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) pada Bank BCA Syariah** adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun.

Yogyakarta, 25 November 2024

Yang menyatakan,



Riska Nur Asifa
RISKA NUR ASIFA
20108020130

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai *civitas* akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Riska Nur Asifa

NIM : 20108020130

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui tidak memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*non-exclusive royalty free tight*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

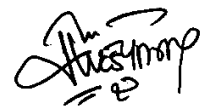
“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Customer Retention* dengan Pendekatan *Theory of Planned Behavior* pada Bank BCA Syariah”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalimedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 25 November 2024

Yang menyatakan



Riska Nur Asifa

20108020130

MOTTO

*“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi allah berjanji bahwa
sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”*

(Q.S Al-Insyirah, 94:5-6)

“Allah first and you never be last”

(Ust. Yassir Maulana Wahid)



PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim skripsi ini saya persembahkan untuk Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Orang tua saya tercinta bapak ahmad safarudin dan ibu Sri Indayati yang senantiasa memanjatkan doa, selalu melindungi saya, merawat, dan mencurahkan kasih sayang dan cintanya kepada anak bungsunya. Serta almh. Ibu Tarmini yang sudah melahirkan saya kedunia. Alhamdulillah jazaa kumullahu khoiro sudah mengantarkan saya sampai ke titik ini. Saya persembahkan karya tulis sederhana dan gelar ini untuk bapak dan ibu tercinta.

Kakak-kakak saya yang telah memberikan dukungan berupa fasilitas-fasilitas yang penulis butuhkan semasa kuliah. Selain itu juga memberikan motivasi sampai penulis bisa menyelesaikan skripsi ini, saya ucapkan terimakasih atas segala arahan dan dukungannya.

Skripsi ini saya persembahkan pada diri sendiri yang sudah mampu bertahan dan menyelesaikan apa yang sudah saya mulai sampai akhir. Ini bukan tahap akhir, tapi tahap awal untuk memulai hal baru lagi. Terimakasih pada diri sendiri yang sudah mau bertahan sampai tahap ini.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan pengalihan tulisan dari satu bahasa ke dalam tulisan bahasa lain. Dalam skripsi ini transliterasi yang dimaksud adalah pengalihan tulisan Bahasa Arab ke Bahasa Latin. Penulisan Transliterasi Arab-Latin dalam skripsi ini menggunakan transliterasi berdasarkan surat Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Berikut merupakan uraian secara garis besar:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

مُتَعَدِّدَة	Ditulis	<i>muta’addidah</i>
عِدَّة	Ditulis	<i>‘iddah</i>

C. Ta'Marbutah

1. Ta'marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

حكمة	Ditulis	<i>hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>jizyah</i>

2. Ta'marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>karāmah al-auliyyā'</i>
----------------	---------	----------------------------

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta'm kedua kata itu berubah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakāh al-fīṭr</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

َ	Fathah	Ditulis	<i>A</i>
ِ	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
ُ	Dammah	Ditulis	<i>U</i>
فَعَلَ	Fathah	Ditulis	<i>fa'ala</i>

ذُكِرَ	Kasrah	Ditulis	<i>Žukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. <i>Fathah + alif</i>	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
2. <i>Fathah + yā' mati</i>	Ditulis	<i>Ā</i>
تنسي	Ditulis	<i>Tansā</i>
3. <i>Kasrah + yā' mati</i>	Ditulis	<i>Ī</i>
كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
4. <i>Ḍammah + wāwu mati</i>	Ditulis	<i>Ū</i>
فروض	Ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. <i>Fathah + yā' mati</i>	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. <i>Fathah + wāwu mati</i>	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek Yang Berurutan Dalam Satu Kata yang Dipisahkan Dengan Apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدْتُ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

- 1) Bila diikuti dengan huruf Qomariyah maka ditulis dengan menggunakan huruf “a”

الْقُرْآن	Ditulis	<i>al-Qurān</i>
الْقِيَاس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

- 2) Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis sesuai dengan huruf pertama syamsiyyah tersebut

السَّمَاء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penyusunan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

- a) Ditulis menurut penulisannya

ذَوِي الْفُرُضِ	Ditulis	<i>ẓawi al-furūd</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>ahl -as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, Taufiq, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Customer Retention dengan Pendekatan *Theory of Planned Behavior* pada Bank BCA Syariah”**. Sholawat serta salam tidak lupa saya panjatkan kepada junjungan Nabi kita Muhammad SAW. Semoga kita termasuk golongan umatnya dan mendapatkan syafaatnya di *yaumul kiyamah*, aamiin.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata 1 Program Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis sangat berterima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan dan dukungan baik berupa moral, materiil, maupun spiritual sehingga penyusunan laporan ini dapat terselesaikan. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, perkenankan penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Noorhadi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., PhD., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Bapak Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Bapak Jeihan Ali Azhar, S.Si., M.E.I., selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
4. Bapak Defi Insani Saibil, S.E.I., M.E.K., selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga skripsi ini selesai.

