

**ANALISIS PENGARUH *SHARIA COMPLIANCE* DAN
RELATIONSHIP QUALITY TERHADAP LOYALITAS
NASABAH DENGAN *CUSTOMER RETENTION* SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

(Studi Pada Nasabah Pengguna Byond By BSI Di Pekalongan)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

DEWI ANGGIANI

NIM 40122169

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

**ANALISIS PENGARUH *SHARIA COMPLIANCE* DAN
RELATIONSHIP QUALITY TERHADAP LOYALITAS
NASABAH DENGAN *CUSTOMER RETENTION* SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

(Studi Pada Nasabah Pengguna Byond By BSI Di Pekalongan)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh

gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

DEWI ANGGIANI

NIM 40122169

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dewi Anggiani

NIM : 40122169

Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh *Sharia Compliance* dan *Relationship Quality* terhadap Loyalitas Nasabah dengan *Customer Retention* sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Nasabah Pengguna Byond By BSI di Pekalongan)**

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 27 Oktober 2025

Yang Menyatakan,



Dewi Anggiani

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Dewi Anggiani

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari:

Nama : Dewi Anggiani

NIM : 40122169

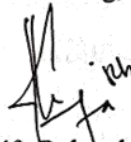
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Sharia Compliance* dan *Relationship Quality* terhadap Loyalitas Nasabah dengan *Customer Retention* sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Nasabah Pengguna Byond By BSI di Pekalongan)

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 27 Oktober 2025

Pembimbing,



Syifa Rohmah, M.M.

NIP. 199408222022032001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Pahlawan KM 5 Rowolaku Kaje Pekalongan, Kab Pekalongan Kode Pos 51161
Website : www.febi.ungusdur.ac.id | email : febi.ungusdur@ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi saudara:

Nama : DEWI ANGGIANI
NIM : 40122169
Judul : Analisis Pengaruh *Sharia Compliance* Dan *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan *Customer Retention* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Nasabah Pengguna Byond By BSI di Pekalongan)

Dosen Pembimbing : Syifa Rohmah, M.M

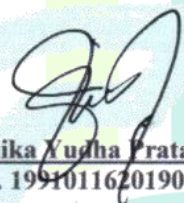
Telah diujikan pada hari Rabu tanggal 5 November 2025 dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II


Ade Gunawan, M.M.
NIP. 198104252015031002


Versiandika Yudha Pratama, M.M.
NIP. 199101162019031006

Pekalongan, 6 November 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. H. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag.
NIP. 197806162003121003

MOTTO

“Allah SWT. akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.”

(Q.S. Al-Mujadilah: 11)

“God has perfect timing, never early, never late. It takes a little patience and it takes a lot of faith, but it’s worth to wait.”

(Andmesh Kamaleng)

Seperti setiap kalimat, ia adalah anak tangga yang kupijak satu per satu, membawaku naik menuju derajat yang lebih tinggi. Skripsi ini adalah warisan kecilku, yang kutinggalkan bukan hanya untuk mendapatkan gelar di belakang namaku, melainkan untuk kujadikan jejak ilmu.

Anggri

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisa Skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak M. Dasuki dan Ibu Kuniasih. Terima kaasih penulis ucapkan atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan. Meskipun bapak dan mamak tidak sempat merasakan pendidikan dibangku perkuliahan, namun senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah dalam mendoakan, mengusahakan, memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial, serta memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan anak-anaknya. Perjalanan hidup kita sebagai satu keluarga utuh memang tidak mudah, tetapi segala hal yang telah dilalui memberikan penulis pelajaran yang sangat berharga tentang arti menjadi seorang perempuan yang kuat, bertanggung jawab, selalu berjuang dan mandiri.

Semoga dengan adanya skripsi ini, dapat membuat bapak dan mamak lebih bangga karena telah berhasil menjadikan anak perempuan pertamanya ini menyandang gelar sarjana seperti yang diharapkan.

2. Adik semata wayang, Dzaki Fajar Ahadi yang juga menjadi motivasi untuk bisa terus belajar menjadi seorang kakak yang baik dan dapat memberikan pengaruh positif.
3. Keluarga besar peneliti yang selalu memberikan doa serta dukungan untuk menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
4. Dosen Pembimbing Akademik, Bapak Syamsul Arifin, M.S.I., yang telah memberikan nasihat berharga kepada peneliti.
5. Dosen Pembimbing Skripsi, Ibu Syifa Rohmah, M.M., yang telah memberikan segala bantuan kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Sahabat peneliti selama menempuh pendidikan Nabilah, Arina dan Sarah yang dari semester satu sampai sekarang selalu bersama dan saling *support*.
7. Para rekan seperjuangan di angkatan 2022 Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
8. Terakhir, untuk diri saya sendiri. Terima kasih “Anggri” sudah memilih untuk bertahan, mau berjuang hingga saat ini, serta menjadi perempuan yang kuat dan ikhlas atas segala perjalanan hidup yang penuh dengan lika-liku. Dengan adanya skripsi ini, telah berhasil membuktikan bahwa kamu berhasil menyandang gelar S.E tepat waktu.

ABSTRAK

Anggiani, D. Analisis Pengaruh *Sharia Compliance* dan *Relationship Quality* terhadap Loyalitas Nasabah dengan *Customer Retention* sebagai Variabel Intervening (Studi pada Nasabah Pengguna Byond By BSI di Pekalongan).

Era digital semakin mengalami perkembangan yang sangat pesat, banyak lembaga perbankan bertransformasi menuju digitalisasi untuk memudahkan layanan nasabah melalui peluncuran aplikasi *mobile banking*. Namun, ancaman siber, seperti serangan *ransomware*, muncul sebagai tantangan serius yang berpotensi mengganggu loyalitas nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *sharia compliance* dan *relationship quality* terhadap loyalitas nasabah dengan *customer retention* sebagai variabel intervening (studi pada nasabah pengguna Byond By BSI di Pekalongan).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah populasi seluruh nasabah pengguna Byond By BSI di Pekalongan. Sampel yang digunakan berjumlah 96 nasabah yang didapatkan melalui perhitungan rumus Lemeshow dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan kuesioner dengan skala Likert, kemudian data dianalisis menggunakan analisis jalur (*path analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sharia compliance* berpengaruh dan signifikan terhadap *customer retention* dengan nilai $t_{hitung}=3,071 > t_{tabel}=1,661$ serta nilai signifikansi $=0,003 < 0,05$. *Relationship quality* berpengaruh dan signifikan terhadap *customer retention* dengan nilai $t_{hitung}=2,310 > t_{tabel}=1,661$ serta nilai signifikansi $=0,023 < 0,05$. *Sharia compliance* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah karena nilai $t_{hitung}=0,374 < 1,661$ serta nilai signifikansi $=0,709 > 0,05$. *Relationship quality* memberikan pengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai $t_{hitung}=3,973 > t_{tabel}=1,661$ serta nilai signifikansi $=0,000 < 0,05$. *Customer retention* mampu memberikan pengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai $t_{hitung}=4,193 > 1,661$ serta nilai signifikansi $=0,000 < 0,05$. *Sharia compliance* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui *customer retention* sebagai variabel intervening dengan nilai $t_{hitung}=2,283 > 1,661$. Terakhir, variabel *relationship quality* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui *customer retention* sebagai variabel intervening dengan nilai $t_{hitung}=2 > 1,661$.

Kata Kunci: *Sharia Compliance*, *Relationship Quality*, *Customer Retention*, Loyalitas Nasabah, dan BSI di Pekalongan.

ABSTRACT

Anggiani, D. Analysis of the Influence of Sharia Compliance and Relationship Quality on Customer Loyalty with Customer Retention as an Intervening Variable (A Study of Byond By BSI Customers in Pekalongan).

The digital era is experiencing rapid development, with many banking institutions transforming towards digitalization to facilitate customer service through the launch of mobile banking applications. However, cyber threats, such as ransomware attacks, have emerged as a serious challenge that has the potential to undermine customer loyalty. This study aims to analyze the influence of sharia compliance and relationship quality on customer loyalty with customer retention as an intervening variable (a study of Byond By BSI customers in Pekalongan).

