

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEPUASAN, DAN KUALITAS
PELAYANAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS
NASABAH DALAM MENGGUNAKAN BSI MOBILE
(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia
KC Pekalongan Pemuda)**

SKRIPSI

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



Oleh :

NURAINI
NIM : 4219008

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEPUASAN, DAN KUALITAS
PELAYANAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS
NASABAH DALAM MENGGUNAKAN BSI MOBILE
(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia
KC Pekalongan Pemuda)**

SKRIPSI

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



Oleh :

NURAINI
NIM : 4219008

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nuraini

NIM : 4219008

Judul Skripsi : **Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, dan Kualitas Pelayanan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan BSI *Mobile* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda).**

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, 17 Maret 2023

Yang Menyatakan,



Nuraini
4219008

NOTA PEMBIMBING

Agus Arwani, M.Ag

**Jl. Prawasan Barat RT 02 RW 07, Kedungwuni Timur, Kedungwuni, Kabupaten
Pekalongan.**

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Nuraini

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Prodi Perbankan Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

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

Nama : Nuraini

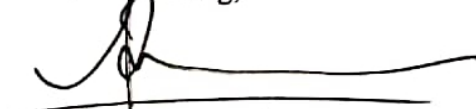
NIM : 4219008

Judul Skripsi : **Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, dan Kualitas Pelayanan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan BSI Mobile (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda).**

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

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 17 Maret 2023
Pembimbing,



Agus Arwani, M.Ag
NIP. 19760807 201412 1 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.febi.uingusdur.ac.id email: febi@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudara:

Nama : **Nuraini**
NIM : **4219008**
Judul Skripsi : **Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, dan Kualitas Pelayanan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan BSI Mobile (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda)**

Telah diujikan pada hari Selasa tanggal 28 Maret 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

H. Ahmad Rosyid, S.E., M.Si
NIP. 197903312006041003

Penguji II

Bahtiar Effendi, M.E.
NIP. 198510012019081001

Pekalongan, 28 Maret 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 197502201999032001

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah: 286)

“Ketahuilah bahwa kemenangan bersama kesabaran, kelapangan bersama kesempitan, dan kesulitan bersama kemudahan”

(HR. Tirmidzi)

“Believe me, after your failure there is a sign of your succes”

(Percayalah, setelah kegagalan ada sebuah pertanda kesuksesan”

(Penulis)

“Bukan saya yang hebat, melainkan doa dan ridho kedua orangtua saya yang hebat! karena merekalah kunci sukses dalam hidup saya”

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya atas terselesaikannya skripsi ini sebagai pemenuhan syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis memberikan persembahan sebagai ucapan terimakasih. Berikut persembahan skripsi ini ditujukan kepada:

1. Teruntuk kedua orang tua saya, Bapak Durro dan Ibu Daryonah pahlawan dalam hidup saya yang selalu mendukung dan mendoakan setiap langkah saya, memberikan semangat dan kasih sayang yang begitu besar kepada saya hingga perjalanan saya dalam menggapai cita-cita dapat tercapai dengan lancar hingga meraih gelar Sarjana Ekonomi.
2. Keluarga saya, kedua kakak laki-laki saya Nur Rohim dan Hufron, kedua kakak ipar saya Lulu Musriqoh dan Tufi Lusiana, serta kedua keponakan saya Adila Nisa Ardani dan Putri Najeela Salma, yang selalu ada untuk menghibur, menemani dan turut memberikan saya dukungan dalam menggapai cita-cita saya.
3. Almamater saya Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dosen pembimbing skripsi saya, Bapak Agus Arwani, M.Ag yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing saya hingga skripsi ini selesai.

