

**LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA PASCA  
MERGER: ANALISIS TINGKAT KEPERCAYAAN, KUALITAS  
LAYANAN, DAN RELIGIOSITAS**

**SKRIPSI**

Disusun untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Disusun oleh:  
Fauziah Nurhaliza  
1804207

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM  
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG  
2022**

**LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA PASCA  
MERGER: ANALISIS TINGKAT KEPERCAYAAN, KUALITAS  
LAYANAN, DAN RELIGIOSITAS**

Oleh:

Fauziah Nurhaliza

Sebuah Skripsi yang Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

© Fauziah Nurhaliza

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2022

Hak cipta dilindungi undang-undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak secara keseluruhan atau sebagian, dicetak  
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa seizin penulis.

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca Merger: Analisis Tingkat Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Religiositas**” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Juli 2022

Yang Membuat Pernyataan,



**Fauziah Nurhaliza**

NIM 1804207

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Skripsi : **LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH  
INDONESIA PASCA *MERGER*: ANALISIS  
TINGKAT KEPERCAYAAN, KUALITAS  
LAYANAN, DAN RELIGIOSITAS**

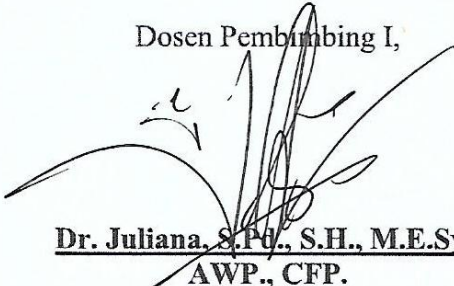
Penyusun : Fauziah Nurhaliza

NIM : 1804207

Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

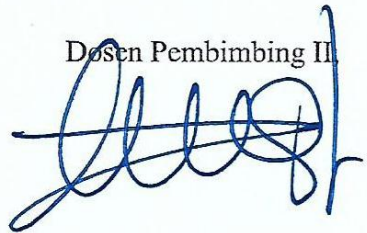
Bandung, Juli 2022

Dosen Pembimbing I,




**Dr. Juliana, S.Pd., S.H., M.E.Sy.,  
AWP., CFP.**  
NIP. 920171219870710101

Dosen Pembimbing II



**Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A.**  
NIP. 198010242005011001

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam


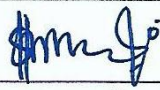



**Dr. Aas Nurasyah, M.Si**  
NIP. 198406072014042001

## LEMBAR ACC PERBAIKAN DRAFT SIDANG SKRIPSI

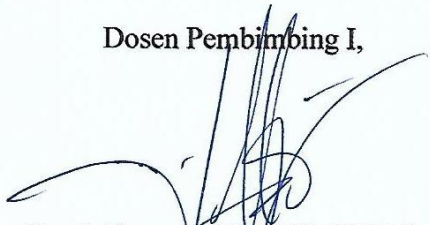
Tanggal Ujian Skripsi : 4 Agustus 2022  
Nama : Fauziah Nurhaliza  
NIM : 1804207  
Judul : **Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia  
Pasca Merger: Analisis Tingkat Kepercayaan,  
Kualitas Layanan, dan Religiositas**

Telah direvisi dan disetujui oleh para penguji skripsi:


No	Penguji Skripsi	Tanda Tangan
1.	Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si.	
2.	Suci Aprilliani Utami, S.Pd., M.E.Sy.	
3.	Fitranty Adirestuty, S.Pd., M.Si.	

Bandung, Agustus 2022

Dosen Pembimbing I,

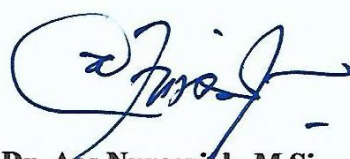
  
**Dr. Juliana, S.Pd., S.H., M.E.Sy.**  
**AWP., CFP.**  
NIP. 92017121 9870710101

Dosen Pembimbing II,

  
**Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A.**  
NIP. 198010242005011001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

  
**Dr. Aas Nurasyiah, M.Si**  
NIP. 198406072014042001

Fauziah Nurhaliza (1804207) “**Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca Merger: Analisis Tingkat Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Religiositas**”, di bawah bimbingan Dr. Juliana, S.Pd., S.H., M.E.Sy., AWP., CFP. dan Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A.

### **ABSTRAK**

Pemerintah melakukan *merger* tiga bank syariah BUMN, yaitu BNIS, BRIS, dan BSM menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Hal ini berdampak pada nasabah yang harus melakukan migrasi rekening dari bank asal ke rekening BSI. Proses migrasi dapat berisiko menimbulkan turunnya loyalitas nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan pengaruh variabel tingkat kepercayaan, tingkat kualitas layanan, tingkat religiositas, dan tingkat citra perusahaan sebagai variabel moderasi terhadap loyalitas nasabah BSI pasca *merger*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan metode analisis PLS-SEM. Alat analisis yang digunakan adalah *SmartPLS* dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 405 responden. Hasil penelitian deskriptif menunjukkan bahwa variabel loyalitas nasabah, tingkat kepercayaan, tingkat kualitas layanan, tingkat religiositas, dan tingkat citra perusahaan berada pada kategori tinggi. Pada hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan dan tingkat religiositas berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah BSI pasca *merger*. Tingkat kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI pasca *merger*. Kemudian, tingkat citra perusahaan tidak memoderasi pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, dan religiositas terhadap loyalitas nasabah BSI pasca *merger*. Namun secara prediktor, citra perusahaan berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah BSI pasca *merger*. Implikasi dari penelitian ini adalah kepercayaan, religiositas, dan citra perusahaan memainkan peran yang sangat penting dalam menumbuhkan loyalitas nasabah BSI.

**Kata Kunci:** Bank Syariah Indonesia, Loyalitas Nasabah, Kepercayaan, Kualitas Layanan, Religiositas, Citra Perusahaan.

Fauziah Nurhaliza (1804207) “**Bank Syariah Indonesia Customer Loyalty After Merger: Analysis of Trust, Service Quality, and Religiosity**”, under the guidance of Dr. Juliana, S.Pd., S.H., M.E.Sy. , AWP., CFP. and Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A.