This study uses a quantitative approach with a population consisting of all Byond By BSI customers in Pekalongan. The sample consisted of 96 customers obtained through the Lemeshow formula calculation using purposive sampling. The data collection technique used was a questionnaire with a Likert scale, and the data was analyzed using path analysis.

The results show that sharia compliance has a significant effect on customer retention with a t-value of $3.071 > t\text{-table}=1.661$ and a significance value of $0.003 < 0.05$. Relationship quality has a significant effect on customer retention with a t-value of $2.310 > t\text{-table}=1.661$ and a significance value of $0.023 < 0.05$. Sharia compliance does not affect customer loyalty because the t-value $=0.374 < 1.661$ and the significance value $=0.709 > 0.05$. Relationship quality has a significant effect on customer loyalty with a t-value of $3.973 > t\text{-table}=1.661$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. Customer retention has a significant effect on customer loyalty with a t-value of $4.193 > 1.661$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. Sharia compliance affects customer loyalty through customer retention as an intervening variable with a t-value of $2.283 > 1.661$. Finally, the relationship quality variable affects customer loyalty through customer retention as an intervening variable with a t-value of $2 > 1.661$.

Keywords: *Sharia Compliance, Relationship Quality, Customer Retention, Customer Loyalty, and BSI in Pekalongan.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Zaenal Mustaqim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. A.M. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dr. Kuat Ismanto, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Ibu Happy Sista Devy, M.M. selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Ibu Syifa Rohmah, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Syamsul Aifin, M.Si., selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).

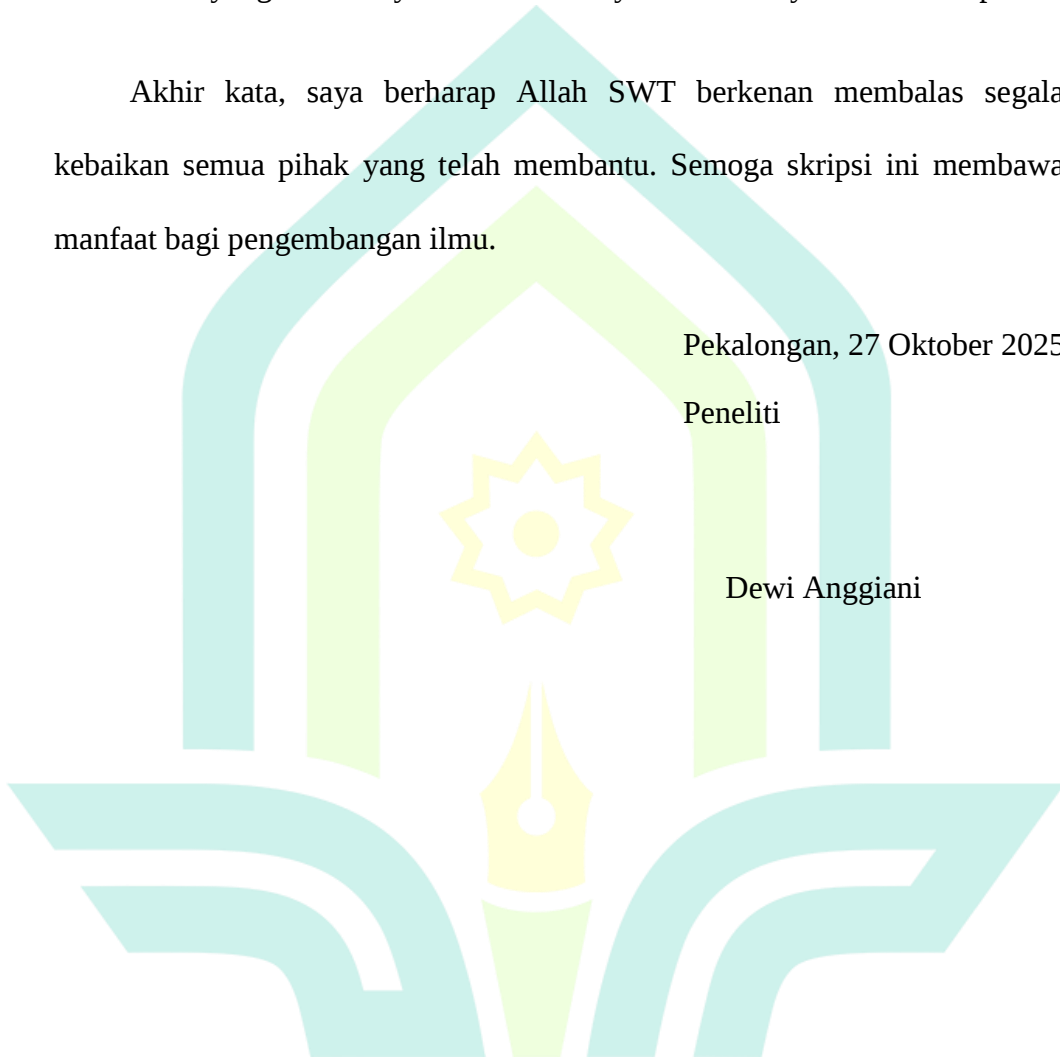
8. Bapak Ade Gunawan, M.M. dan Bapak Versiandika Yudha Pratama, M.M, selaku dosen penguji skripsi.
9. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material yang saya perlukan.
10. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 27 Oktober 2025

Peneliti

Dewi Anggiani



DAFAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFAR ISI	xiii
TRANSLITERASI.....	xv
DAFTAR TABEL	xxiv
DAFTAR GAMBAR.....	xxvi
DAFTAR LAMPIRAN	xxvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
D. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Landasan Teori	15
1. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	15
2. Loyalitas Nasabah.....	17
3. <i>Sharia Compliance</i>	19
4. <i>Relationship Quality</i>	22
5. <i>Customer Retention</i>	26
B. Telaah Pustaka.....	29

C. Kerangka Berpikir	40
D. Hipotesis Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Jenis Penelitian	46
B. Pendekatan Penelitian.....	46
C. <i>Setting</i> Penelitian	46
D. Populasi dan Sampel.....	47
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	49
F. Sumber Data	52
G. Teknik Pengumpulan Data	52
H. Metode Analisis Data	53
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	59
A. Deskripsi Data	59
1. Profil Bank Syariah Indonesia.....	59
2. Deskripsi Penelitian.....	60
3. Deskripsi Hasil Penelitian	60
4. Karakteristik Responden	73
B. Analisis Data	76
1. Uji Instrumen.....	76
2. Uji Asumsi Klasik	78
3. Uji Hipotesis	83
C. Pembahasan	98
BAB V PENUTUP	110
A. Simpulan.....	110
B. Keterbatasan Penelitian	112
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN-LAMPIRAN	I

TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)

خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ẓal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	s	es
ث	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
ع	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Fathah	a	a
ي	Kasrah	i	i
و	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
... يَ يُ	Fathah dan ya	ai	a dan u
... وَ وُ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa'ala
- سَيْلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ...أَ...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...وُ...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta'Marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta'Marbutah hidup

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

2. Ta'Marbutah mati

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

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

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/
al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةُ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birru

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata

sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- شَيْئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ وَإِنَّا لِلَّهِ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا اللَّهُ بِسْمِ Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْعَالَمِينَ رَبِّ الْحَمْدُ Alhamdu lillāhi rabbi al-‘ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil ‘ālamīn
- الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ Ar-rahmānir rahīm/ ar-rahmān ar-rahīm