5. Segenap Bapak-Ibu dosen Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang memberikan ilmu dan pengetahuan selama menempuh bangku perkuliahan
6. Segenap Bapak-Ibu Staf Tata Usaha yang memberikan bantuan administrasi selama perkuliahan
7. Orang Tua tercinta, ribuan terima kasih penulis ucapkan kepada almh. Ibu Tarmini yang telah melahirkan saya, Bapak Ahmad Safarudin, dan Ibu Sri Indayati yang telah memberikan banyak doa, motivasi, dukungan, cinta dan kasih sayang, didikan, pengorbanan serta dukungan moral maupun materi yang dengan tulus diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Kakak-kakak, keponakan, serta keluarga besar yang turut mendoakan, memotivasi penulis dari awal hingga akhir penyusunan skripsi.
9. Sahabat-sahabat saya di masa perkuliahan Yudina Cahya R dan Ayu Yunitasari yang telah menemani, menghibur, menyemangati, dan kebersamai penulis selama bangku perkuliahan hingga saat ini.
10. Sahabat-sahabat saya Fitri, Hani, Mba Khafidia, Mba Icha, Ifah, dan teman teman lain yang tidak bisa disebutkan satu-satu masih mau kebersamai penulis hingga saat ini. Terima kasih untuk segala hiburan serta rangkulan yang diberikan kepada penulis dari dulu hingga sekarang.
11. Semua rekan Perbankan Syariah angkatan 2020 yang selalu kebersamai penulis sejak semester awal. Semoga kita semua sukses meraih cita-cita selama ini.
12. Keluarga KKN 111 Jebres RW 20 yang menjadi kawan seperjuangan selama KKN di Kebumen, terimakasih untuk kenangan yang menyenangkan selama 45 hari disana.
13. Semua pihak yang terlibat dalam membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Sangat besar harapan penulis agar semua dukungan moral serta materi dapat dibalas kebbaikannya oleh Allah SWT dengan keberkahan dan pahala yang berlipat ganda. Penulis sangat berharap terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini agar nantinya dapat memberikan manfaat terutama kepada penulis, pembaca, dan pihak-pihak lainnya. Pada akhir kata, penulis memiliki keinginan yang besar agar skripsi ini juga memberikan edukasi dan pemahaman serta dampak positif untuk membangun perkembangan ilmu pengetahuan. Aamiin Ya Rabbal ‘Aalamiin.

Yogyakarta, 14 Oktober 2024

Penulis,



Riska Nur Asifa
NIM:20108020130



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
ABSTRAK	xx
ABSTRACT	xxi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori	9
1. Customer Retention	9
2. Theory of Planned Behavior (TPB)	15
3. Sikap	17
4. Norma Subjektif	19
5. Kontrol Perilaku.....	21

B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Teoritik.....	30
D. Pengembangan Hipotesis.....	31
BAB III.....	34
METODE PENELITIAN	34
1. Jenis Penelitian	34
2. Definisi Operasional Variabel	34
3. Populasi dan Sampel	37
4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	39
5. Analisis Pengumpulan Data	41
BAB IV	49
HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
B. Deskripsi Karakteristik Responden	49
C. Hasil Analisis Data	57
1. Uji Instrumen Data	57
2. Uji Asumsi Klasik	60
3. Uji Regresi Linier Berganda	64
4. Uji Hipotesis	66
D. Pembahasan Hasil Penelitian	70
1. Pengaruh Sikap Terhadap <i>Customer Retention</i> Nasabah Bank BCA Syariah	70
2. Pengaruh Norma Subjektif Terhadap <i>Customer Retention</i> pada Nasabah Bank BCA Syariah.....	74
3. Pengaruh Kontrol Perilaku Terhadap <i>Customer Retention</i> pada Nasabah Bank BCA Syariah.....	77
BAB V.....	81
PENUTUP.....	81
A. Kesimpulan	81
B. Keterbatasan Penelitian	82
C. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	xxii

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Dependen	35
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Independen	36
Tabel 3.3 Skala Likert	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Asal.....	51
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Nasabah Per Bulan.....	53
Tabel 4.7 Karakteristik Berdasarkan Jasa yang Sering Digunakan.....	54
Tabel 4.8 Karakteristik Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	55
Tabel 4.9 Karakteristik Berdasarkan Transaksi Nasabah dalam Sebulan...	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.12 Kolmogrove Smirnov	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas.....	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	64
Tabel 4.15 Hasil Uji t	67
Tabel 4.16 Hasil Uji F	68
Tabel 4.17 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis.....	70
Tabel 4.18 Jawaban Responden Terhadap Sikap	72
Tabel 4.19 Jawaban Responden Terhadap Norma Subjektif	74
Tabel 4.20 Jawaban Responden Terhadap Kontrol Perilaku.....	78

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Peningkatan Jumlah Nasabah Bank BCA Syariah	2
Gambar 2.1 Model Penelitian	30
Gambar 4.1 Hasil Uji Normal P-Plot	60
Gambar 4.2 Hasil Uji Scatter Plot	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	xxii
Lampiran 2 Data Responden	xxvii
Lampiran 3 Jawaban Responden	xxxvii
Lampiran 4 Hasil Olah Data	lii
Lampiran 5 Curriculum Vitae	cxxxii



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi *customer retention* dengan pendekatan *Theory of Planned Behavior* pada bank BCA Syariah. Metode analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda dengan menggunakan software SPSS 27. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dari responden. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 108 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku berpengaruh secara positif dan signifikan. Sedangkan berdasarkan uji parsial sikap dan kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan variabel norma subjektif tidak berpengaruh terhadap *customer retention* pada nasabah bank BCA syariah. Dengan demikian untuk meningkatkan *customer retention* bank syariah harus menyediakan pengalaman pelanggan yang lebih baik dari segi pelayanan dan fasilitas.