5. Dosen pembimbing akademik saya, Bapak Zawawi, Dr. M.A yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan dan memotivasi saya.
6. Kepada bapak dan ibu dosen serta staf akademik jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman wahid Pekalongan, yang telah membantu kelancaran dalam proses administrassi skripsi saya.
7. Keluarga Besar pondok pesantren Az-Zabur Kajen terkhusus Abah Ali Musyafa S.I.P Al-Hafidz yang selalu memberikan motivasi, ilmu, serta pengalaman yang luar biasa bermanfaat bagi saya.
8. Sahabat IKMAB IAIN Pekalongan yang telah menemani berproses, memberikan banyak pengalaman, relasi dan ilmu yang sangat berharga.
9. Sahabat-sahabat saya (Listiawati, Eka Amrina, Eka Frendika, Bunga Alisa, Ambarwati, Mei Rahmawati) yang selalu ada dan saling mendukung semenjak maba hingga saat ini telah berjuang bersama.
10. Mutia Alvina, Putri letisya, Sri Wigiyanti, yang telah memotivasi dan menyemangati saya dalam proses pengerjaan skripsi.
11. Keluarga Magang Bank Jateng, KKN Tematik Desa Darmayasa , dan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang sudah memberikan semangat, dukungan, serta motivasi.
12. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah 2019, semoga kita bisa sukses bersama, Aamiin.

ABSTRAK

NURAINI, Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, Dan Kualitas Pelayanan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan BSI *Mobile* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah KC Pekalongan Pemuda).

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia sangat signifikan, salah satunya perbankan syariah yaitu Bank Syariah Indonesia. Pertumbuhan sektor Bank Syariah Indonesia tidak terlepas dari pertumbuhan teknologinya yaitu BSI *Mobile*. Dalam industri perbankan, loyalitas nasabah merupakan faktor utama yang harus dijaga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan, kepuasan, dan kualitas pelayanan nasabah terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile*.

Jenis penelitian ini adalah *field research* dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Dimana variabel yang digunakan yaitu kepercayaan, kepuasan, kualitas pelayanan, dan loyalitas nasabah. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda dengan sampel sebanyak 96 responden. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah penyebaran kuesioner.

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan (1) terdapat pengaruh negatif dan signifikan variabel kepercayaan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile* dengan perbandingan t hitung $(-5,307) > t$ tabel $(1,989)$. (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kepuasan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile* dengan perbandingan t hitung $(10,146) > t$ tabel $(1,989)$. (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile* dengan perbandingan t hitung $(4,182) > t$ tabel $(1,989)$. (4) secara keseluruhan menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, kepuasan, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile*, dengan dibuktikan oleh hasil f hitung $63,204 > f$ tabel $2,70$ dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$. nilai Adjusted R Square sebesar $0,663$ yang menunjukkan bahwa variabel independent (kepercayaan, kepuasan, dan kualitas pelayanan) secara simultan memberikan kontribusi terhadap variabel dependen (loyalitas) sebesar $66,3\%$ dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

Kata Kunci : kepercayaan, kepuasan, kualitas pelayanan, loyalitas nasabah.

ABSTRACT

NURAINI, The Influence of Trust, Satisfaction, and Customer Service Quality on Customer Loyalty in Using BSI Mobile (Case Study on Customers of Syariah Bank KC Pekalongan Pemuda).

The development of the Islamic economy in Indonesia is very significant, one of which is Islamic banking, namely the Indonesian Sharia Bank. The growth of the Indonesian Islamic Bank sector is inseparable from the growth of its technology, namely BSI Mobile. In the banking industry, customer loyalty is a major factor that must be maintained. This study aims to determine how much influence customer trust, satisfaction, and service quality have on customer loyalty in using BSI Mobile.

This type of research is field research with a quantitative research approach. Where the variables used are trust, satisfaction, service quality, and customer loyalty. The population in this study were customers of Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda with a sample of 96 respondents. Source of data used is primary data. Data collection method used is the distribution of questionnaires.