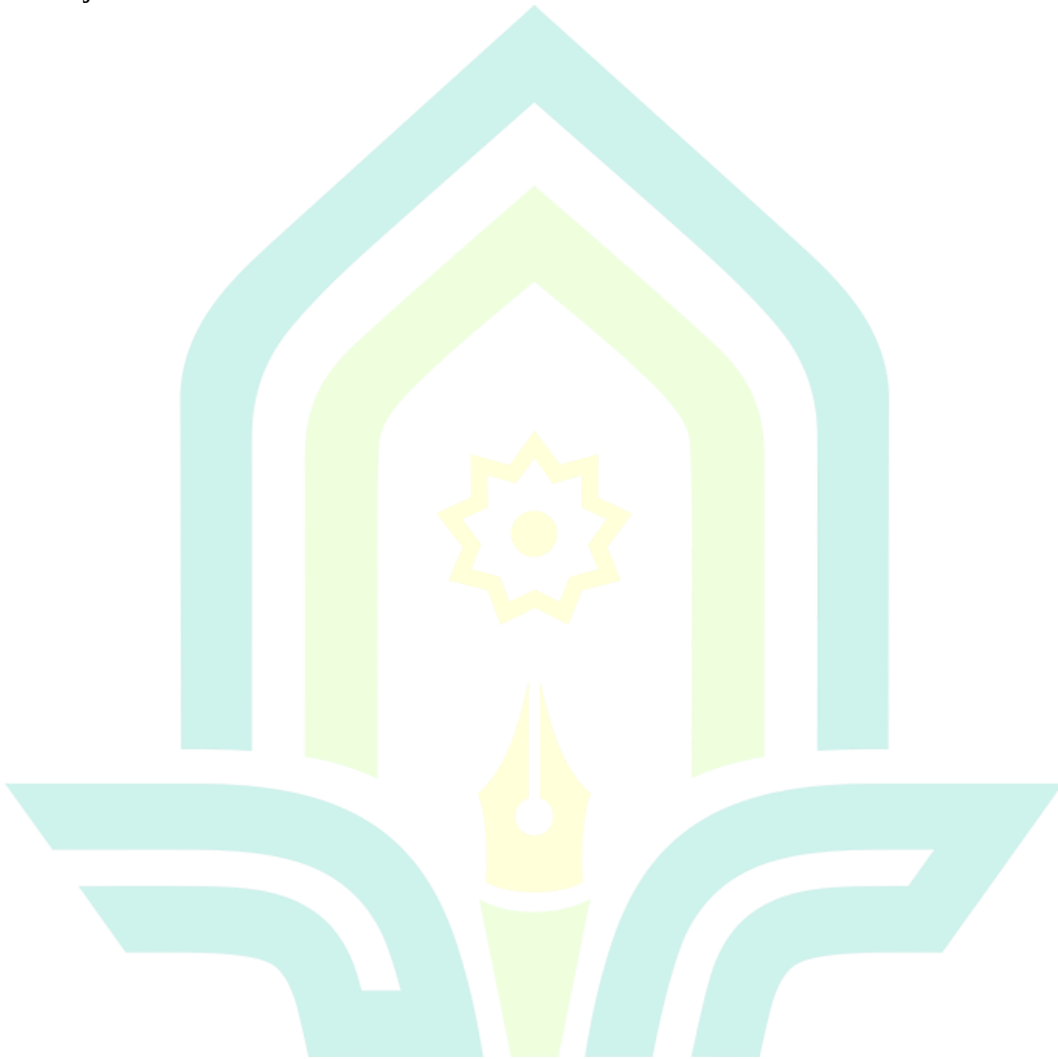
Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- غَفُورٌ رَحِيمٌ اللَّهُ Allaāhu gafūrun rahīm
- الْأُمُورُ جَمِيعًا لِلَّهِ Lillāhi al-amru jamī’an/
Lillāhil-amru jamī’an

J. Tajwid

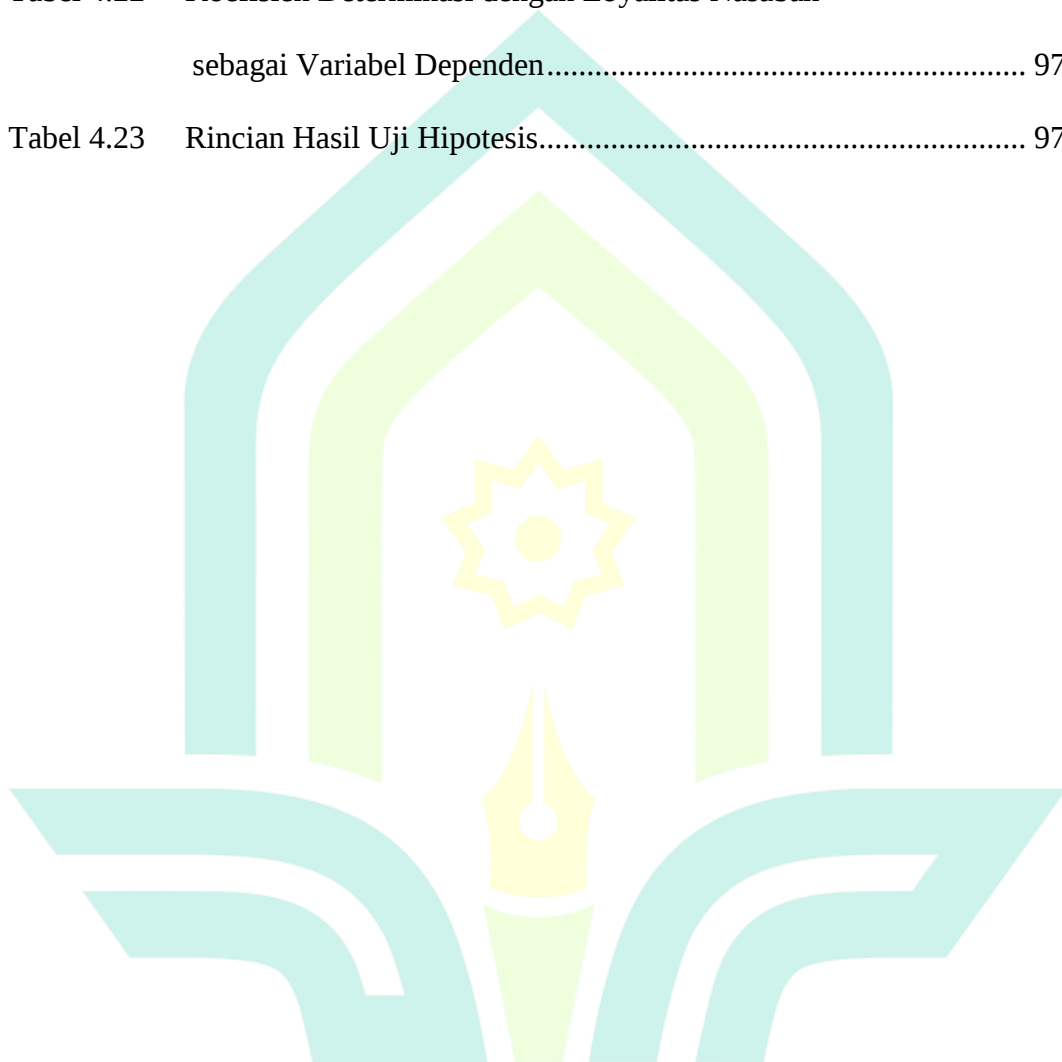
Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Telaah Pustaka	29
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	50
Tabel 3.2	Skala Pengukuran.....	53
Tabel 4.1	Sebaran Wilayah Responden	61
Tabel 4.2	Tanggapan Responden atas Variabel <i>Sharia Compliance</i>	67
Tabel 4.3	Tanggapan Responden atas Variabel <i>Relationship Quality</i>	68
Tabel 4.4	Tanggapan Responden atas Variabel Loyalitas Nasabah	70
Tabel 4.5	Tanggapan Responden atas Variabel <i>Customer Retention</i>	71
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia	74
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	75
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas.....	76
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas	77
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas Model Persamaan I	78
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas Model Persaman II.....	79
Tabel 4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas Model Persamaan I	80
Tabel 4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas Model Persamaan II.....	81
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas Model Persamaan I	82
Tabell 4.16	Hasil Uji Multikolinearitas Model Persamaan II	83
Tabel 4.17	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Model Persamaan I	84
Tabel 4.18	Koefisien Determinasi Model Persamaan I	85

Tabel 4.19	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Model Persamaan II.....	87
Tabel 4.20	Koefisien Determinasi Model Persamaan II	89
Tabel 4.21	Koefisien Determinasi dengan <i>Cutsomer Retention</i> sebagai Variabel Dependen.....	96
Tabel 4.22	Koefisien Determinasi dengan Loyalitas Nasabah sebagai Variabel Dependen.....	97
Tabel 4.23	Rincian Hasil Uji Hipotesis.....	97