Kata kunci: Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, *Customer Retention*, TPB, Nasabah



ABSTRACT

This study aims to analyse the factors that influence customer retention using the theory of planned behavior approach in BCA Syariah Bank. The method of analysis used is multiple linear analysis using SPSS 27 software. The sampling technique used is purposive sampling. This study uses primary data collected from the respondents. The sample used in this study was 108 respondents. The results of this study show that attitudes, subjective norms, and behavioural control simultaneously have a positive and significant effect. While based on the partial test of attitudes and behavior control, they have a positive and significant effect. Whereas, the subjective norm variable does not affect BCA Syariah Bank customer retention. Thus, to increase customer retention, Islamic banks must provide a better customer experience in terms of services and facilities.

Keywords: Attitude, Subjective Norms, Behavioral Control, Customer Retention, TPB, Customers.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perbankan suatu negara bisa dijadikan tolak ukur perkembangan negara. Hal tersebut terjadi karena peran sektor perbankan mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap kegiatan perekonomian. Dunia perbankan memiliki peranan yang sangat penting, bahkan ada pandangan yang menyatakan bahwa bank adalah faktor utama yang menggerakkan perekonomian suatu negara (Hamidu, 2013). Bank memiliki peran krusial dalam sistem keuangan. Dengan mendukung berbagai pasar keuangan dan memberikan solusi keuangan saat terjadi kegagalan pasar, meskipun ada lembaga lain yang mendukung pasar tersebut. Bank berperan sebagai agen pembangunan dengan menjadi perantara antara pihak-pihak yang memiliki dana sebagai kegiatan produksi. Melalui penyediaan modal bagi pengusaha, sektor riil ekonomi dapat berkembang (Rustandi et al., 2021).

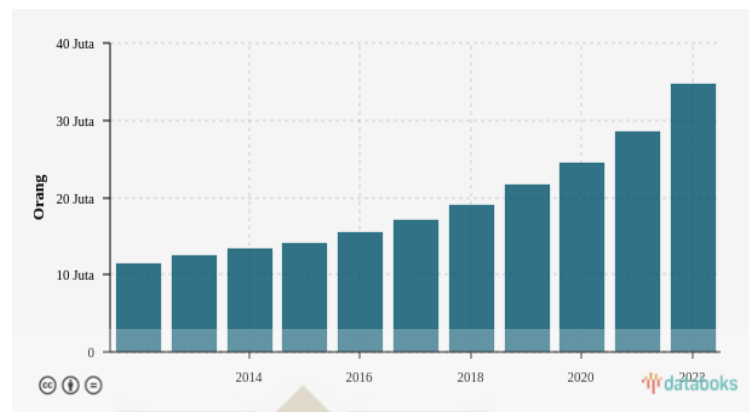
Pada saat ini bank syariah semakin berkembang yang ditunjukkan oleh meningkatnya kesadaran umat muslim tentang riba dalam kegiatan ekonomi. Hal ini membuat banyak nasabah yang beralih ke bank yang menerapkan prinsip syariah (Rustandi et al., 2021). Bank syariah ialah bank yang beroperasi dengan sistem bagi hasil, yang membedakannya dari bank konvensional yang menggunakan sistem suku bunga (Anandarajan et al., 2000). Salah satu bank syariah yang sedang eksis di Indonesia pada saat ini

adalah bank BCA syariah, yang ditunjukkan dengan peningkatan jumlah nasabah setiap tahunnya.

PT Bank BCA Syariah (BCA Syariah) adalah anak perusahaan dari PT Bank Central Asia Tbk., yang mulai beroperasi pada 5 April 2010. BCA Syariah bertujuan untuk menjadi pelopor dalam industri perbankan syariah di Indonesia, dengan fokus pada layanan unggul dalam penyelesaian pembayaran, penghimpun dana, dan pembiayaan bagi nasabah bisnis maupun perorangan. Bank ini menargetkan masyarakat yang mencari produk dan layanan perbankan yang bermutu tinggi dengan akses yang mudah dan transaksi singkat. BCA Syariah memiliki jaringan cabang yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia (BCA Syariah, 2021).

Nasabah bank BCA syariah sepuluh tahun terakhir mengalami peningkatan jumlah nasabah. Peningkatan jumlah nasabah merupakan indikator potensial untuk memperkirakan retensi nasabah di bank. Hal ini menggambarkan daya tarik layanan yang ditawarkan oleh bank BCA syariah berhasil menarik minat nasabah. Namun hal tersebut belum menjamin kesetiaan nasabah (Sari, 2009). Walaupun peningkatan nasabah bukan menjadi indikator utama dalam retensi nasabah, namun peningkatan nasabah ini menjadi acuan bahwa strategi yang digunakan dalam mempertahankan nasabah sudah berhasil (Daga, 2016). Berikut ini peningkatan jumlah nasabah pada bank BCA syariah dalam sepuluh tahun terakhir:

Gambar 1.1 Diagram Peningkatan Jumlah Nasabah Bank BCA Syariah



Sumber: Databoks-Katadata (2022)

Dari gambar diatas bisa dilihat bahwa nasabah bank BCA syariah mengalami peningkatan mulai dari tahun 2012-2022. Peningkatan paling besar berada pada tahun 2021 ke 2022 yaitu mengalami peningkatan nasabah sekitar lima juta nasabah. Tidak heran jika bank BCA syariah mendapatkan beberapa penghargaan salah satunya menjadi juara kinerja bank syariah terbaik 5 tahun berturut-turut yaitu pada tahun 2018-2022 (BCA Syariah, 2021).