### **ABSTRACT**

*The government merged three state-owned Islamic banks, namely BNIS, BRIS, and BSM into Bank Syariah Indonesia (BSI). This affected customers of the banks who had to switch their accounts to BSI. In the process, the bank may risks a loyalty decrease of their customers. This research aims to show the influence of variables level of trust, level of service quality, level of religiosity, and level of corporate image, as moderation variable on the loyalty of BSI customers after the merger. The research method used was quantitative method with PLS-SEM analysis method. The tool of analysis used was SmartPLS of which number of samples taken were 405 respondents. The descriptive analysis showed that the variables of customer loyalty, level of trust, level of service quality, level of religiosity, and level of corporate image were in the high category. On the results of the hypothesis test showed that the level of trust and the level of religiosity had a positive effect on the loyalty of BSI customers after the merger. The level of service quality had no effects on the loyalty of BSI customers after the merger. Moreover, the level of corporate image did not moderate the influence of trust, quality of service, and religiosity on the loyalty of BSI customers after the merger. However, predictably, the corporate image directly affects the loyalty of BSI customers after the merger. The implication of this research is that trust, religiosity, and corporate image play a very important role in increase BSI customers loyalty.*

**Keywords:** Bank Syariah Indonesia, Customer Loyalty, Trust, Quality of Service, Religiosity, Corporate Image.

## KATA PENGANTAR



*Alhamdulillah* rabbil ‘alamin, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah *subhanahu wa ta'ala* yang telah memberikan nikmat sehat sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan lancar. Dan tak lupa selawat kepada Nabi tercinta yakni Nabi Muhammad saw. Skripsi ini disusun dengan judul **“Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca Merger: Analisis Tingkat Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Religiositas”**.

Penyusunan skripsi ini tersaji dengan disertai bantuan dari berbagai pihak baik yang terlibat langsung maupun tidak langsung dan tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu menyelesaikan pembuatan skripsi ini. Dalam menyusun skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dan dapat dijadikan bahan koreksi untuk memperbaiki penyusunan skripsi ini.

Bandung, Juli 2022

Fauziah Nurhaliza



## UCAPAN TERIMA KASIH

*Alhamdulillahirabbil 'aalamiin* puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanahu wa ta'ala* yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dengan lancar. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah limpah pada baginda Nabi Muhammad saw., begitu pula kepada keluarganya, sahabatnya, serta seluruh umat yang setia mengikutinya ajarannya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam penyelesaian skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak yang telah berkenan memberikan pengarahannya, bantuan, dan dukungan moril maupun materiil. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur, ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Aas Nurasyiah, S.Pd., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah banyak memberikan inspirasi kepada penulis, membantu, mengarahkan, membimbing, dan memfasilitasi kelancaran studi sehingga penulis mampu menyelesaikan kewajibannya sebagai Sarjana Ekonomi di Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam. Terima kasih banyak untuk segala perhatian dan perjuangannya dalam mengharumkan Prodi IEKI. Semoga Allah *subhanahu wa ta'ala* senantiasa melimpahkan keberkahan serta kebahagiaan kepada ibu dan keluarga.
2. Bapak Dr. Juliana, S.Pd., S.H., M.E.Sy., AWP., CFP. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan pada proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih selalu memberikan motivasi dan menjawab setiap pertanyaan. Semoga Allah *subhanahu wa ta'ala* senantiasa melimpahkan keberkahan serta kebahagiaan kepada bapak dan keluarga.
3. Bapak Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan motivasi, serta dukungan selama proses penyusunan proposal hingga akhir skripsi. Terima kasih atas segala kebaikan dan perhatian bapak dalam membimbing, semoga

Allah *subhanahu wa ta'ala* senantiasa melimpahkan keberkahan serta perlindungannya untuk bapak dan keluarga.

4. Bapak Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis. Terima kasih atas perhatian yang Bapak berikan, serta selalu memaklumi dan memaafkan semua kesalahan penulis selama masa perkuliahan ini. Semoga bapak dilimpahkan keberkahan serta kebahagiaan dunia dan akhirat oleh Allah *subhanahu wa ta'ala*.
5. Bapak Firmansyah, S.Pd., M.E.Sy. selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis pada semester 1 hingga semester 4. Terima kasih atas perhatian yang Bapak berikan, serta selalu memaklumi dan memaafkan semua kesalahan penulis selama masa perkuliahan ini. Semoga bapak dilimpahkan keberkahan serta kebahagiaan dunia dan akhirat oleh Allah *subhanahu wa ta'ala*.
6. Segenap Dosen Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam: Ibu Dr. Aas Nurasyiah, S.Pd., M.Si., Bapak Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si., Bapak Dr. Juliana, S.Pd., S.H., M.E.Sy., Ibu Dr. Hilda Manoarfa, S.E., M.Si., Ibu Aneu Cakhyaneu, S.Pd. M.E.Sy., Ibu Suci Apriliani S.Pd., M.E.Sy., Ibu Rida Rosida, B.S., M.Sc., Ibu Fitrianty Adirestuty, S.Pd., M.Si., Ibu Rumaisah Azizah Al Adawiyah, M.Sc., Bapak Firmansyah, S.Pd., M.E.Sy., dan Bapak Ripan Hermawan, S.S., S.H., MA. selaku dosen pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah memberikan banyak ilmu bermanfaat, pengajaran yang sangat berharga dan *support* dalam berbagai kegiatan bagi penulis sejak awal perkuliahan hingga akhir studi.
7. Ibu Lela dan Pak Hamidin selaku *staff* administrasi Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah membantu penulis dalam mengurus surat-surat dan administrasi lainnya untuk keperluan akademik selama penulis melakukan kegiatan perkuliahan. Semoga Allah *subhanahu wa ta'ala* senantiasa memberikan keberkahan serta kebahagiaan.
8. Kepada 405 responden yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu dan memberikan kontribusi dalam pengisian kuesioner penelitian sehingga memudahkan serta menyukseskan penulis dalam penyusunan skripsi ini.