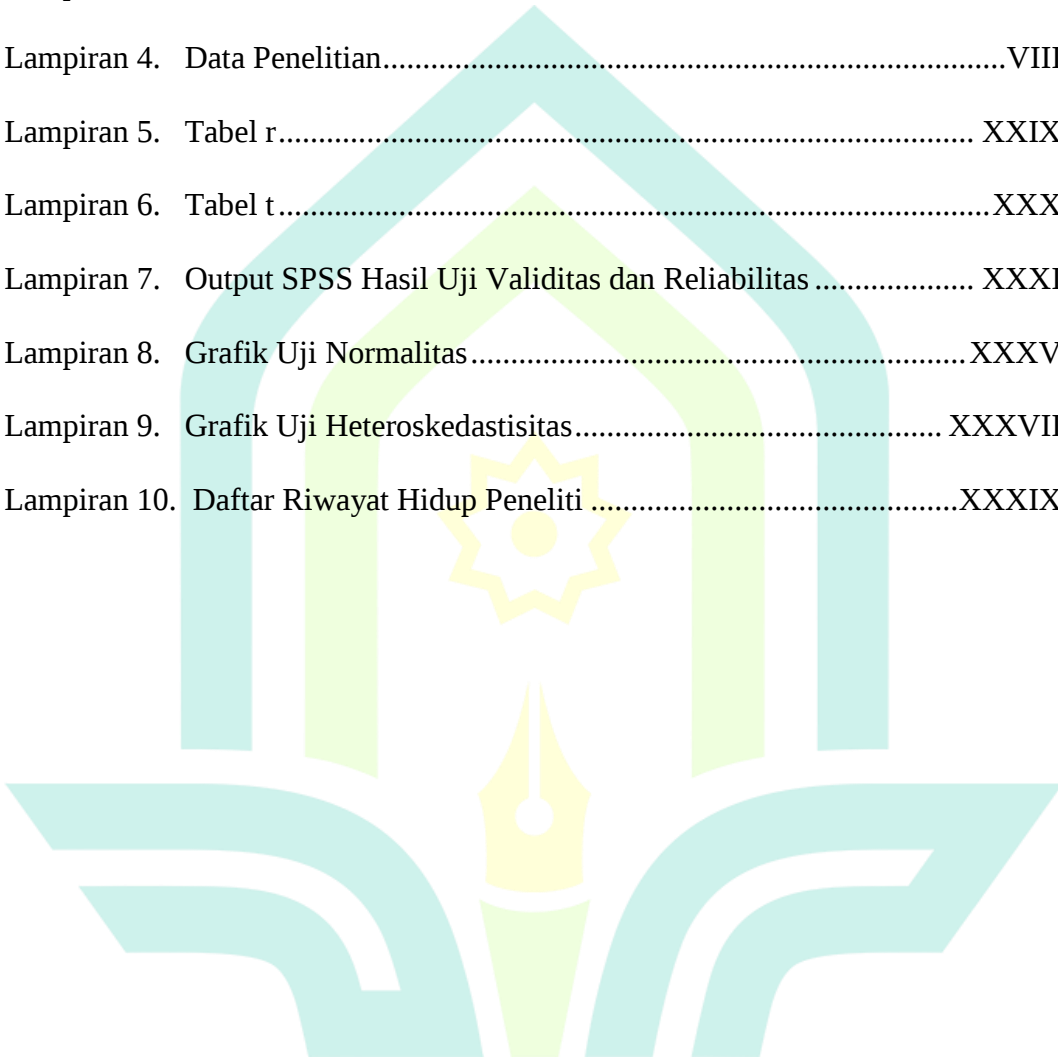


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Diagram Aset Perbankan Syariah	2
Gambar 1.2	Bank Syariah Paling Banyak Digunakan di Indonesia Tahun 2023	4
Gambar 1.3	Diagram Jmlah Pengguna Layanan BSI	5
Gambar 2.1	Kerangka Berpikir	40
Gambar 3.1	Model Analisis Jalur.....	55
Gambar 4.1	Model Persamaan I.....	84
Gambar 4.2	Model Persaman I dengan nilai Koefisien β	86
Gambar 4.3	Model Persamaan II	87
Gambar 4.4	Model Persamaan II dengan Koefisien β	90
Gambar 4.5	Model Analisis Jalur dengan Koefisien β	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Pernyataan Penelitian	I
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	II
Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian.....	VII
Lampiran 4. Data Penelitian.....	VIII
Lampiran 5. Tabel r.....	XXIX
Lampiran 6. Tabel t.....	XXX
Lampiran 7. Output SPSS Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	XXXI
Lampiran 8. Grafik Uji Normalitas.....	XXXV
Lampiran 9. Grafik Uji Heteroskedastisitas.....	XXXVII
Lampiran 10. Daftar Riwayat Hidup Peneliti	XXXIX



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah mendapatkan perhatian dunia khususnya pada dua dekade terakhir meskipun kekuatan finansialnya masih belum dapat melampaui perbankan konvensional (Fida et al., 2020). Kemajuan dunia perbankan di Indonesia termasuk perbankan syariah sangat cepat dan dinamis, baik dari segi pelayanan maupun dari jenis produk yang ditawarkan (Sribakti & Nurkariani, 2023). Perkembangan ini terjadi karena didasari oleh kebutuhan manusia yang semakin berkembang, terutama dengan integrasi sistem digital di berbagai sektor, termasuk sektor keuangan (Santalia et al., 2024).

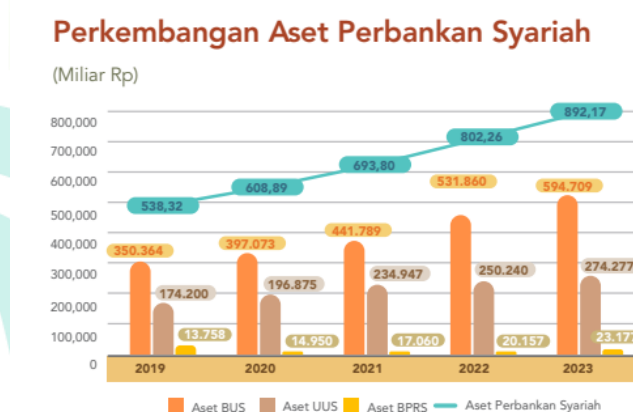
Para pengguna perbankan syariah meyakini bahwa dengan menggunakan jasa bank syariah, akan menciptakan masa depan yang cerah serta mencapai kesejahteraan dunia akhirat. Hal ini disebabkan oleh penerapan prinsip-prinsip Islam dalam perbankan syariah yang bertujuan untuk menghindari praktik riba sekaligus memenuhi kebutuhan masyarakat dengan mengedepankan prinsip-prinsip Islam (Santalia et al., 2024). Selain riba transaksi pada perbankan syariah juga tidak boleh mengandung unsur gharar (ketidakpastian), maysir (perjudian) atau hal lain yang dilarang dalam ajaran agama Islam (Ma'rifa, 2023).

Pada penerapannya, perbankan syariah mengedepankan kemitraan bisnis bebas bunga yang berdasarkan pada sistem bagi hasil dan layanan

peminjaman tanpa pemungutan biaya (Pokhrel, 2024). Oleh karena itu, pelaksanaan operasional bank syariah tidak hanya diawasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tetapi juga oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS). DPS merupakan lembaga yang didirikan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) dan berfungsi untuk memastikan suatu lembaga atau bisnis keuangan syariah menjalankan seluruh kegiatannya sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah (140/PMK.010/2009).