Salah satu faktor untuk mempertahankan pelanggan yaitu dengan pelayanan dan fasilitas yang memadai (Zikir et al., 2019). Bank BCA syariah memiliki pelayanan yang baik kepada para nasabahnya terbukti bank Bank BCA syariah pernah mendapatkan penghargaan berupa layanan perbankan syariah terbaik pada tahun 2023. Bank BCA syariah menargetkan nasabah yang menginginkan produk dan layanan perbankan yang berkualitas, yang ditunjang dengan kemudahan akses dan kecepatan transaksi (BCA Syariah, 2021).

Pelayanan jasa bank yang responsif, transparan, dan memprioritaskan kebutuhan pelanggan secara efektif dapat membentuk

keterikatan yang kuat, meningkatkan kepuasan, dan akhirnya mempercepat tingkat *customer retention* dalam jangka panjang (Putri & Rahayu, 2023). Dengan memprioritaskan kebutuhan pelanggan secara efektif, bank dapat lebih baik memahami preferensi dan harapan pelanggan (Allamsyah, 2023). Akibatnya, keterikatan yang kuat terbentuk antara bank dan pelanggan, meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan (Pramudita et al., 2022). Pelanggan yang merasa puas biasanya cenderung lebih loyal dan tingkat retensi pelanggan yang tinggi dapat menciptakan pondasi yang kuat untuk pertumbuhan jangka panjang bagi bank (Muttaqiin et al., 2021).

Customer retention adalah suatu bentuk keterikatan batin antara pelanggan dengan perusahaan yang ditandai dengan pembelian yang terus menerus dan bersifat jangka panjang (Rojab & Purwanto, 2023). Retensi pelanggan merujuk pada kelanjutan hubungan antara pelanggan dan perusahaan dalam konteks bisnis (Eka Tirtawati, 2021). Konsep ini dianggap sebagai salah satu tujuan utama dari layanan karena menunjukkan efektivitas strategi pemasaran yang telah diterapkan. Bagi perusahaan jasa, sangat penting untuk memenangkan persaingan agar pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan (Hedy Syahidah Budiarti, 2023).

Customer retention tidak hanya mencerminkan keberhasilan strategi pemasaran, tetapi juga menjadi faktor penentu keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang, karena loyalitas pelanggan terhadap produk atau layanan secara langsung mendukung kelangsungan hidup perusahaan melalui pembelian berulang dan sikap positif mereka terhadap perusahaan

(Esti et al., 2013). Kesetiaan terhadap suatu produk atau layanan secara tidak langsung berkontribusi pada loyalitas terhadap perusahaan. Loyalitas pelanggan memastikan kelangsungan hidup suatu perusahaan dalam jangka waktu yang panjang (Haryanti & Baqi, 2019). Selama pelanggan merasa dapat memperoleh nilai yang lebih baik dari perusahaan, mereka cenderung akan tetap setia. Konsumen tidak hanya sering membeli produk, namun mereka juga menunjukkan dedikasi dan sikap positif terhadap perusahaan (Wangdra & Sumanti, 2022). Dapat dikatakan retensi pelanggan ditandai dengan nasabah yang membeli produk atau menggunakan layanan secara berulang. Kemudian individu merekomendasikan kepada orang yang ada disekitar mereka. Serta selalu memberikan respon yang positif terhadap produk atau layanan yang digunakan.

Kepuasan konsumen memiliki pengaruh besar terhadap *customer retention* yang menjadi indikator sejauh mana pelanggan loyal terhadap suatu bank atau perusahaan. Retensi adalah strategi yang harus dipertahankan setiap perusahaan untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan, dan hal ini mencerminkan tingkat perpindahan pelanggan dari suatu perusahaan ke perusahaan lain (Istiqomawati et al., 2022). *Customer retention* merupakan bentuk loyalitas yang berkaitan dengan perilaku, yang diukur berdasarkan frekuensi pembelian produk oleh konsumen. Sementara yang dimaksud, loyalitas yaitu ketika pelanggan kembali membeli produk, hal tersebut dapat menjadi bukti bahwa mereka merasa loyal, dengan kata lain loyalitas dapat diartikan seperti sikap,

keyakinan, perasaan, dan keinginan untuk terus melakukan pembelian berlangganan (Yanuar & Munzir, 2019).

Menurut Ramadhani & Imanda Firmantyas Putri Pertiwi, 2023 menyatakan bahwa *Planned Behavior Theory* (TPB) sebagai teori yang menekankan pada perilaku dan keyakinan manusia ketika tujuan berada kendali kesadaran individu. Sikap dan tindakan seseorang tidak hanya ditentukan oleh niatnya, namun dipengaruhi juga oleh faktor lain diluar kendali individu, seperti ketersediaan sumber daya dan peluang untuk bertindak. Teori ini menjelaskan keterkaitan antara keyakinan, sikap, niat, dan perilaku, yang membantu memperdalam pemahaman mengenai proses pengambilan keputusan konsumen. Teori perilaku terencana didasarkan tiga indikator utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Ketiga komponen ini memiliki peran penting dalam membentuk pandangan, sikap, serta kesiapan individu untuk membuat keputusan (Perdana & Hasan, 2018). Sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku menjadi faktor yang memengaruhi proses pengambilan keputusan seseorang (Suryawan, 2019).