Based on the results of the study, it shows (1) there is a negative and significant effect of the trust variable on customer loyalty in using BSI Mobile with a ratio of t count $(-5.307) > t$ table (1.989) . (2) there is a positive and significant effect of the satisfaction variable on customer loyalty in using BSI Mobile with a ratio of t count $(10.146) > t$ table (1.989) . (3) there is a positive and significant influence of service quality variables on customer loyalty in using BSI Mobile with a ratio of t count $(4.182) > t$ table (1.989) . (4) as a whole shows that the variables of trust, satisfaction, and service quality simultaneously have a impact on customer loyalty in using BSI Mobile, as evidenced by the results of f count $63.204 > f$ table 2.70 and a significance value of $0.000 < 0.05$. Adjusted R Square value is 0.663 which indicates that the independent variables (trust, satisfaction, and service quality) simultaneously contribute to the dependent variable (loyalty) of 66.3% and the rest is influenced by other variables not included in this study.

Keywords: trust, satisfaction, service quality, customer loyalty.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum. Wr. Wb

Alhamdulillahirobbil'alamin, Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala hidayah, taufiq, serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, dan Kualitas Pelayanan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan BSI *Mobile* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda)” dapat tersusun dan terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam selalu tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabat-Nya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan berbagai pihak sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis sampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustaqim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H., selaku Dekan FEBI UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak M. Shultoni, Lc., M.A., M.S.I., Ph.D., selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Dr. Zawawi M.A selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dengan sabar, dan selalu memberi motivasi.

5. Bapak Agus Arwani, M.Ag selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Prodi Perbankan Syariah UIN K.H. Absurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis
7. Keluarga tercinta, Bapak Durro dan Ibu Daryonah yang senantiasa memberikan doa, semangat, dukungan, dan motivasi.
8. Para nasabah BSI KC Pekalongan Pemuda yang telah berkenan menjadi responden dalam penelitian ini.
9. Keluarga besar Ponpes Azzabur Kajen, IKMAB IAIN Pekalongan, sahabat-sahabat, serta teman seperjuangan prodi Perbankan Syariah.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis, khususnya bagi pihak lain yang memerlukan. Sekian dan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pekalongan, 17 Maret 2023



Nuraini
4219008

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xvi
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	7
D. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Kerangka Teori.....	10
B. Telaah Pustaka	31
C. Kerangka Berpikir	43
D. Hipotesis.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Jenis Penelitian	48
B. Pendekatan Penelitian.....	48
C. Setting Penelitian	48
D. Populasi dan Sampel.....	49

E. Teknik Pengambilan Sampel	51
F. Variabel Penelitian	51
G. Sumber Data	54
H. Teknik Pengumpulan Data	54
I. Metode Analisis Data.....	55
1. Analisis Deskriptif	55
2. Uji Instrumen	55
3. Uji Asumsi Klasik.....	56
4. Analisis Regresi Linier Berganda	58
5. Uji Hipotesis.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
A. Deskripsi Objek Penelitian	61
1. Profil Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda	61
2. Sejarah Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda.....	61
3. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia.....	62
B. Analisis Deskriptif Data Responden.....	63
1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
2. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	64
3. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
4. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	66
5. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	67
6. Profil Responden Berdasarkan Domisili	68
7. Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia	69
C. Deskriptif Jawaban Kuesioner.....	70
1. Kepercayaan.....	70
2. Kepuasan	72
3. Kualitas Pelayanan	74
4. Loyalitas Nasabah	76
D. Analisis Data	78
1. Uji Instrumen	78

2. Uji Asumsi Klasik	81
3. Analisis Regresi Linear Berganda	84
4. Uji Hipotesis.....	86
E. Pembahasan Hasil Analisis Data	89
BAB V PENUTUPAN	95
A. Kesimpulan.....	95
B. Keterbatasan Penelitian	96
C. Implikasi	96
D. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama republic Indonesia No. 158 Tahun 1987. Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya. Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman Transliterasi Arab - Latin ini meliputi :

1. 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 dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf Arab 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	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan 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
ش	Syin	Sy	esdan 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	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

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

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

2) Vokal Rangkap

Vokal rakap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِيّ ...	Fathahdanya	Ai	a dani
اُوّ ...	Fathahdanwau	Au	a dan u

Contoh : كَتَبَ -kataba

فَعَلَ -fa'ala

ذُكِرَ -zukira

3. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

1) Ta'marbutah hidup

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

2) Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau 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 terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h)

Contoh :	رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	- raudah al-aṭfāl
		- raudatulatfāl
	الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ	-al-Madīnah al-Munawwarah
		-al-Madīnatul-Munawwarah
	طَلْحَة	-talhah

4. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang samadengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh :	رَبَّنَا	-rabbanā
	الْبِرَّ	- al-birr
	الْحَجَّ	- al-ḥajj

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf

qamariyah.