Bank syariah pertama di Indonesia didirikan di Jakarta pada tahun 1992 yaitu Bank Muamalat Indonesia, yang juga menjadi pelopor berdirinya perbankan syariah lainnya. Sektor perbankan syariah terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan hingga saat ini. Setiap tahunnya penggunaan jasa perbankan syariah selalu mengalami peningkatan seperti data yang dirilis oleh OJK Indonesia seperti pada gambar berikut:

Gambar 1.1 Diagram Perkembangan Aset Perbankan Syariah



Merujuk gambar 1.1, dapat dilihat telah terjadi peningkatan pada aset perbankan syariah setiap tahunnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa

adanya peningkatan penggunaan perbankan syariah di Indonesia serta perkembangan yang positif.

Berdasarkan penelitian (Ma'rifa, 2023) menggunakan data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), Provinsi Jawa Tengah menempati posisi ke-3 sebagai provinsi dengan penduduk muslim terbesar di Indonesia, yakni sekitar 36,48 juta jiwa atau sekitar 97,3% dari total penduduk nasional. Oleh karena itu, Jawa Tengah dinilai sebagai pasar yang sangat potensial. Khususnya Pekalongan, sebuah wilayah di Provinsi Jawa Tengah yang dijuluki “Kota Santri”, memiliki penduduk muslim sebanyak 307.434 jiwa, yang mewakili 96,7% dari total penduduk.

Pekalongan merupakan salah satu daerah yang terus mengalami kemajuan di berbagai bidang, terutama dalam hal pertumbuhan ekonomi dan sektor keuangan. Sektor keuangan memainkan peran kunci sebagai salah satu fondasi utama yang mendukung kelancaran aktivitas ekonomi masyarakat. Dalam beberapa tahun terakhir, pola transaksi keuangan di Pekalongan telah mengalami dampak yang signifikan akibat kemajuan teknologi digital, termasuk penggunaan layanan perbankan digital seperti *Mobile Banking*. Data menunjukkan bahwa penggunaan *mobile banking* di Pekalongan, mengalami pertumbuhan yang konsisten. Hal ini tercermin dari meningkatnya jumlah UMKM yang memanfaatkan QRIS dalam menjalankan bisnis mereka (Dewi, 2024).

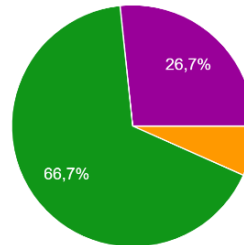
Gambar 1.2 Bank Syariah Paling Banyak Digunakan di Indonesia Tahun 2023



Sumber: GoodStats, 2023

Menurut survei tahun 2023 yang dilakukan oleh GoodStats, 51% dari 1.014 responden Muslim mengatakan bahwa mereka menggunakan layanan BSI. Sehingga dari hasil survei tersebut, terlihat bahwa BSI merupakan bank syariah paling populer di Indonesia pada tahun 2023. Survei tersebut sejalan dengan hasil survei lapangan yang peneliti lakukan pada tanggal 19 September 2025, dimana data menunjukkan 66,7% dari 30 responden memilih menggunakan layanan BSI dibandingkan dengan bank syariah lain yang ada di Pekalongan. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk menjadikan nasabah BSI sebagai objek penelitian karena bank tersebut mampu mempertahankan nasabah dan bersaing dari banyaknya bank syariah lain yang ada di Pekalongan seperti Bank Muamalat Pekalongan, Bank Jateng Syariah Cabang Pekalongan, BTPN Syariah Pekalongan, BPRS Suriyah KC Pekalongan, dan Nanobank Syariah.

Gambar 1.3 Diagram Jumlah Pengguna Layanan BSI



Sumber: Data yang diolah, 2025

Persaingan yang semakin ketat menjadikan setiap perbankan meningkatkan kualitas layanan untuk tetap menarik minat para nasabahnya. Munculnya persaingan yang luar biasa ini menjadikan perbankan melakukan penyesuaian bisnis keuangan mereka. Perubahan terjadi karena perubahan minat dari nasabah, kemajuan teknologi, serta inovasi yang mengharap bank untuk memperkuat sistem perlindungan agar menjamin keamanan data para nasabah (Sribakti & Nurkariani, 2023).

Saat ini, era digital semakin mengalami perkembangan yang sangat pesat, banyak lembaga perbankan bertransformasi menuju digitalisasi untuk memudahkan layanan nasabah melalui peluncuran aplikasi *mobile banking*. Namun, ancaman siber, seperti serangan *ransomware*, muncul sebagai tantangan serius yang berpotensi mengganggu loyalitas nasabah.

Sebagaimana dilaporkan di situs web resmi Direktorat Jenderal Kekayaan Negara (DJKN), pada pertengahan Mei 2023, BSI diduga menjadi sasaran serangan *ransomware* LockBit 3.0, dengan perkiraan pencurian data sebesar 1,5 terabyte (TB). Pelanggaran data tersebut mencakup informasi pribadi dari 15 juta nasabah serta 24.437 karyawan

BSI, termasuk nama, nomor telepon, saldo rekening, riwayat transaksi, data pekerjaan, dan data pribadi lainnya.

Serangan *ransomware* tidak hanya mengganggu jalannya operasional perbankan, melainkan juga dapat merusak hubungan dengan nasabah, hal ini akan berujung berdampak negatif terhadap loyalitas nasabah. Namun, adanya kejadian serangan *ransomware* tersebut tidak menjadikan BSI mengalami jumlah penurunan nasabah secara signifikan. BSI tetap bisa mempertahankan eksistensinya sebagai bank syariah dengan jumlah nasabah terbanyak di Pekalongan saat ini. Sejalan dengan pernyataan Bapak Sabihis selaku BOSM (*Branch Operation and Service Manager*) BSI KC Pekalongan Pemuda, perusahaan mampu menyelesaikan permasalahan dengan baik sehingga nasabah tetap loyal pada perusahaan.

Loyalitas nasabah merupakan elemen krusial dalam menjaga keberlangsungan bisnis perbankan, terutama di tengah dinamika persaingan yang semakin ketat (Oliver, 2019). Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Ibrahim & Rachmawati, 2020), mendefinisikan loyalitas sebagai pengabdian nasabah terhadap suatu produk atau layanan dengan tujuan pembelian berulang, termasuk dalam konteks sektor perbankan. Lebih lanjut, menurut penjelasan *Oxford English Dictionary* yang dikutip dalam penelitian (Nurjannah et al., 2023), loyalitas didefinisikan sebagai dukungan dan keterikatan yang kuat dan berkelanjutan yang diberikan oleh sorang individu.

Berbagai penelitian telah menggunakan loyalitas nasabah sebagai variabel dependen. Salah satunya adalah penelitian (Rahman Baihaki et al., 2023) yang mengatakan bahwa faktor utama yang memengaruhi loyalitas nasabah adalah *relationship quality*, dengan keduanya memiliki korelasi positif. Artinya, semakin tinggi tingkat *relationship quality*, semakin besar pula tingkat loyalitas nasabah. Hasil temuan diatas sejalan dengan penelitian (Wahyudi et al., 2022), mereka mengatakan bahwa loyalitas nasabah dipengaruhi oleh *relationship quality*. Oleh karena itu, lembaga perbankan perlu secara konsisten memelihara serta mempertahankan nasabahnya dengan memberikan kepuasan melalui layanan optimal dan membangun hubungan jangka panjang, interaktif, dan bernilai tambah, dengan tujuan akhir menumbuhkan loyalitas nasabah.

Sharia compliance mengacu pada kepatuhan bank terhadap ketentuan syariah Islam yang berlaku, yang berarti bahwa dalam segala kegiatan operasionalnya, bank syariah diharuskan untuk mematuhi dan didasarkan dengan prinsip-prinsip syariah sesuai dengan ajaran agama Islam (Ibrahim & Rachmawati, 2020).

Menurut (Latifah et al., 2022) dalam penelitiannya, *sharia compliance* memengaruhi loyalitas nasabah dalam konteks pembiayaan multijasa di PT BPRS HIK Parahyangan Bandung. Sejalan dengan penelitian (Ibrahim & Rachmawati, 2020) , mereka mengatakan adanya pengaruh positif dari variabel *sharia compliance* terhadap loyalitas nasabah. Namun penelitian (Nurjannah et al., 2023) menunjukkan hasil yang

berbeda, mereka mengatakan bahwa *sharia compliance* tidak memengaruhi loyalitas nasabah secara signifikan. Berdasarkan hasil tersebut, terdapat perbedaan temuan antar berbagai penelitian, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memperjelas hubungan kausalitas antara *sharia compliance* dan loyalitas nasabah.