9. Almarhum bapak tercinta, Bapak Waryono yang sudah berpulang ketika penulis baru menginjak semester 1. Terima kasih sudah senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dukungan, motivasi, serta arahan yang tiada henti hingga akhir hayat. Terima kasih telah menjadi sosok bapak yang luar biasa. Semoga bapak bahagia dan selalu dalam lindungan Allah *subhanahu wa ta'ala*.
10. Mamah tercinta, Mamah Yuliasih, yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dukungan, motivasi, serta arahan yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam. Terima kasih sudah saling menguatkan dan berjuang bersama. Semoga mamah selalu dalam lindungan Allah *subhanahu wa ta'ala*, diberikan kesehatan, keberkahan, dilapangkan rezekinya, dipanjangkan umurnya, serta mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat.
11. Kedua adik tersayang, Sabrina Nurul Aisyah dan Muhammad Luthfi Fadlurrohman yang selalu memberikan semangat dan energi positif. Semoga bina dan upi selalu diberikan keberkahan, dilapangkan rezekinya, diberikan kesehatan, serta kebahagiaan disetiap harinya.
12. Keluarga besar Dawimah dan Saeni yang selalu kebersamai, memberikan dukungan, dan semangat kepada penulis. Semoga selalu diberikan keberkahan oleh Allah *subhanahu wa ta'ala*.
13. Sahabat seperjuangan dari awal masa perkuliahan yaitu IWAPI, Aisyah, Sandra, Ajeng, Maghfirah, Tia, Aliza, dan Desti yang telah menjadi tempat berbagi cerita baik dalam keadaan suka maupun duka, memberi dukungan, memotivasi, menghibur dan menciptakan kenangan yang sangat indah di masa perkuliahan. Terima kasih sudah menjadi bagian hidup penulis hingga saat ini. *I can't find any other way to explain how much help you guys have given. I don't know what I would do without you guys.*
14. Terima kasih untuk Angga Adytya yang selalu mendengarkan keluh kesah serta memberikan dukungan, semangat, dan kebahagiaan untuk penulis. *My deepest thank you for everything you have done for me all this time.*

15. Terima kasih untuk Sandra, Aisyah, Liani, Ismi, Disya, Teh Nispi Adila, dan Teh Amelia Putri yang telah meluang waktunya untuk menjawab setiap pertanyaan tentang penulisan skripsi ini. Semoga kalian dilimpahkan keberkahan, kebahagiaan, serta dilancarkan segala urusannya.
16. Sahabat lain semasa kuliah yaitu Ecot Skwadh, Dimas, Relly, Rifky, Idon, Salman, Faiz, Ilham, dan Galih yang telah memberikan warna di masa perkuliahan. Terima kasih sudah menjadi bagian dari cerita perjalanan penulis hingga sampai saat ini.
17. Sahabat SMP, Fadilla, Vira, Epril, Kiew, dan Regi. Terima kasih atas semua *support* serta candaan yang selalu bisa membuat penulis bahagia. Semoga kalian selalu dilancarkan dan diberi perlindungan dalam setiap kegiatan.
18. Sahabat SMA, Amel, Novya, Tsani, Ivan, Ars, Reyhan, Rifki, Goldi, dan Afrizal. Terima kasih sudah menemani dan berjuang bersama. Terima kasih atas semua *support* serta candaan yang selalu bisa membuat penulis bahagia. Semoga kalian dilancarkan dan diberi perlindungan dalam setiap kegiatan. Semangat menyusun skripsi juga ya.
19. Terima kasih kepada teman-teman terdekat, Hanna, Putty, Nurul, Nahda, Ai Septiyani, Hasya, Anne, Anisa, Riska, Vanya, Al-Hafis, Ipan, dan yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih sudah menjadi bagian dari cerita perjalanan penulis hingga sampai saat ini. Banyak sekali kenangan yang tidak akan penulis lupakan bersama kalian semua. Sukses selalu ya teman-teman.
20. Terima kasih kepada Alliena, Hartini, Teh Lusy, Milzam, Reihan, dan Isan yang senantiasa memberi dukungan dan kebaikan bagi penulis dalam berbagai hal. Semoga kalian selalu dilancarkan dan diberi perlindungan oleh Allah *subhanahu wa ta'ala*.
21. Keluarga Besar IEKI khususnya angkatan 2018 yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu. Terima kasih telah memberikan banyak kenangan, pelajaran, dan cerita selama perkuliahan. Sukses dan bahagia selalu untuk kalian semua. Semoga kalian semua bahagia di dunia maupun akhirat.
22. Keluarga Besar Departemen Minat dan Bakat BEM HIMA IEKI 2019 dan 2020. Terima kasih telah memberikan banyak kenangan serta pembelajaran

selama masa berorganisasi. Semoga setiap kegiatan yang telah kita lakukan menjadi sebuah pelajaran. Sukses selalu ya teman-teman.

23. Terima kasih kepada sahabat DPM HIMA IEKI 2021. Terima kasih telah memberikan banyak kenangan serta pembelajaran selama masa berorganisasi. Semoga setiap kegiatan yang telah kita lakukan menjadi sebuah pelajaran. Sukses dan bahagia selalu untuk kalian semua.
24. Terima kasih juga untuk kakak tingkat 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 dan adik-adik 2019, 2020 dan 2021 yang sudah banyak memberikan pelajaran dan pengalaman yang sangat menyenangkan. Semoga kalian selalu dimudahkan dalam setiap kegiatan oleh Allah *subhanahu wa ta'ala*
25. Terima Kasih untuk Tim Bank Syariah Indonesia KCP Buah Batu 3, Bu Farida, Bu Neni, Bu Rere, Bu Yuli, Pak Panji, Bu Putri, Pak Arief, Bu Dea, Bu Rissa, Pak Rian yang telah memfasilitasi penulis untuk melaksanakan program magang. Banyak sekali ilmu dan pengalaman yang didapatkan. Semoga Bapak dan Ibu selalu diberi kelancaran di setiap urusannya.
26. Terima kasih untuk semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan semangat, dukungan dan doanya untuk penyelesaian skripsi ini.
27. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wana thank me for never quitting. I wanna thank me for always being a giver and try to give more than I receive. I wanna thank me for trying to do more right than wrong. I wanna thank me for just being me at all the times.*

Penulis sangat berterima kasih yang sebesar-besarnya pada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan berupa doa, nasihat, semangat, dan senantiasa membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. *Jazakumullah Khairon Katsiran*. Semoga Allah *subhanahu wa ta'ala* memberikan sebaik-baiknya balasan dunia maupun akhirat yang berlipat ganda atas amalan dan bantuan yang telah diberikan dalam penyelesaian skripsi ini.