Teori TPB menyatakan bahwa niat terbentuk melalui perilaku yang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan perasaan terhadap kemampuan untuk mengendalikan perilaku. Berdasarkan ketiga variabel konsep dalam TPB, dapat disimpulkan bahwa *Teori Planned Behavior* (TPB) merupakan teori konsisten dan relevan untuk digunakan dalam penelitian ini. Hal ini karena fokus penelitian ini adalah untuk memprediksi retensi nasabah dan

retensi nasabah merupakan bentuk perilaku yang dilakukan oleh seorang individu (Ramadhani & Imanda Firmantyas Putri Pertiwi, 2023).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa perbedaan hasil, yaitu pada penelitian (Lasut et al., 2022). (Sucianto & M. Umar Burhan, 2023) variabel sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap, sedangkan pada penelitian (Suryawan, 2019) berpengaruh positif dan tidak signifikan. Kemudian pada penelitian (Lasut et al., 2022; Sucianto & M. Umar Burhan, 2023; Suryawan, 2019) menunjukkan bahwa variabel norma subjektif pengaruh positif dan signifikan. Kemudian pada penelitian (Lasut et al., 2022) menunjukkan bahwa variabel kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan pada penelitian (Lasut et al., 2022; Sucianto & M. Umar Burhan, 2023) menunjukkan bahwa variabel kontrol perilaku tidak berpengaruh pada *customer retention*.

Dari uraian latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan kajian yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *customer retention* pada nasabah bank BCA syariah. Sehingga peneliti menyusun penelitian dengan judul “**Analisis Faktor yang Mempengaruhi *Customer Retention* dengan Pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) pada Bank BCA Syariah**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah sikap berpengaruh terhadap *customer retention* pada nasabah bank BCA syariah?
2. Apakah norma subjektif berpengaruh terhadap *customer retention* pada nasabah bank BCA syariah?
3. Apakah kontrol perilaku berpengaruh terhadap *customer retention* pada nasabah bank BCA syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dikemukakan, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh sikap terhadap *customer retention* pada nasabah bank BCA syariah.
2. Untuk menganalisis pengaruh norma subjektif terhadap *customer retention* pada nasabah BCA syariah.
3. Untuk menganalisis pengaruh kontrol perilaku terhadap *customer retention* pada nasabah bank BCA syariah.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Secara teoritis

- a. Dengan penelitian ini, peneliti dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan dan memperluas cara berpikir ilmiah khususnya dalam hal mempertahankan pelanggan (*customer retention*).
- b. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai bahan pertimbangan untuk selanjutnya yang berkaitan dengan topik serupa. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dan mendorong penelitian-penelitian selanjutnya terkait faktor-faktor yang mempengaruhi *customer retention*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu bank syariah dalam mengembangkan layanan atau jasa perbankan serta menjadi bahan evaluasi terhadap kinerja perbankan syariah selama ini dalam memberikan pelayanan maksimal kepada nasabah.

E. Sistematika Penulisan

Agar pembahasan dapat disajikan secara runtut, sistematis, dan jelas, maka peneliti menyusun kerangka sistematika pembahasan antara lain sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi gambaran umum penelitian yang mencakup alasan peneliti memilih judul, serta memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas landasan teori, penelitian sebelumnya, dan kerangka teoritik. Landasan teori membahas konsep-konsep yang dianggap relevan dan penting oleh penulis untuk penelitian ini, yang digunakan sebagai dasar analisis dan penarikan kesimpulan. Penelitian sebelumnya mencakup hasil-hasil studi terdahulu yang menjadi dasar untuk mengidentifikasi permasalahan dalam penelitian ini. Selain itu, bab ini juga menyajikan pengembangan hipotesis berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, serta menyajikan kerangka teoritik yang akan disajikan dalam bentuk gambar.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai metode penelitian yang digunakan oleh peneliti yang mencakup desain penelitian, populasi dan sampel, sumber

data, teknik pengumpulan data, definisi operasional, serta teknik analisis data yang diterapkan dalam studi ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas gambaran objek penelitian serta hasil analisis yang dilakukan oleh penulis berdasarkan pengolahan data yang telah diperoleh. Pembahasan mencakup analisis deskriptif serta interpretasi hasil penelitian yang mengacu pada teori-teori yang relevan dan penelitian-penelitian terdahulu.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir ini memuat kesimpulan, saran, keterbatasan penelitian, serta rekomendasi yang ditujukan untuk berbagai pihak terkait.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Peneliti telah menjalankan serangkaian tahapan penelitian untuk menganalisis *customer retention* pada nasabah bank BCA syariah dengan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yaitu dengan meneliti menggunakan variabel sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, diperoleh hasil bahwa secara simultan/bersamaan sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku berpengaruh secara positif dan signifikan. Penelitian ini menunjukkan bahwa sikap yang positif, dukungan dari orang-orang sekitar, serta pandangan individu terhadap bank BCA Syariah akan membentuk perilaku keberlanjutan atau *customer retention*. Dengan demikian apabila ketiga faktor ini saling mendukung dan berkontribusi maka akan meningkatkan *customer retention* pada nasabah bank BCA Syariah.