Relationship quality didefinisikan sebagai persepsi dan kesediaan seorang nasabah dalam mempertahankan hubungannya dengan perusahaan, sehingga ekspektasi, prediksi, tujuan, dan keinginan mereka terkait kualitas hubungan dapat tercapai (Daswir & Helmi, 2018). Menurut (Nur Rafika Putri & Sri Rahayu, 2022) dalam penelitiannya, menyatakan bahwa loyalitas nasabah secara signifikan dapat dipengaruhi oleh variabel *relationship quality*. Dengan demikian, semakin baik *relationship quality*, akan semakin kuat pula hubungan dengan nasabah, sehingga mendorong adanya loyalitas. Penelitian oleh (Ratri & Riyadi, 2022) mengidentifikasi bahwa variabel *relationship quality* terdiri atas tiga indikator yaitu kepercayaan, kepuasan, dan komitmen, yang secara simultan berdampak secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Tetapi, dalam penelitian (Wardani, 2021) berbeda pendapat, ia mengungkapkan bahwa loyalitas nasabah tidak dipengaruhi oleh *relationship quality*.

Menurut Tjiptono yang dikutip dalam penelitian (Putri, 2023), tujuan pokok dari setiap usaha ialah membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan. Mempertahankan nasabah disebut juga dengan retensi nasabah atau *customer retention*. *Customer retention* dapat memengaruhi

loyalitas nasabah (Handayani & Prasetya, 2024). *Customer retention* didefinisikan sebagai suatu teknik yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam menjaga pelanggannya agar tidak berpindah ke perusahaan lain melalui cara-cara dan teknik yang sudah direncanakan, sehingga perusahaan akan tetap berdiri dan hal tersebut dapat memberikan keuntungan kepada perusahaan baik berbentuk finansial maupun non finansial (Amelia & Ayani, 2020).

Menurut penelitian (Indriyani, 2023), mengungkapkan bahwa *customer retention* memiliki peran sebagai mediator dalam pengaruh *sharia compliance* terhadap loyalitas nasabah. Hasil yang sama juga didapatkan dari riset (Hanaysha, 2018), ia menyatakan *customer retention* dipandang sebagai sasaran utama bagi perusahaan yang menerapkan strategi pemasaran berbasis hubungan.

Pada riset ini, peneliti menggunakan variabel *customer retention* sebagai variabel intervening yang berfungsi sebagai mediator antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, peneliti kemudian memiliki ketertarikan untuk mengkaji lebih dalam bagaimana loyalitas nasabah pengguna Byond By BSI di Pekalongan jika dilihat dari faktor *sharia compliance* dan *relationship quality* dengan *customer retention* sebagai variabel intervening. Penelitian ini berjudul **“Analisis Pengaruh *Sharia Compliance* dan *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah**

dengan *Customer Retention* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Nasabah Pengguna Byond By BSI Di Pekalongan)”.
.

B. Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang tersebut, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *sharia compliance* berpengaruh terhadap *customer retention* nasabah BSI Pekalongan?
2. Bagaimana *relationship quality* berpengaruh terhadap *customer retention* nasabah BSI Pekalongan?
3. Bagaimana *sharia compliance* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI Pekalongan?
4. Bagaimana *relationship quality* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI Pekalongan?
5. Bagaimana *customer retention* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI Pekalongan?
6. Bagaimana *sharia compliance* melalui *customer retention* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI Pekalongan?
7. Bagaimana *relationship quality* melalui *customer retention* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI Pekalongan?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang akan diteliti, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis pengaruh *sharia compliance* terhadap *customer retention* nasabah BSI Pekalongan.
- b. Untuk menganalisis pengaruh *relationship quality* terhadap *customer retention* nasabah BSI Pekalongan.
- c. Untuk menganalisis pengaruh *sharia compliance* terhadap loyalitas nasabah BSI Pekalongan.
- d. Untuk menganalisis pengaruh *relationship quality* terhadap loyalitas nasabah BSI Pekalongan.
- e. Untuk menganalisis pengaruh *customer retention* terhadap loyalitas nasabah BSI Pekalongan.
- f. Untuk menganalisis pengaruh *sharia compliance* melalui *customer retention* terhadap loyalitas nasabah BSI Pekalongan.
- g. Untuk menganalisis pengaruh *relationship quality* melalui *customer retention* terhadap loyalitas nasabah BSI Pekalongan.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai penulis melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penulis berharap karya tulis ini dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai pengaruh *sharia compliance* dan *relationship quality* terhadap loyalitas nasabah, terutama dalam konteks dampak serangan *ransomware* melalui mekanisme *customer retention*. Serta penulis berharap penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan nasabah tentang sistem dalam *mobile banking* perbankan syariah khususnya Byond By BSI. Lebih jauh lagi, penelitian ini diharapkan mampu menjadi landasan bagi penelitian-penelitian di masa depan dan berfungsi sebagai acuan bagi studi-studi yang mengkaji aspek-aspek yang lebih spesifik atau dilakukan di wilayah geografis yang berbeda.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Akademisi

Melalui skripsi ini peneliti berharap penelitian dapat berguna untuk mengembangkan ilmu pengetahuan para pembaca tentang analisis pengaruh *sharia compliance* dan *relationship quality* terhadap loyalitas nasabah dengan *customer retention* sebagai variabel intervening pada nasabah pengguna Byond By BSI di Pekalongan.

2) Bagi Bank Syariah Indonesia

Melalui penelitian ini, peneliti berharap agar temuan yang diperoleh mampu memberikan kontribusi yang berarti

bagi para pengambil kebijakan di BSI dalam memperkuat mekanisme keamanan, guna mencegah serta menangani berbagai ancaman siber, sehingga keamanan data dan kerahasiaan nasabah dapat terjaga secara optimal dan para nasabah akan terus memiliki sikap loyalitas terhadap perbankan.

D. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan diletakkan dibagian awal agar mudah untuk dipahami tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan, serta manfaat dalam riset kuantitatif ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori ditempatkan setelah pendahuluan agar dapat dipahami oleh pembaca teori apa saja yang digunakan dalam penelitian, yaitu meliputi landasan teori, telaah pustaka, kerangka berpikir, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Penempatan bab ini ditempatkan setelah landasan teori bertujuan agar dapat dengan mudah dipahami oleh pembaca mengenai metode penelitian apa yang digunakan.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan dipaparkan terlebih dahulu hasil dari proses analisis data. Selanjutnya, dilakukan pembahasan berupa deskripsi analitik terhadap hasil-hasil tersebut agar dapat dipahami oleh para pembaca.

BAB V PENUTUP

Bagian ini ditempatkan setelah bab empat yang berisi kesimpulan serta keterbatasan yang ada dalam penelitian.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Melalui hasil uji hipotesis yang peneliti lakukan, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. *Sharia compliance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention* nasabah BSI di Pekalongan ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 3,071 serta nilai signifikansi 0,003 yang menunjukkan lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat *sharia compliance* yang dimiliki oleh BSI maka semakin tinggi pula tingkat *customer retention* yang dimiliki oleh nasabah BSI di Pekalongan.
2. *Relationship quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention* nasabah BSI di Pekalongan ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 2,310 serta nilai signifikansi 0,023 yang menunjukkan lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat *relationship quality* yang dimiliki oleh BSI maka semakin tinggi pula tingkat *customer retention* yang dimiliki oleh nasabah BSI di Pekalongan.
3. *Sharia compliance* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah ditunjukkan dengan nilai t hitung 0,374 serta nilai signifikansi 0,709 yang menunjukkan lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dalam penelitian ini *sharia compliance* yang dimiliki oleh BSI tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI di Pekalongan.