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH .....	iv
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN, DAN HIPOTESIS PENELITIAN .....	11
2.1 Tinjauan Pustaka .....	11
2.1.1 Konsep Loyalitas Nasabah .....	11
2.1.2 Konsep Kepercayaan .....	13
2.1.3 Konsep Kualitas Layanan .....	15
2.1.4 Konsep Religiositas .....	18
2.1.5 Konsep Citra Perusahaan .....	20
2.2 Penelitian Terdahulu .....	22
2.3 Kerangka Teoretis .....	32
2.3.1 Keterkaitan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca <i>Merger</i> .....	32
2.3.2 Keterkaitan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca <i>Merger</i> .....	33
2.3.3 Keterkaitan Religiositas terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca <i>Merger</i> .....	35
2.3.4 Keterkaitan Citra Perusahaan Memoderasi Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca <i>Merger</i> .....	36
2.3.5 Keterkaitan Citra Perusahaan Memoderasi Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca <i>Merger</i> .....	37

2.3.6 Keterkaitan Citra Perusahaan Memoderasi Religiositas terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca <i>Merger</i> .....	38
2.4 Hipotesis Penelitian .....	40
BAB III OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN .....	41
3.1 Objek Penelitian.....	41
3.2 Metode Penelitian .....	41
3.3 Desain Penelitian .....	42
3.4 Definisi Operasionalisasi Variabel .....	42
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian.....	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	46
3.6.1 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.6.2 Instrumen Penelitian .....	47
3.7 Uji Instrumen Penelitian .....	48
3.8 Teknik Analisis Data .....	52
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	52
3.8.2 Analisis <i>Partial Least Square - Structural Equation Modeling</i> (PLS-SEM) .....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	62
4.1 Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia .....	62
4.2 Karakteristik Responden.....	63
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	64
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	65
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Per Bulan.....	66
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Pulau .....	66
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Bank Asal .....	68
4.3 Hasil Penelitian Deskriptif.....	68
4.3.1 Tingkat Kepercayaan (X1).....	68
4.3.2 Tingkat Kualitas Layanan (X2) .....	74
4.3.3 Tingkat Religiositas (X3).....	80
4.3.4 Tingkat Citra Perusahaan (Z).....	85
4.3.5 Loyalitas Nasabah (Y) .....	91

4.4 Analisis Data dengan <i>Partial Least Square - Structural Equation Modeling</i> (PLS-SEM) .....	96
4.4.1 Pengujian <i>Outer Model</i> (Evaluasi Model Pengukuran Reflektif).....	96
4.4.2 Pengujian <i>Inner Model</i> (Evaluasi Model Struktural).....	101
4.5 Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Penelitian .....	105
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI .....	119
5.1 Simpulan .....	119
5.2 Implikasi dan Rekomendasi.....	121
DAFTAR PUSTAKA .....	125
LAMPIRAN .....	134



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	42
Tabel 3.2	Skala Ukuran Semantik Diferensial .....	48
Tabel 3.3	Skala Pengukuran Kategori.....	48
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 3.5	Hasil Uji Reabilitas <i>Guttman Split-half</i> .....	51
Tabel 3.6	Hasil Uji Reabilitas <i>Cronbach's Alpha</i> .....	52
Tabel 4.1	Rata-rata Skor berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Tingkat Kepercayaan.....	69
Tabel 4.2	Kategori Variabel Tingkat Kepercayaan untuk Skor Tiap Item Pertanyaan .....	72
Tabel 4.3	Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat Kepercayaan .....	72
Tabel 4.4	Kategori Variabel Tingkat Kepercayaan untuk Skor Variabel .....	73
Tabel 4.5	Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat Kepercayaan Tiap Responden .....	73
Tabel 4.6	Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Kepercayaan .....	74
Tabel 4.7	Rata-rata Skor berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Tingkat Kualitas Layanan .....	74
Tabel 4.8	Kategori Variabel Tingkat Kualitas Layanan untuk Skor Tiap Item Pertanyaan .....	77
Tabel 4.9	Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat Kualitas Layanan .....	78
Tabel 4.10	Kategori Variabel Tingkat Kualitas Layanan untuk Skor Variabel...	78
Tabel 4.11	Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat Kualitas Layanan Tiap Responden .....	79
Tabel 4.12	Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Kualitas Layanan .....	79
Tabel 4.13	Rata-rata Skor berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Tingkat Religiositas.....	80
Tabel 4.14	Kategori Variabel Tingkat Religiositas untuk Skor Tiap Item Pertanyaan .....	83
Tabel 4.15	Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat Religiositas .....	83
Tabel 4.16	Kategori Variabel Tingkat Religiositas untuk Skor Variabel .....	84
Tabel 4.17	Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat Religiositas Tiap Responden .....	84
Tabel 4.18	Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Religiositas .....	85
Tabel 4.19	Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Citra Perusahaan.....	86
Tabel 4.20	Kategori Variabel Tingkat Citra Perusahaan untuk Skor Tiap Item Pertanyaan .....	88
Tabel 4.21	Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Citra Perusahaan...	89
Tabel 4.22	Kategori Variabel Tingkat Citra Perusahaan untuk Skor Variabel ....	89

Tabel 4.23 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Citra Perusahaan Tiap Responden .....	90
Tabel 4.24 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Citra Perusahaan .....	90
Tabel 4.25 Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Loyalitas Nasabah .....	91
Tabel 4.26 Kategori Variabel Tingkat Loyalitas Nasabah untuk Skor Tiap Item Pertanyaan .....	94
Tabel 4.27 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Loyalitas Nasabah	94
Tabel 4.28 Kategori Variabel Tingkat Loyalitas Nasabah untuk Skor Variabel..	95
Tabel 4.29 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Loyalitas Nasabah Tiap Responden .....	95
Tabel 4.30 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Loyalitas Nasabah.....	96
Tabel 4.31 Nilai <i>Loading Factors</i> .....	97
Tabel 4.32 Nilai <i>Cross Loading</i> .....	98
Tabel 4.33 Nilai <i>Fornell Lacker Criterion</i> .....	99
Tabel 4.34 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> .....	100
Tabel 4.35 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reability</i> .....	100
Tabel 4.36 Nilai <i>R-Square</i> ( $R^2$ ) .....	101
Tabel 4.37 Nilai <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF) .....	102
Tabel 4.38 Nilai <i>F-Square</i> ( $F^2$ ).....	103
Tabel 4.39 Hasil <i>Path Coefficients</i> .....	106

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Total Aset BSI Sebelum dan Sesudah <i>Merger</i> .....	3
Gambar 2.1 Kerangka Teoretis .....	39
Gambar 3.1 Tahapan Pengujian PLS-SEM.....	55
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	65
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	65
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Per Bulan .....	66
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Pulau.....	67
Gambar 4.7 Jumlah Penduduk Berdasarkan Pulau .....	67
Gambar 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Bank Asal .....	68
Gambar 4.9 Output Model Penelitian PLS-SEM.....	105