Berdasarkan uji parsial sikap dan kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa sikap positif yang diberikan oleh bank BCA Syariah berupa pelayanan dan fasilitas yang diberikan dan keinginan pada diri nasabah untuk mempertahankan hubungan dengan bank BCA syariah berperan penting dalam keputusan nasabah untuk tetap berlangganan dengan bank BCA Syariah. Sedangkan variabel norma subjektif tidak berpengaruh terhadap *customer retention*

pada nasabah bank BCA syariah. Perkara ini menunjukkan bahwa nasabah bank BCA syariah tidak dipengaruhi oleh lingkungan atau orang sekitar dalam mengambil keputusannya untuk tetap menjadi nasabah bank BCA Syariah. Dengan demikian bank BCA Syariah dapat lebih fokus pada aspek internal dan pengalaman nasabah untuk meningkatkan *customer retention*, tanpa terlalu mengandalkan pengaruh dari lingkungan sosial atau tekanan orang lain.

B. Keterbatasan Penelitian

- a. Jumlah penyebaran kuesioner yang belum merata secara maksimal baik dari jenis kelamin, kelompok usia, dan domisili, sehingga data hanya berpusat pada kelompok tertentu.
- b. Jurnal yang membahas mengenai objek penelitian yaitu bank BCA syariah masih terbatas, sehingga peneliti memiliki kendala dalam tahap pencarian informasi untuk penelitian terdahulu.

C. Saran

- a. Untuk peneliti selanjutnya

Bagi para peneliti yang ingin melaksanakan studi serupa dimasa mendatang, diharapkan untuk memperluas variabel-variabel yang akan diteliti, Teknik penyebaran kuesioner serta target responden. Peneliti selanjutnya juga diharapkan mampu menyempurnakan detail penelitian berupa penambahan informasi terkait objek penelitian, variabel-variabel yang diteliti, maupun penjelasan pendukung lainnya.

b. Untuk perusahaan

Studi ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi bank BCA syariah dalam pengambilan keputusan atau penyusunan kebijakan yang relevan serta dalam mengembangkan perusahaan demi mempertahankan *customer retention* pada nasabahnya. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi praktisi khususnya perbankan, terutama bank syariah, dalam mengoptimalkan potensi yang dimiliki oleh sektor perbankan syariah. Penelitian ini memberikan informasi bahwa potensi nasabah yang banyak harus diimbangi dengan pelayanan dan fasilitas yang memadai agar hasilnya lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianty, N. (2022). Analysis of Community Intentions on Islamic Bank Products Using the Theory of Planned Behavior Approach. *Islamic Economics Journal*, 8(1), 14. <https://doi.org/10.21111/iej.v8i1.8022>
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*.
- Allamsyah, M. R. F. (2023). *Keinginan dan Kebutuhan Sebagai Dasar Perencanaan Konsep Manajemen Pemasaran*. 12.
- Anandarajan, M., Igbaria, M., & Anakwe, U. P. (2000). Technology Acceptance in the Banking Industry: A Perspective From a Less Developed Country. *Information Technology & People*, 13(4), 298–312. <https://doi.org/10.1108/09593840010359491>
- Anugrah, M. S. S., & Fitriandi, P. (2022). Analisis Kepatuhan Pajak Berdasarkan Theory of Planned Behavior. *INFO ARTHA*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.31092/jia.v6i1.1388>
- Arrosyid, A., & Priyojadmiko, E. (2022). *Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Dengan Religiusitas dan Niat Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Keputusan Muzakki Dalam Membayar Zakat*.
- Aslam, E., Bhati, F., Ishfaq, M., & Shabbir, M. S. (2023). *Factors Affecting Customer Retention in Islamic Banks: A Case Study of Pakistan*.
- Batubara, M., Inayah, N., & Siregar, S. M. (2022). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking Syariah Dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sumatera Utara*.
- Bhatti, H. S., Abareshi, A., & Pittayachawan, S. (2016). An Empirical Examination of Customer Retention in Mobile Telecommunication Services in Australia: *Proceedings of the 13th International Joint Conference on E-Business and Telecommunications*, 72–77. <https://doi.org/10.5220/0005951900720077>
- Daga, R. (2016). *Strategi Meningkatkan Kepuasan Nasabah Tabungan pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Hasa Mitra Cabang Makassar*.