4. *Relationship quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 3,973 serta signifikansi 0,000 yang menunjukkan lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat *relationship quality* yang dimiliki oleh BSI maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas yang dimiliki oleh nasabah BSI di Pekalongan.
5. *Customer retention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 4,193 serta nilai signifikansi 0,000 yang menunjukkan lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat *customer retention* yang dimiliki oleh BSI maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas yang dimiliki oleh nasabah BSI di Pekalongan.
6. *Sharia compliance* melalui *customer retention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 2,209 yang menunjukkan lebih besar dari nilai t tabel yaitu sebesar 1,661. Dengan demikian, variabel *customer retention* yang dimiliki oleh BSI mampu memediasi dalam pengaruh positif dari *sharia compliance* terhadap loyalitas nasabah BSI di Pekalongan.
7. *Relationship quality* melalui *customer retention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 2 yang menunjukkan lebih besar dari nilai t tabel yaitu sebesar 1,661. Dengan demikian, variabel *customer retention* yang dimiliki oleh

BSI mampu memediasi dalam pengaruh positif dari *relationship quality* terhadap loyalitas nasabah BSI di Pekalongan.

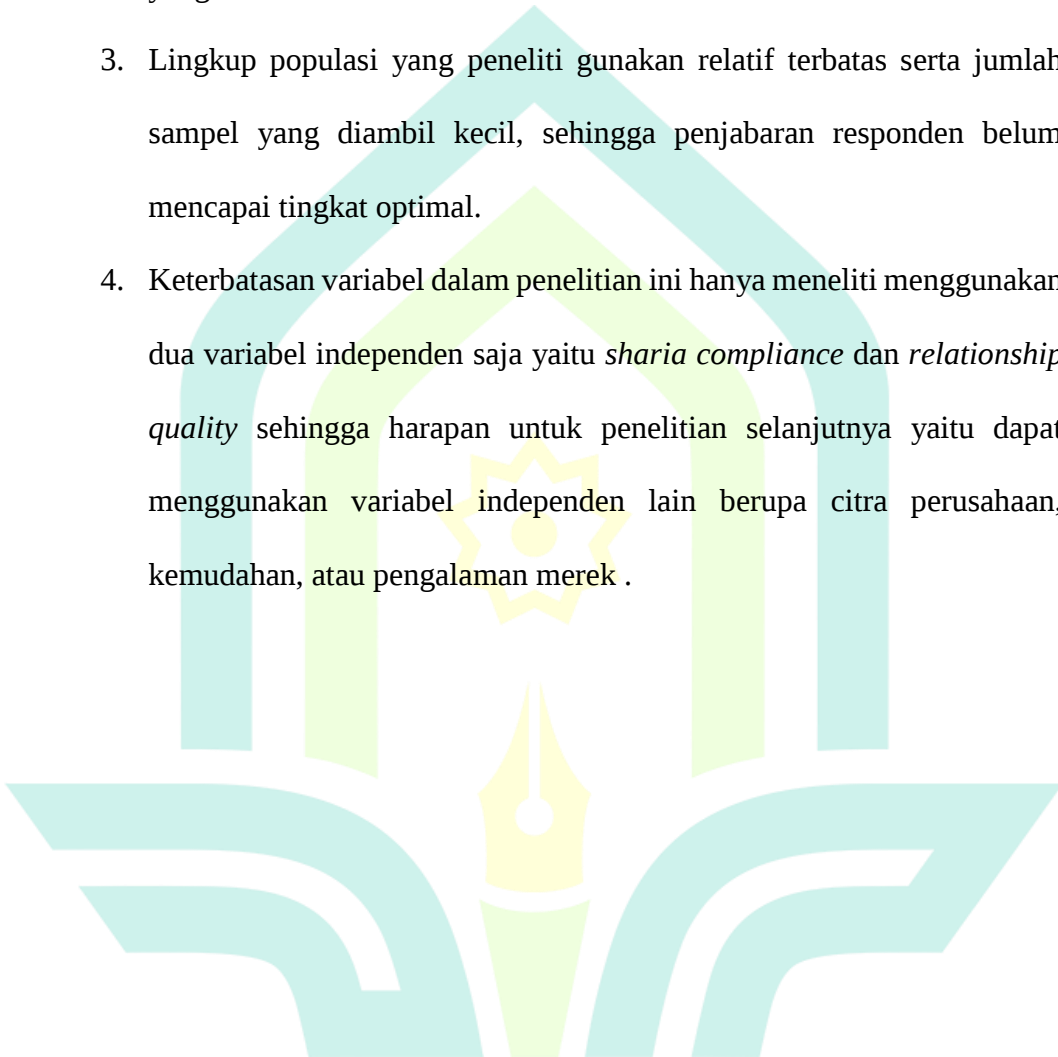
B. Keterbatasan Penelitian

Dalam riset ini masih terdapat beberapa keterbatasan yang dapat dijadikan pengembangan untuk riset berikutnya. Adapun keterbatasannya sebagai berikut:

1. Penelitian dilaksanakan pada nasabah BSI di Pekalongan saja, sehingga untuk dapat memahami sepenuhnya mengenai pengaruh *sharia compliance* dan *relationship quality* terhadap loyalitas nasabah dengan *customer retention* sebagai variabel intervening, perlu dilakukan penelitian multi-regional.
2. Penelitian ini hanya memanfaatkan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Penggunaan kuesioner sebagai satu-satunya alat dalam pengumpulan data memiliki sejumlah keterbatasan. Salah satu kendalanya ialah responden tidak memiliki kesempatan untuk memberikan jawaban di luar pilihan yang telah disediakan dalam instrumen tersebut. Selain itu, terdapat kemungkinan bahwa responden memberikan jawaban yang kurang mencerminkan kondisi sebenarnya. Walaupun demikian, peneliti telah berupaya meminimalkan potensi kesalahan dengan merancang kuesioner secara cermat agar setiap pernyataan dapat dengan mudah dipahami oleh para responden. Seluruh butir pernyataan juga disusun berdasarkan indikator

dari masing-masing variabel penelitian secara menyeluruh sehingga mampu menggambarkan variabel yang diteliti secara komprehensif. Upaya tersebut terbukti efektif karena hasil pengujian terhadap instrumen penelitian menunjukkan bahwa kuesioner memiliki hasil yang valid dan reliabel.

3. Lingkup populasi yang peneliti gunakan relatif terbatas serta jumlah sampel yang diambil kecil, sehingga penjabaran responden belum mencapai tingkat optimal.
4. Keterbatasan variabel dalam penelitian ini hanya meneliti menggunakan dua variabel independen saja yaitu *sharia compliance* dan *relationship quality* sehingga harapan untuk penelitian selanjutnya yaitu dapat menggunakan variabel independen lain berupa citra perusahaan, kemudahan, atau pengalaman merek .



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, B., & Laha, M. S. (2020). IMPLEMENTATION OF FIELD STUDIES TO IMPROVE PROBLEM ANALYSIS ABILITY (CASE STUDY IN THE STUDENT SOCIOLOGY IISIP YAPIS BIAK). *Jurnal Nalar Pendidikan*, 51(10), 1295–1307. <https://doi.org/10.1124/dmd.122.001072>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(1), 179–211. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Amelia, R., & Ayani, F. (2020). Customer retention and its impact on customer loyalty. *Journal of Business and Management*, 12 no 3, 45–60.
- Ariska, N. (2020). *Pengaruh relationship quality terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk kantor cabang pembantu panyabungan*. <http://etd.iain-padangsidempuan.ac.id/id/eprint/6436>
- Azazi, Y., & Rusmani. (2019). PRINSIP BISNIS DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI ISLAM. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1–9.
- Daswir, M. A., & Helmi, A. R. (2018). Meninjau Konsep Relationship Quality Dalam Hubungan Pemasaran. *JEBT*, 14.
- Dewi, R. (2024). *Pengaruh Kemudahan Akses, Penggunaan Layanan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Menggunakan Mobile Banking di Era Cashless Society*.
- Dwi Lestari, H., & Putri Pertiwi, I. F. (2021). The Effect of Corporate Social Responsibility (CSR), Relationship Marketing and Shariah Compliance on Customer Loyalty with Customer Emotional Response As Intervening. *Social Science Studies*, 2(1), 001–014. <https://doi.org/10.47153/sss12.2142021>