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdu, R. (2018). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Corporate Image Pada PT AHM di Kota Bandung Tahun 2017. *e-Proceeding of Applied Science*, 4(2), 321–332.
- Agustina, I. M. (2018). Pengaruh Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 6(2), 194. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v6i2.2940>
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behaviour*. Academic Press Inc.
- Alamgir Hossain, M., Nirufer Yesmin, M., Jahan, N., & Kim, M. (2021). Effects of service justice, quality, social influence and corporate image on service satisfaction and customer loyalty: Moderating effect of bank ownership. *Sustainability (Switzerland)*, 13(13). <https://doi.org/10.3390/su13137404>
- Alamsyah, H. (2015). *Perkembangan dan Prospek Perbankan Syariah Indonesia: Tantangan Dalam Menyongsong MEA 2015*. (April 2012), 1–8. Diambil dari [https://www.academia.edu/download/54941656/Perbankan\\_1.pdf](https://www.academia.edu/download/54941656/Perbankan_1.pdf)
- Alfi, A. N. (2020). Masa Pandemi, Dana Kelolaan Nasabah Prioritas BNI Syariah Tetap Tumbuh. Diambil 25 Juni 2022, dari Bisnis Indonesia website: <https://finansial.bisnis.com/read/20201227/90/1335717/masa-pandemi-dana-kelolaan-nasabah-prioritas-bni-syariah-tetap-tumbuh#:~:text=Pertumbuhan DPK ini didorong oleh,sebesar 3%2C3 juta rekening.>
- Alhanatleh, H. M. (2021). The effect of electronic banking services usage on clients electronic loyalty. *International Journal of Human Capital in Urban Management*, 6(4), 461–476. <https://doi.org/10.22034/IJHCUM.2021.04.08>
- Alhusain, A. S. (2021). Bank Syariah Indonesia: Tantangan dan Strategi dalam Mendorong Perekonomian Nasional. *EKONOMI DAN KEBIJAKAN PUBLIK DPR RI, XIII*(3).
- Alidia, F. (2018). Body Image Siswa Ditinjau dari Gender. *Jurnal Tarbawi: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 14(02), 79–92.
- Alrubaiee, L. (2011). The Mediating Effect of Patient Satisfaction in the Patients' Perception of Healthcare Quality-Patient Trust Relationship. *Journal of Marketing Studies*, 3(1), 103–127.
- Alvarez-González, P., & Otero-Neira, C. (2020). The effect of mergers and acquisitions on customer–company relationships: Exploring employees' perceptions in the Spanish banking sector. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 406–424. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2019-0058>
- Amah, N., Maghfiroh, A. K., & Ayera, A. (2019). Determinant of Customer Loyalty at Bank Syariah Indonesia. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 3(4), 527–542.
- Anam, K. (2021, Desember 9). BSI Sabet 3 Penghargaan di Penghujung 2021. Diambil 9 Agustus 2022, dari CNBC Indonesia website: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20211209102911-17-297872/bsi-sabet-3-penghargaan-di-penghujung-2021>
- Andesra, Y. (2019). Peran Kualitas Pelayanan Dalam Membangun Kepercayaan Dan

- Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Simpang Empat. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 4(2), 138–150. <https://doi.org/10.31846/jae.v4i2.157>
- Anggorawati, R. D., Budiyanto, B., & Utami, E. M. (2021). Efek Corporate Social Responsibility pada Brand Equity Dimediasi Corporate Image dan Brand Awareness. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 53–74. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i1.5730>
- Anna, L. K. (2017). Mengapa Wanita Lebih Loyal di Satu Kantor? Diambil 1 Juli 2022, dari [kompas.com](https://lifestyle.kompas.com/read/2014/02/24/1603288/Mengapa.Wanita.Lebih.Loyal.di.Satu.Kantor) website: <https://lifestyle.kompas.com/read/2014/02/24/1603288/Mengapa.Wanita.Lebih.Loyal.di.Satu.Kantor>.
- 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*, 1(2), 159–166. Diambil dari <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRBM>
- Arista, D., & Sri, R. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Aset*, 13(1), 37–45. <https://doi.org/1693-928X>
- Asih, D., Setini, M., Dharmmesta, B. S., & Purwanto, B. M. (2020). Religiosity and spirituality: Conceptualization, measurement and its effect on frugality. *Management Science Letters*, 10(16), 4023–4032. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.7.007>
- Aulia, M. R., & Hafasnuddin. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan, dan Religiusitas terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(1), 108–121. Diambil dari <http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/16370>
- Awaliyah, N. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Nasabah BSI Pengguna Aplikasi BSI Mobile di DKI Jakarta. *Management Analysis Journal*, 6(2).
- Badan Pusat Statistik. (2021). Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin 2021. Diambil 25 Juni 2022, dari Badan Pusat Statistik website: [https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view\\_data\\_pub/0000/api\\_pub/YW40a21p dTU1cnJxOGt6dm43ZEdoZz09/da\\_03/1](https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_pub/YW40a21p dTU1cnJxOGt6dm43ZEdoZz09/da_03/1)
- Badan Pusat Statistik. (2022). Proyeksi Penduduk menurut Provinsi, 2010-2035. Diambil 25 Juni 2022, dari [bps.go.id](https://www.bps.go.id) website: <https://www.bps.go.id/statictable/2014/02/18/1274/proyeksi-penduduk-menurut-provinsi-2010---2035.html>
- Bank Syariah Indonesia. (2021a). Migrasi Rekening BSI. Diambil 2 Januari 2022, dari [bsimobile.co.id](https://bsimobile.co.id) website: <https://bsimobile.co.id/migrasi-rekening-bsi/>
- Bank Syariah Indonesia. (2021b). Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia. Diambil 12 Mei 2022, dari [bankbsi](https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html) website: [https://ir.bankbsi.co.id/vision\\_mission.html](https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html)
- Batin, M. H. (2019). Pengaruh Citra Bank, Kualitas Layanan, Kepercayaan Nasabah, Penanganan Keluhan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumsel Babel Kantor Capem Syariah UIN Raden Fatah Palembang. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 5–14.