- Dagger, T. S., & David, M. E. (2012). Uncovering The Real Effect of Switching Costs on The Satisfaction-Loyalty Association: The Critical Role of Involvement and Relationship Benefits. *European Journal of Marketing*, 46(3/4), 447–468. <https://doi.org/10.1108/03090561211202558>
- Dewi, M. L., & Ronny, R. (2023). The Effect of Theory of Planned Behavior and Customer Relationship Marketing on Mutual Fund Investment Intentions. *Jemasi: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1), 87–102. <https://doi.org/10.35449/jemasi.v19i1.653>
- Eka Tirtawati, D. G. (2021). Keterkaitan antara Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Retensi Pelanggan di Sektor Perbankan. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 4(2), 49–55. <https://doi.org/10.36782/jemi.v4i2.2168>
- Esti, W., Lubis, N., & Wijayanto, A. (2013). *Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Retensi Pelanggan Melalui Kepuasan*.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*.
- hadi, S. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Akuntansi dan Keuangan*. Ekonisia.
- Hamidu, N. P. (2013). *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba pada Perbankan di Bei*.
- Handayani, I. M., & Prasetya, A. Y. (2024). *Analisis Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Retention Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah X di Semarang Barat)*. 8(3).
- Haryanti, N., & Baqi, D. A. (2019). Strategi Service Quality Sebagai Media Dalam Menciptakan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Journal of Sharia Economics*, 1(2), 101–128. <https://doi.org/10.35896/jse.v1i2.72>
- Hedy Syahidah Budiarti, R. (2023). Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen dan Keberhasilan Bisnis. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 405–416. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i2.3763>

- Hutubessy, E. O., Melmambessy, S., & Gomies, S. J. (2024). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Harapan BCA Cabang Ambon*. 3(1).
- Irvani, N. A. (2020). *Pengaruh Keyakinan Agama, Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal*.
- Istiqomawati, R., Quraissy, M., & Widiyastuti, A. (2022). *Pengaruh Switching Cost terhadap Customer Retention di Bank Syariah*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12 Jilid 1 & 2).
- Lasut, K. A. S., Tulung, J. E., & Pandowo, M. H. C. (2022). *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kendali Perilaku Terhadap Niat Konsumen pada Perilaku Berkelanjutan (Studi pada Bank Sulutgo Manado)*.
- Lompoliuw, T. S. M., Pio, R. J., & Runtuwene, R. F. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Customer Retention Di PT. Erafone Mega Mall Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 114. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23707.114-121>
- Lubis, U. K. (2023). *Pengaruh Praktikum Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa*. 4(2).
- Mahanani, P. A. R. (2017). Customer Relations Management sebagai Salah Satu Upaya Public Relations Perusahaan Jasa Perbankan Menciptakan Good Image. *Jurnal ASPIKOM*, 1(6), 551. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i6.58>
- Mahaputra, D. G. K., & Setiawan, P. Y. (2019). Peran Sikap Memediasi Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(12), 7326. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i12.p21>
- Mahyarni, M. (2013). Theory of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal EL-RIYASAH*, 4(1), 13. <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>
- Mashur Razak. (2016). *Perilaku konsumen* (Cetakan 1). Alauddin University Press.
- Maulana Saud, I. (2016). *Pengaruh Sikap dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Whistleblowing Internal-Eksternal dengan Persepsi Dukungan*

- Organisasi Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, 17(2), 209–219. <https://doi.org/10.18196/jai.2016.0056.209-219>
- Muhammad Aldi Saputra & Rini Safitri. (2024). Customer Perceived Value Sebagai Variabel Mediasi pada Pengaruh Service Quality terhadap Customer Retention. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.2526>
- Muttaqiin, N., Rasyid, R. A., & Candraningrat. (2021). *Pengaruh Citra (Images), Kepuasan Konsumen (Customer Satisfaction), Kepercayaan Konsumen (Customer Trust) dan Loyalitas Konsumen (Customer Loyalty) pada Perusahaan Agen Asuransi di Surabaya*.
- Negassa, G. J. (2023). The Impact of Trust and Commitment on Customer Retention: Evidence from the Banking Industry. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 13(5), 164–171. <https://doi.org/10.29322/IJSRP.13.05.2023.p13721>
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Sage Publications, Inc. on Behalf of American Marketing Association*, 33–44.
- Pangastuti, T. U., & Riza, A. F. (2023). *Memprediksi Minat M-Banking Bank Syariah dengan Pendekatan TAM dan TPB: Studi Generasi Milenial di Bantul*. 3(1).
- Perdana, A. A., & Hasan, A. (2018). *Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Persepsi Kontrol Perilaku dan Etika terhadap Whistleblowing Intention dan Perilaku Whistleblowing*.
- Pramudita, D. T., Gunawan, N. F., Ningsih, M. C., & Adilah, R. (2022). *Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Harga dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Priyanto, D. (2008). *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*. MediaKom.
- Putri, A. N. R., & Rahayu, Y. S. (2023). *Customer retention sebagai variabel intervening pada pengaruh relationship quality terhadap loyalitas nasabah tabungan bank syariah*. 11.