- Fauzy, T. R., Mei, D., Ristanti, R., & Anasfi, F. P. (2023). *Tibuana Journal of applied Industrial Engineering-University of PGRI Adi Buana e- ISSN 2622-2035 CRM (Customer Relationship Management) Effect on Increasing Customer Loyalty (Case Study : Bank X – Pasuruan Branch Officer) Tibuana Journal of applied Industrial Engineering-University of PGRI Adi Buana p-ISSN 2622-2027 e- ISSN 2622-2035. 06(2), 141–146.* <https://doi.org/10.36456/tibuana.6.2.7843.141-146>
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *SAGE Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020919517>
- Ghozali, I. (2017). *Ekonometrika: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan IBM SPSS 24. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.*
- Hadiyanto, H. S. (2021). *Customer Retention and Related Factors Analysis in Financial Services Company. 12(July), 93–101.* <https://doi.org/10.21512/bbr.v12i2.6546>
- Hanaysha, J. R. (2018). Customer Retention and the mediating role of preceived value in retail industry. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 14.
- 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) Ika. *Edunomika*, 8.
- Hasibuan, A. N. (2018). Strategi Pemasaran Produk Funding Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidimpuan. *Jurnal IMARA, Volume 2 N, 52.*
- Ibrahim, M. I., & Rachmawati, L. (2020). Persepsi Nasabah Tentang Implementasi

- Shariah Compliance dan Good Corporate Governance Terhadap Loyalitas Nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Sidoarjo. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(3), 44–53. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n3.p44-53>
- Indriani, S. (2021). *Pengaruh Sharia Compliance Dan Emotional Attachment Serta Religiosity Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi*. http://repository.unissula.ac.id/24795/%0Ahttp://repository.unissula.ac.id/24795/2/30401900392_fullpdf.pdf
- Indriyani, Y. (2023). *PENGARUH SHARIAH RELATIONSHIP MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN CUSTOMER RETENTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Konsumen Zoya di Salatiga) SKRIPSI*.
- Irawati. (2015). *“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Modem Smartfren Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area*.
- Jasfar, F. (2002). Kualitas Hubungan (Relationship Quality) Dalam Jasa Penjualan: Pengaruh Hubungan Interpersonal. *Media Ekonomi*, 2.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Boletin cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de España* (Vol. 22).
- Latifah, I. I., Rapida, I., & Mintarsih, M. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Komitmen dan Syariah Compliance terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Multijasa dengan Akad Ijarah di PT BPRS HIK Parahyangan Bandung. *Jurnal Dimamu*, 1(2), 170–179. <https://doi.org/10.32627/dimamu.v1i2.475>
- Ma'rifa, H. S. F. (2023). *Pengaruh Kebocoran DATA (Ransomware) dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia di Provinsi Jawa Tengah*.

- Mardhatillah, N. (2024). Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah KPR Subsidi Pada Bank PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Padang. *JRIME: JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI*, Vol.2, No.
- Maryama. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP. Curup.*
- Mutammam, M., Sumarwan, U., & Tinaprilla, N. (2019). Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengisian Angin Merek Green Nitrogen. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 231–241. <https://doi.org/10.17358/jabm.5.2.231>
- Napitupulu, R. M. (2016). Kajian Internet Sebagai Media Pemasaran Pada Industri Perbankan Syariah. *Jurnal Al-Masharif, Volume 4*, 184.
- Nur Rafika Putri, A., & Sri Rahayu, Y. (2022). Customer retention sebagai variabel intervening pada pengaruh relationship quality terhadap loyalitas nasabah tabungan bank syariah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11, 241–251.
- Nuriatullah, Ahmed, I., & Rusanti, E. (2024). Shariah Compliance, Customer Relationship Marketing, and Loyalty in Islamic Banking: The Role of Customer Satisfaction. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(1), 54–72. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v6i1.281.54-72>
- Nurjannah, A., Junaidi, H., & Maulana, C. Z. (2023). *Pengaruh Shariah Compliance dan Spiritual Marketing terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palembang Sudirman. 4(2).*
- Oktapiani, A. A., & Anggraini, T. (2022). Pengaruh Relationship Marketing, Corporate Image dan Syariah Compliance Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT BSI KCP Gunung Tua. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3423.

<https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6803>

- Pardiansyah, E. (2022). Konsep Riba Dalam Fiqih Muamalah Maliyyah Dan Praktiknya Dalam Bisnis Kontemporer. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1270–1285.
- Pokhrel, S. (2024). PENGARUH KEPUASAN NASABAH, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA PASCA SERANGAN SIBER. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Pratitis, M. P., Nafiah, L. N., Setyoningsih, H., & Tunggadewi, A. P. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian*.
- Putera, A. D., Dalle, J., & Syafari, M. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Penabung Aktif Pt Bank Bukopin Cabang Banjarmasin. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 10(2), 1. <https://doi.org/10.20527/jbp.v10i2.10952>
- Putri, A. N. R. (2023). PENGARUH RELATIONSHIP QUALITY TERHADAP LOYALITAS DENGAN CUSTOMER RETENTION ISEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA NASABAH TABUNGAN PT. BANK BTN CABANG SYARIAH MALANG. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 241–251. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim>
- R, N., A, A., Budiman, E, F., & Y, T. (2020). How to Increase Customer Retention on Central Java MSMEs? *ICBAE*.
- Rahman Baihaki, F., Fadhila Rahma, T. I., & Nasution, J. (2023). Pengaruh Islamic Branding Dan Islamic Service Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Indonesia Dengan Customers Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 4, 1528–1544.
- Ratri, F. D. P., & Riyadi, S. (2022). Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel

- Intervening Pada Nasabah DPK Bank Jatim Cabang Hr Muhammad Surabaya. *Soetomo Business Review*, 3(4), 660–671.
- Ricadonna, N. A., Saifullah, M., & Prasetyoningrum, A. K. (2021). The Effect of Trust and Brand Image on Customer Retention with Customer Loyalty as Intervening Variables to Customers of Sharia Commercial Banks. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 25(2), 311–323. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v25i2.5145>
- Ridha, N. (2017). PROSES PENELITIAN, MASALAH, VARIABEL DAN PARADIGMA PENELITIAN. *Jurnal Hikmah*, 39(1), 672–673. <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>
- Santalia, A., Adha, M. A., & Adi, S. P. (2024). *Pengaruh Automatic Teller Machine (ATM), Mobile Banking , Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia*. 09(02), 327–340. <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i02.1801>
- Sari, N., Nasution, A. I. L., & Hasibuan, R. R. A. (2024). Pengaruh Customer Value Dan Syariah Compliance Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah). *JUMSI: Jurnal Manajemen Akuntansi*, 4(1), 713–730.
- Septiana, N. M., Artiningsih, D. W., & Hairudinor, H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Pt Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Cabang Banjarmasin Samudera). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 10(2), 24. <https://doi.org/10.20527/jbp.v10i2.10955>
- Sihombing, A. (2023). Pengaruh Sistem Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Sibolga. *JUMSI: Jurnal Manajemen Akuntansi*, Vol. 3, No.
- Sribakti, K., & Nurkariani, N. L. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Jasa dan Kualitas Produk Perbankan Melalui Kepuasan Nasabah Yang Berdampak

- Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Singaraja. *Jurnal Daya Saing*, 9(1), 49–56.
- Suartini, K. (2021). *Pengaruh Metode Mind Mapping Terhadap Pemahaman Mahasiswa Dalam Membuat Kerangka Berpikir Pada Penyusunan Proposal Penelitian*.
- Sugiyono. (2007). *Memahami Penelitian Kuantitatif*.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kualitatif dan R and D. In *Bandung: Alfabeta* (Vol. 3, Issue April).
- Sujarweni, V. W. (2022). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*.
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah*.
- Utami, M., Handayani, T., & Pusporini. (2019). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH*.
- Wahyudi, R., Batubara, M., & Tambunan, K. (2022). Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi Ajb Bumiputera Cabang Medan. *Jurnal INTELEKTIVA*, Vol 3(6), 78.
- Wardani, K. A. (2021). Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Bri Syariah Kcp Metro). *Suparyanto Dan Rosad (2015)*, 89.