- BSI. (2022). Laporan Tahunan 2021: Energi Baru untuk Indonesia. *PT Bank Syariah Indonesia, Tbk.*
- Chandra, E. (2021, September 15). Corporate Action. Diambil 23 Maret 2022, dari finansialku.com website: <https://www.finansialku.com/tindakan-korporasi/>
- Damayanti, E., Rahayu, A., & Juliana, J. (2018). Impact of Knowledge of Sharing Ratio and Family Religiousity Environment to Customer Decision: Survey on Bank BRI Syariah KCP Bandung Kopo. *ICIEBP 2017 - 1st International Conference on Islamic Economics, Business and Philanthropy*, (Iciebp 2017), 235–239. <https://doi.org/10.5220/0007080002350239>
- Destiani, N. A., Juliana, J., & Cakhyaneu, A. (2021). Islamicity Performance Index Dalam Meningkatkan Profitabilitas Bank Syariah Indonesia. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, *XII*(3), 301–312.
- Devila, R., Ma"mun, S., & Ansar, A. (2017). Marketing mix: effects of service quality and consumer behavior on loyalty. The mediating role of customer satisfaction. *Quest Journals Journal of Research in Business and Management*, *4*(12), 2347–3002. Diambil dari [www.questjournals.org](http://www.questjournals.org)
- Dinh, H. P., Van Nguyen, P., Trinh, T. V. A., & Nguyen, M. H. (2022). Roles of religiosity in enhancing life satisfaction, ethical judgements and consumer loyalty. *Cogent Business and Management*, *9*(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.2010482>
- Doney, P. M. (1997). *An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships*. *61*(April), 35–51.
- Dzulfaroh, A. N. (2021). Nasabah Kaget Rekening Termigrasi Otomatis ke Rekening Bank Syariah Indonesia. Diambil dari [kompas.com](https://www.kompas.com/tren/read/2021/08/10/192900265/nasabah-kaget-rekening-termigrasi-otomatis-ke-rekening-bank-syariah?page=all) website: <https://www.kompas.com/tren/read/2021/08/10/192900265/nasabah-kaget-rekening-termigrasi-otomatis-ke-rekening-bank-syariah?page=all>
- Faqir, A. Al. (2020). Merger Tiga Bank Syariah BUMN Tingkatkan Daya Saing Industri. Diambil 4 Mei 2022, dari [merdeka.com](https://www.merdeka.com/uang/merger-tiga-bank-syariah-bumn-tingkatkan-daya-saing-industri.html) website: <https://www.merdeka.com/uang/merger-tiga-bank-syariah-bumn-tingkatkan-daya-saing-industri.html>
- Fitriana, A. (2017). Pengaruh E-Marketing dan E-CRM terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Internet Banking Bank Syariah Mandiri. *Creative Information Technology Journal*, *4*(4). <https://doi.org/10.24076/citec.2017v4i4.124>
- Foster, B. D., & Cadogan, J. W. (2000). Relationship selling and customer loyalty: an empirical investigation. *Marketing Intelligence & Planning*, *18*(4), 185–199. <https://doi.org/10.1108/02634500010333316>
- Frederik, R. willem, & Pauline, E. (2017). Banking System Trust, Bank Trust and Bank Loyalty. *International Journal of Bank Marketing*, *35*(1), 1–32. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/IJBM-12-2015-0195>
- Fuad, H. (2021). Baru Lahir, Bank Syariah Indonesia Diserbu Netizen soal Mobile Banking. Diambil 20 April 2022, dari [okezone economy](https://economy.okezone.com/read/2021/02/04/320/2356678/baru-lahir-bank-syariah-indonesia-diserbu-netizen-soal-mobile-banking) website: <https://economy.okezone.com/read/2021/02/04/320/2356678/baru-lahir-bank-syariah-indonesia-diserbu-netizen-soal-mobile-banking>
- Gading, S. (2021). Kepercayaan Warga Kaltim terhadap Ekonomi Syariah Tinggi, BSI

- Relokasi Kantor Cabang ke Samarinda. Diambil 30 Juni 2022, dari Kaltim Kece website: <https://kaltimkece.id/pariwara/pariwara/kepercayaan-warga-kaltim-terhadap-ekonomi-syariah-tinggi-bsi-relokasi-kantor-cabang-ke-samarinda>
- Garson, D. G. (2016). *Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models*. Statistical Associates Publishing.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haqqi, F. N. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan dan Penanganan Komplain terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 2(1).
- Haryantini. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek di Stasiun Depok Jawa Barat. *Jurnal Pemasaran*, 3(1), 46–54.
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Erlangga.
- Ishak, M. Z., & Azzahroh, E. P. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 3(1), 26. <https://doi.org/10.20473/jebis.v3i1.3599>
- Iswati, I. (2019). Karakteristik Ideal Sikap Religiusitas Pada Masa Dewasa. *At-Tajdid : Jurnal Pendidikan dan Pemikiran Islam*, 2(1), 58–71. <https://doi.org/https://doi.org/10.24127/att.v2i01.859>
- Jannah, N. A. Al. (2021, November 25). Profil PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Diambil 11 Juni 2022, dari [dataindonesia.id](https://dataindonesia.id) website: <https://dataindonesia.id/arsip/detail/profil-pt-bank-syariah-indonesia-tbk>
- Juliana, J., Firmansyah, F., & Finna, G. (2020). Sharia Property Purchase Decision Without Bank: Analysis Of The Influence Of Price Factors Environment And Religiosity. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(3), 234–245. Diambil dari <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Juliana, J., & Marlina, R. (2016). Preferensi Nasabah Memilih Bank Syariah Dilihat dari Aspek Karakteristik Nasabah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 48–62.
- Juliandi, A. (2018). Structural Equation Model Partial Least Square ( Sem-Pls ) Dengan SmartPLS. *Modul Pelatihan*, 1–4.
- Karani, L. M., Syah, T. Y. R., & Anindita, R. (2019). Influence of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Restaurants of the Tangerang Area. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 92(8), 142–147. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-08.15>
- Karim, M. (2021). Eks Nasabah BNI Syariah Mengeluh Pasca Migrasi ke BSI, Merasa Downgrade karena Menu di ATM Tak Lagi Full. Diambil 20 April 2022, dari [bagikanberita.pikiran-rakyat.com](https://bagikanberita.pikiran-rakyat.com) website: <https://bagikanberita.pikiran-rakyat.com/bisnis/pr-682086025/eks-nasabah-bni-syariah-mengeluh-pasca-migrasi-ke-bsi-merasa-downgrade-karena-menu-di-atm-tak-lagi-full?page=2>
- Kasdi, A., & Saifudin, S. (2019). Influence of Sharia Service Quality, Islamic Values, and Destination Image toward Loyalty Visitors' on Great Mosque of Demak. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 3(2), 117.