1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditranslite-rasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /1/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditranslite-rasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3) Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :	الرَّجُلُ	-ar-rajulu
	السَّيِّدُ	-as-sayyidu
	الشَّمْسُ	- as-syamsu
	القَلَمُ	- al-qalamu

6. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :	شَيْءٌ	-syai'un
	إِنَّ	-inna
	أَمْرٌ	-umirtu

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu, 32
Tabel 3.1	Definisi Variabel, 52
Tabel 3.2	Skala Pengukuran, 55
Tabel 4.1	Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin, 64
Tabel 4.2	Deskripsi responden berdasarkan usia, 65
Tabel 4.3	Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan, 65
Tabel 4.4	Deskripsi responden berdasarkan Pendidikan, 66
Tabel 4.5	Deskripsi responden berdasarkan pendapatan, 67
Tabel 4.6	Deskripsi responden berdasarkan domisili, 68
Tabel 4.7	Deskripsi responden berdasarkan lama menjadi nasabah BSI, 69
Tabel 4.8	Distribusi jawaban responden variabel kepercayaan (X1), 70
Tabel 4.9	Distribusi jawaban responden variabel kepuasan (X2), 72
Tabel 4.10	Distribusi jawaban responden variabel kualitas pelayanan (X3), 74
Tabel 4.11	Distribusi jawaban responden variabel loyalitas nasabah (Y), 76
Tabel 4.12	Hasil uji validitas kepercayaan, 79
Tabel 4.13	Hasil uji validitas kepuasan, 79
Tabel 4.14	Hasil uji validitas kualitas pelayanan, 80
Tabel 4.15	Hasil uji validitas loyalitas, 80
Tabel 4.16	Hasil uji reliabilitas, 81
Tabel 4.17	Hasil uji normalitas, 82
Tabel 4.18	Hasil uji multikolinearitas, 82
Tabel 4.19	Hasil uji heteroskedastisitas, 83

Tabel 4.20	Hasil uji linearitas, 84
Tabel 4.21	Hasil analisis regresi linear berganda, 85
Tabel 4.22	Hasil uji t, 87
Tabel 4.23	Hasil uji F, 88
Tabel 4.24	Hasil uji R^2 , 89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teori, 43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian, I
Lampiran 2	Data Identitas Responden, VI
Lampiran 3	Data Mentah Kuesioner, XIV
Lampiran 4	Hasil Uji Instrumen Penelitian, XX
Lampiran 5	Tabel Distribusi r, XXX
Lampiran 6	Tabel t, XXXIII
Lampiran 7	Tabel f, XXXVI
Lampiran 8	Surat Izin Penelitian, XXXIX
Lampiran 9	Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian, XL
Lampiran 10	Dokumentasi, XLI
Lampiran 11	Daftar Riwayat Hidup Penulis, XLII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dari tahun ke tahun perkembangan ekonomi syariah di Indonesia sangat signifikan. Diantaranya yaitu dalam bidang perbankan syariah. Perbankan syariah di Indonesia adalah komponen utama pertumbuhan ekonomi syariah. Dengan mayoritas agama warga negara Indonesia adalah Islam, tidak heran jika warga negara Indonesia tidak terlepas dari hukum syariah Islam. Disinilah perbankan syariah memiliki kesempatan untuk berkembang. Mereka mengharapkan adanya sistem perbankan berbasis syariah yang aman dan dapat dipercaya guna membantu kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi sesuai ketentuan undang-undang No. 21 Tahun 2008 terkait perbankan Syariah (Harish, 2017).