- Ramadhani, N. & Imanda Firmantyas Putri Pertiwi. (2023). The Influence of Self Service Technology, Customer Intimacy and Customer Delight on Customer Lotalty With Customer Bonding as An Intervening Variable. *Social Science Studies*, 3(2), 144–164. <https://doi.org/10.47153/sss32.6792023>
- Ratnaningsih, Y. R., & Saptono, E. (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Pembelian Produk Hankuspi: Studi UMKM Wirausaha Wanita di Bekasi*. 27.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- Rizkina, P. (2022). *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku dan Religiusitas Terhadap Niat dan Perilaku Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia di Aceh*.
- Rojab, A. A., & Purwanto, H. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Hambatan Berpindah, Retensi Konsumen Terhadap LoyalitasKonsumen Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Le Minerale. *Jurnal Akuntansi*, 3.
- Rustandi, N., Asrofi, I., & Jamil, I. (2021). *Politik dan Kebijakan Ekonomi Islam di Indonesia Era Reformasi*.
- Saeroji, A., Maskur, A., & Tjahjaningsih, E. (2015). *Pengaruh Norma Subjektif dan Kontrol Prilaku yang Dipersepsikan Terhadap Niat Pinjam Kur Mikro (Studi Pada Nasabah BRI di Pati)*.
- Sakti, R. A. (2020). Pengaruh Perilaku, Norma Subjekif, dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Tabungan iB Amanah di Bank NTB Syariah. R. A.
- Sanyoto, L. M., Herlambang, A. D., & Saputra, M. C. (2018). *Analisis Usability Pada Website Terhadap Tingkat Retensi Pelanggan Pada JD.id Berbasis ISO 9241-11*.
- Sari, H. K. (2009). *Efektivitas Loyalty Program dalam Customer Relationship Management terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. 6.

- Sartika, D. (2020). *Melihat Attitude and Behavior Manusia Lewat Analisis Teori Planned Behavioral*. 4.
- Septifani, R., Achmadi, F., & Santoso, I. (2014). Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Membeli terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13(2), 201–218. <https://doi.org/10.12695/jmt.2014.13.2.6>
- Seto Samiaji, M., & Arundina, T. (2023). Analisis Intensi Masyarakat Muslim di Indonesia dalam Menggunakan Bank Syariah: Integrated Model. *Jurnal Kebijakan Ekonomi*, 18(1), 46–63. <https://doi.org/10.21002/jke.2023.04>
- Shin, Y. H., & Hancer, M. (2016). The role of attitude, subjective norm, perceived behavioral control, and moral norm in the intention to purchase local food products. *Journal of Foodservice Business Research*, 19(4), 338–351. <https://doi.org/10.1080/15378020.2016.1181506>
- Siaputra, H., & Isaac, E. (2020). Pengaruh Attitude, Subjective Norm, dan Perceived Behavior Control Terhadap Purchase Intention Makanan Sehat di Crunchaus Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 9–18. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.9-18>
- Siregar, S. (2015). *Metode penelitian kuantitatif: Dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS*. Prenadamedia Group.
- Sopiyan, P. (2021). Pengaruh Customer Perceived Value dan Switching Barriers Terhadap Customer Retention. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(3), 455–464. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i3.295>
- Sucianto, P. Y. & M. Umar Burhan. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Mahasiswa pada Bank Syariah. *Islamic Economics and finance in Focus*, 2(1), 23–33. <https://doi.org/10.21776/ieff.2023.02.01.03>
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*.
- Sudarti, K., & Ulum, S. B. (2019). Peran Sikap Konsumen Dalam Memediasi Pengaruh Religiusitas dan Reputasi Merek Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 20(2), 48. <https://doi.org/10.30659/ekobis.20.2.48-61>

- Sugiyanto, S., Jatmiko, J., Rahayu, N., & Widayatmoko, D. (2020). *The Evaluation Model of Student Decision in Using Islamic Banking: Theory of Planned Behavior Approach*. <https://doi.org/10.4108/eai.2-10-2018.2295599>
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suharsimi, A. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta.
- Suryani, S., & Koranti, K. (2022). Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Keamanan serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Sikap Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 183–198. <https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i2.5189>
- Suryawan, I. N. (2019). *Faktor – Faktor Yang Menentukan Pilihan Terhadap Jasa Produk Perbankan*. 6(1), 22–31.
- Taneja, S., & Ali, L. (2021). Determinants of customers' intentions towards environmentally sustainable banking: Testing the structural model. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102418. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102418>
- Thurau, H. (2004). *Customer Orientation of Service Employees: Its Impact on Customer Satisfaction, Commitment, and Retention*.
- Tjiptono, F. (2020). *Service management mewujudkan layanan prima*.
- Tomi Angrico & Febsri Susanti. (2023). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Deposito Nasabah Prioritas Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) TBK Kantor Cabang Padang. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(1), 17–31. <https://doi.org/10.55606/jubima.v2i1.2423>
- Vilaningrum, M. A. D. (2024). Niat Beli Produk Hijau dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya Di Indonesia. *Modus*, 36(1), 94–113. <https://doi.org/10.24002/modus.v36i1.8462>

- Wahyudi, R. (2017). Customers Retention Behavior In Banking In The Special Region Of Yogyakarta Province Indonesia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(2). <https://doi.org/10.30651/jms.v2i2.895>
- Wangdra, Y., & Sumanti, K. (2022). *Analisis Faktor-Faktor yang Dapat Mempengaruhi Kepuasan Serta Loyalitas Pelanggan di Portal Belanja E-Commerce*.
- Yanuar, D., & Munzir, M. (2019). Mempertahankan Pelanggan di Tengah Persaingan Bank Syariah di Aceh. *Journal Acta Diurna*, 15(2), 64. <https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2019.15.2.2133>
- Yuliana, Y. (2018). Upaya Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Pendekatan Kualitatif pada Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 2(2), 282–289. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v2i2.68>
- Zainuddin, A. (2021). Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Keperilakuan Terhadap Loyalitas Nasabah Untuk Tetap Menabung di Bank Jatim Capem UWK di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Penelitian Akuntansi*, 14(1), 50–60. <https://doi.org/10.58431/jumpa.v14i1.213>