<https://doi.org/10.28918/ijibec.v3i2.1909>

- KBBI. (2016). KBBI Daring. Diambil 30 Oktober 2021, dari [kbbi.kemendikbud.go.id](http://kbbi.kemendikbud.go.id) website: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/loyalitas>
- Kemendikbud. (2018). *Statistik Pendidikan Tinggi: Higher Educational Statistical Year Book*. Jakarta: Pusdatin Iptek Dikti, Setjen, Kemenristekdikti.
- Kesuma, T. M. (2011). Analisis Iklan Bank Syariah di Indonesia: Suatu Tinjauan Konseptual dari Perspektif Islam. *INGRAW*.
- Khairawati, S. (2020). Effect of customer loyalty program on customer satisfaction and its impact on customer loyalty. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 9(1), 15–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.20525/ijrbs.v9i1.603>
- Khotimah, K. (2017). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung Pada Kantor Cabang Utama Pt. Bank Pembangunan Daerah Papua Di Jayapura. *jurnal Future*, 1(11), 23–40.
- KNEKS. (2021, Juli 2). Peran Keuangan Syariah untuk Menjadikan Indonesia Pemimpin Industri Halal Dunia. Diambil 2 April 2022, dari [knks.go.id](http://knks.go.id) website: <https://knks.go.id/berita/363/peran-keuangan-syariah-untuk-menjadikan-indonesia-pemimpin-industri-halal-dunia?category=1>
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. England: Pearson.
- Krismanto, A. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah. *Management Analysis Journal*, 4.
- Kumara, P. A. P. S., & Karunaratna, A. C. (2018). Determinants of customer loyalty: A literature review. *JOURNAL OF CUSTOMER BEHAVIOUR*, 17(1–2), 49–73. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1362/147539218X15333820725128>
- Kurnia, R. D. (2021, April 6). Bank Syariah Indonesia: Sejarah Merger, Saham, hingga Tujuan. Diambil 11 Juni 2022, dari [qoala.app](http://qoala.app) website: <https://www.qoala.app/id/blog/bisnis/apa-itu-bank-syariah-indonesia/>
- Kusnandar, V. B. (2021, November 3). RISSC: Populasi Muslim Indonesia Terbesar di Dunia | Databoks. Diambil 19 Maret 2022, dari [katadata](http://katadata.co.id) website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/03/rissc-populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia>
- Kusuma, K., Utami, C. W., & Padmalia, M. (2018). Pemediasian Kepuasan Konsumen pada Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Perusahaan Sinar Karya Pemenang. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 3(3), 1–7.
- Lestari, D. A., & Abdullah, S. (2020). Analisis Tingkat Kesehatan Dan Efisiensi Perbankan Terhadap Profitabilitas Bank Menggunakan Regresi Berganda Dan Anova. *Indonesian Journal of Statistics and Its Applications*, 4(3), 401–418. <https://doi.org/10.29244/ijisa.v4i3.538>
- Liputan 6. (2018). Perempuan dan Emosinya. Diambil 26 Juni 2022, dari [Liputan6.com](http://liputan6.com) website: <https://www.liputan6.com/health/read/3655872/tentang-perempuan-dan-emosinya>
- Maharani, E. (2017). Anda Sebenarnya tidak Benar-Benar Sibuk. Diambil 5 Juli 2022, dari [republika.co.id](http://republika.co.id) website: <https://www.republika.co.id/berita/okp1vu335/anda-sebenarnya-tidak-benarbenar-sibuk>



- Majelis Ulama Indonesia. (2004). Fatwa MUI Bunga, Interest/Fa'Idah. *Himpunan Fatwa MUI*, 1–12.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen* (Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Muflih, M., & Juliana, J. (2021). Halal-labeled food shopping behavior: the role of spirituality, image, trust, and satisfaction. *Journal of Islamic Marketing*, 12(8), 1603–1618. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2019-0200>
- Muhadjir, N. (1986). *Urgensi Pendidikan Internal Menyongsong Era Tinggal Landas*. Jakarta: ISPP.
- Munandar, A., & Sari, N. (2019). Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam. *Al-Muamalat Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 4(2), 101–120.
- Myunghee, J. M., & Miyoung, J. (2017). Customers' perceived website service quality and its effects on e-loyalty. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 1–5.
- Naf'an. (2014). *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah* (cet. 1). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Novianti, D., & Fatonah, S. (2019). Budaya Literasi Media Digital Pada Ibu-Ibu Rumah Tangga. *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, 21(2), 218. <https://doi.org/10.25077/jantro.v21.n2.p218-226.2019>
- Nurhayati, N., & Sukesti, F. (2016). Peningkatan Loyalitas Nasabah Bank Syariah melalui Peningkatan Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Bank Syariah di Kota Semarang). *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 141–153. <https://doi.org/10.21580/economica.2016.7.2.1158>
- Nursalam, N. (2003). *Proses Dokumentasi Keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63(4), 33–44. <https://doi.org/10.1177/00222429990634s105>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2008). Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Keuangan Syariah. Diambil 23 Maret 2022, dari [ojk.co.id](http://ojk.co.id) website: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/keuangan-syariah.aspx>
- Pamela. (2020). Layanan Perbankan yang Digemari Anak Jaman Sekarang. Diambil 25 Juni 2022, dari [Ajaib.com](http://ajaib.com) website: <https://ajaib.co.id/layanan-perbankan-yang-digemari-anak-jaman-sekarang/>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1). <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom090654>
- Pramono, S., Sarma, M., & Munandar, J. M. (2017). Kepuasan dan Loyalitas Siswa dan Orang Tua Terhadap Penggunaan Layanan Online Berdasarkan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Tampilan Laman (Web) di SMK Negeri 1 Kota Bogor. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 8(1), 43–59. <https://doi.org/10.29244/jmo.v8i1.18600>