Dalam rangka mewujudkan dan menumbuh kembangkan perbankan berbasis syariah, pemerintah sendiri telah mneunjukkan komitmennya, dengan mendukung perubahan antara perbankan konvensional menjadi perbankan yang berbasis syariah yang sesuai dengan ketentuan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 64/Pojk.03/2016. Peraturan tersebut menegaskan bahwa tujuan peralihan dari bank konvensional ke bank syariah adalah untuk menstabilkan perekonomian nasional secara seimbang(Sakhowi, 2018).

Banyak pelaku perbankan telah mengkonversi dari bank konvensional menjadi bank syariah, karena pertumbuhan perbankan syariah memiliki prospek yang cerah. Khususnya bank-bank umum yang berada di Kota

Pekalongan sekarang memperkenalkan strategi perbankan berbasis syariah. Seperti Mandiri Syariah, BRI Syariah, dan BNI Syariah, yang saat ini telah bergabung menjadi Bank Syariah Indonesia atau BSI Syariah(Sakhowi, 2018).

Sebagai contoh, bank umum syariah telah meningkatkan kinerjanya secara signifikan di Pekalongan. Hal ini dikarenakan pertumbuhan aset yang lebih *intens* (tinggi) dibandingkan periode-periode sebelumnya. Hasil akhir pencatatan aset tercatat pada tahun 2021 per Desember 562 (dalam miliar) dengan presentase sebesar 80,15%. Angka tersebut lebih tinggi dari sebelumnya tahun 2020 sebesar 406 (dalam miliar) dengan presentase 48,76%(OJK, 2021).

Pertumbuhan sektor perbankan tidak terlepas dari pertumbuhan teknologi informasi. Teknologi informasi saat ini menjadi alat penting dalam mengubah strategi bisnis di seluruh dunia, termasuk perbankan syariah untuk memproduksi dan menyediakan jasa. Aplikasi *E-Banking* atau *Electronic Banking* yang memberikan kemudahan dengan menawarkan layanan perbankan pada aplikasi atau *website* yang dibuat oleh perusahaan bank untuk menawarkan transaksi *online*, yang mana hal tersebut merupakan kegiatan perbankan syariah yang memanfaatkan teknologi. Salah satu metode pemasaran perusahaan bank, baik itu bank pemerintah maupun swasta, adalah dengan menggunakan teknologi tersebut(Harish, 2017) .

Electronic Banking atau *Mobile Banking* yaitu penyedia layanan yang menyediakan berbagai macam layanan transaksi perbankan dengan menggunakan berbagai fitur yang tersedia pada perangkat *mobile*

(*Handphone*)(Harish, 2017). *Mobile banking* mampu membuat nasabah merasa puas karena layanan yang semakin populer dan dapat mengubah cara nasabah melakukan transaksi semakin mudah. Meskipun tidak terdapat kejanggalan bahwa *mobile banking* menawarkan ruang kerja non-standar bagi penyedia layanan, ada beberapa kelemahan seperti jaringan internet yang tidak stabil dan kerusakan *smartphone*, kekhawatiran tentang keamanan ata dan privasi serta kurangnya kepercayaan pada keamanan *mobile banking* (Chawla & Joshi, 2019). Hal tersebut menunjukkan bahwasannya masih harus menguji lebih lanjut faktor kepercayaan nasabah terhadap penggunaan *mobile banking*. Selain mendapatkan kepercayaan, faktor kepuasan sangat penting untuk meningkatkan loyalitas dan niat jangka panjang nasabah dalam menggunakan *mobile banking*(Rhamdhani, 2020).

Kotler dan Keller (2009), menyatakan bahwa kunci dari sebuah bisnis adalah dapat menciptakan nasabah yang loyal. Loyalitas merupakan jenis hubungan komunikasi yang kuat antara nasabah dan perusahaan. Nasabah yang loyal berpotensi menyebarkan informasi kepada pihak lain dan umumnya setia terhadap segala bentuk layanan perusahaan dalam jangka waktu panjang, sehingga loyalitas nasabah pada dasarnya melebihi perilaku dan selera, preferensi dan niat untuk masa depan(Yendra, 2014).