- Pranoto, D., & Mawardi. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah dengan Citra Perusahaan sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada PT. Bank BRI Persero Tbk.Cabang Tenggarong). *JEMI*, 21(2), 17–35.
- Priharto, S. (2018). Penjelasan Lengkap Tentang Perilaku Konsumen. Diambil 1 Juli 2022, dari CPSSOFT website: <https://cpssoft.com/blog/manajemen/penjelasan-lengkap-perilaku-konsumen/>
- Purwanto. (2018). *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah*. Jakarta: Staiapress.
- Putri, F. (2012). Perbedaan Tingkat Religiusitas dan Sikap Terhadap Seks Pranikah Antara Pelajar yang Bersekolah di SMA Umum dan SMA Berbasis Agama. *CALYPTRA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas ...*, 1(1), 1–9. Diambil dari <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/45>
- Qoziyah, S. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank BRI Syariah Di Yogyakarta). *GRIEB*, 7(2).
- Raharjo. (2019). Cara Uji Reliabilitas Split-Half Spearman Brown Dengan Spss Lengkap.
- Raharso, S. (2011). Kepercayaan dalam Tim. *Jurnal Manajerial*, 10(19), 42–53.
- Rahayu, B. S., & Saryanti, E. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Hubungan Pelanggan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah. *Jurnal ADVANCE*, 1(2), 14.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/2337-3806>
- Ramalho, T. B., & Forte, D. (2019). Financial literacy in Brazil – do knowledge and self-confidence relate with behavior? *RAUSP Management Journal.*, 54(1), 77–95. <https://doi.org/10.1108/RAUSP-04-2018-0008>
- Replita. (2014). Kondisi Keberagamaan pada Manusia Usia Lanjut (Sebuah Pendidikan dan Pembelajaran pada Generasi Muda). *Hikmah*, 8, 63–74.
- Republika. (2021, Februari 7). OJK Harap Bank Syariah Indonesia Segera Jadi Bank BUKU IV | Republika Online. Diambil 11 Juni 2022, dari [republika.co.id](https://www.republika.co.id/berita/qo5ey7423/ojk-harap-bank-syariah-indonesia-segera-jadi-bank-buku-iv) website: <https://www.republika.co.id/berita/qo5ey7423/ojk-harap-bank-syariah-indonesia-segera-jadi-bank-buku-iv>
- Republika. (2022). BSI Perkuat Citra Perbankan Syariah. Diambil 1 Juli 2022, dari [republika.co.id](https://www.republika.co.id) website: <https://www.republika.co.id/posts/24741/bsi-perkuat-citra-perbankan-syariah>
- Roza, A. M. (2022). Survei Sebut Perempuan Lebih Disiplin dalam Atur Uang daripada Pria. In B. Pradewo (Ed.), *Woman Leaders Forum 2022: Women's Financial and Investment Attitude*. Jakarta: Jawapos. Diambil dari <https://www.jawapos.com/lifestyle/08/03/2022/survei-sebut-perempuan-lebih-disiplin-dalam-atur-uang-daripada-pria/>
- Sabrina, P. (2020). Konsumen Wanita Lebih Loyal Dibandingkan Konsumen Pria. Diambil 1 Juli 2022, dari [Femina.co.id](https://www.femina.co.id) website:

<https://www.femina.co.id/money/kepercayaan-konsumen-indonesia-terhadap-e-commerce-meningkat-dengan-konsumen-wanita-tunjukkan-loyalitas-lebih-tinggi>

- Sarah, M. F. (2017). Consumers' Switching Motivations and Intention in The Case of Bank Mergers: A Cross-Cultural Study. *International Journal of Bank Marketing*, 12(7), 1–32.
- Sholiha, E. U. N., & Salamah, M. (2015). Structural Equation Modeling-Partial Least Square untuk Pemodelan Derajat Kesehatan Kabupaten/Kota di Jawa Timur (Studi Kasus Data Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat Jawa Timur 2013). *JURNAL SAINS DAN SENI ITS*, 4(2), 169–174.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Jakarta: CV. Alfabeta.
- Supriyanto, A., Wiyono, B. B., & Burhanuddin, B. (2021). Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1937847>
- Syafrida, I., & Aminah, I. (2015). Faktor Perlambatan Pertumbuhan Bank Syariah di Indonesia dan Upaya Penanganannya. *Jurnal Ekonomi & Bisnis PNJ*, 14(1), 13473.
- Taslim, A. (2021). Potret Suami Ideal Dalam Rumah Tangga. Diambil 1 Juli 2022, dari Muslim.or.id website: <https://muslim.or.id/14595-potret-suami-ideal-dalam-rumah-tangga.html>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan dan Penelitian)* (1 ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Trishananto, Y. (2019). Islamic branding, religiosity and consumer decision on products in IAIN Salatiga. *Indonesian Journal of Islamic Economics Research*, 1(2), 93–100. <https://doi.org/10.18326/ijier.v1i2.3145>
- Trisusanti, Y. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru). *Jom Fisip*, 4(2), 1–16.
- Ulfa, A. (2021). Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(02), 1101–1106. <https://doi.org//dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2680>
- Upamannyu, N. K., Gulati, C., Chack, A., & Kaur, G. (2017). The effect of customer trust on customer loyalty and repurchase intention: The moderating influence of perceived CSR. *International Journal of Research in IT, Management and Engineering*, 5(4), 1–31.
- Wahyuni, N. (2014, November 1). Uji Validitas dan Reliabilitas. Diambil 16 Juni 2022, dari Binus.ac.id website: <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>
- Walfajri, M. (2021). Nasabah mengeluhkan proses migrasi rekening BNI Syariah dan BRI Syariah ke BSI. Diambil 2 Januari 2022, dari keuangan.kontan.id website: <https://keuangan.kontan.co.id/news/nasabah-mengeluhkan-proses-migrasi-rekening-bni-syariah-dan-bri-syariah-ke-bsi>
- Wareza, M. (2020). Pernyataan Full Erick Thohir soal Merger 3 Bank Syariah BUMN. Diambil dari CNBC Indonesia website: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20201013095615-17-193867/pernyataan-full-erick-thohir-soal-merger-3-bank-syariah-bumn>

- Wijaya, H., Beik, I. S., & Sartono, B. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah XYZ di Jakarta. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 3(3), 417–426. <https://doi.org/10.17358/jabm.3.3.417>
- Wijaya, P. H. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bri Syariah Kc Semarang). *Antimicrobial Agents and Chemotherapy*, 58(12), 7250–7257. Diambil dari [www.journal.uta45jakarta.ac.id](http://www.journal.uta45jakarta.ac.id)
- Winasih, T., & Hakim, L. (2021). Peran Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(2). <https://doi.org/10.1905/iqtishadia.v8i2.4152>
- Wisnu, Y. (2021). Jawa Pulau Terpadat di Dunia. Diambil 25 Juni 2022, dari Solopos website: <https://www.solopos.com/wow-jawa-pulau-terpadat-di-dunia-lur-1205546#:~:text=Dari jumlah tersebut%2C sebanyak lebih,luas wilayah sekitar 128.297 km2.>
- Yuniar, A. (2021, November 10). Merger Bank Syariah BUMN Bakal Perkuat Industri Halal Indonesia - Bisnis Liputan6.com. Diambil 2 April 2022, dari Liputan 6 website: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4404474/merger-bank-syariah-bumn-bakal-perkuat-industri-halal-indonesia>
- Yusfiarto, R. (2021). The relationship between m-banking service quality and loyalty : evidence in Indonesian Islamic Banking. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 3(1), 23–33. <https://doi.org/10.1108/AJIM.vol3.iss1.art3>
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2021). Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(2), 114–130. <https://doi.org/10.46367/jps.v2i2.342>