Dalam Industri perbankan loyalitas adalah faktor terpenting untuk bertahan dalam kelangsungan perusahaannya. Kesetiaan nasabah sangat penting dan dibutuhkan oleh perbankan untuk meningkatkan kualitas layanan. Apabila nasabah mendapat pelayanan sesuai dengan harapan baik dri segi

pelayanan maupun lainnya maka nasabah akan merasa puas. Menjadikan nasabah memiliki rasa kepercayaan dan mempunyai komitmen menjadi nasabah yang loyal. Selain itu, perbankan juga bersaing mendapatkan nilai dari nasabah dan mencoba menemukan cara buat menaikkan loyalitas nasabah. Kualitas layanan dan kepuasan nasabah sangat diutamakan bagi perbankan untuk menciptakan nasabah yang loyal (Astuti et al., 2020).

Dalam menciptakan nasabah yang loyal, kualitas layanan dan kinerja produk menjadi pusat perhatian nasabah untuk menjamin kepuasan nasabah. Nasabah dapat merasakan kepuasan dan menarik kesimpulan untuk menghasilkan harapan yang diinginkan apabila pelayanan dan kualitas produk yang di dapat sesuai dengan harapan. Nasabah tidak puas ketika kualitas layanan dan produk tidak memenuhi harapan. Ketika kualitas layanan dan produk melebihi harapan, nasabah sangat puas (Ulfa, 2018).

Apabila nasabah telah merasa puas, artinya nasabah telah percaya terhadap perbankan syariah. Kemudian apabila tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank tersebut semakin tinggi, maka semakin besar pula dana yang tersimpan dan tersalurkan kembali untuk nasabah agar mendapatkan profitabilitas secara optimal. Ketika bank syariah telah memberikan pelayanan yang bagus terhadap nasabah, maka tingkat kepercayaan yang dimiliki oleh nasabah terhadap bank tersebut semakin baik sehingga bank syariah dapat mempertahankan hubungan baik dengan nasabahnya (Delvi & Musfiroh, 2021).

Menurut Lee dan Moghavvemi (2015), kinerja keuangan suatu bank tergantung pada nasabahnya, sehingga menjalin dan memelihara hubungan nasabah yang baik merupakan kunci sukses dalam dunia perbankan. Jika suatu bank memiliki nasabah yang loyal, maka akan lebih kompetitif dengan bank lain. Nasabah tidak akan tertarik untuk berpindah bank, bahkan jika mereka menerima yang lebih menguntungkan. Oleh karena itu, bank harus mengambil segala tindakan dan menjaga kepercayaan nasabah agar bisa mempertahankan nasabahnya (Utama & Murti, 2021).

Kepercayaan juga diakui sebagai faktor penting dalam layanan Internet, dan banyak nasabah yang memiliki akses informasi perbankan melalui media online berdasarkan kepercayaan. Menjaga keamanan juga merupakan faktor terpenting dalam membangun kepercayaan yang mempengaruhi nasabah bank (Wahyuningsih & Janah, 2018).

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh (Riananda, 2019) dengan judul *“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo”*, menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo. Kemudian dalam penelitian oleh (Kuntara, 2021), yang berjudul *“Pengaruh Kepercayaan Dan Ekuitas Merk Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Bengkulu”*, menyatakan bahwa kepercayaan dan ekuitas merk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Bengkulu.

Kualitas layanan merupakan faktor yang perlu diperhatikan oleh perusahaan perbankan. Sebelum berdirinya *mobile banking* atau *internet banking*, kualitas pelayanan yang dilakukan bank pada nasabah masih belum efisien dan efektif, sehingga semua transaksi yang akan dilakukan harus datang langsung ke bank setempat untuk menyelesaikannya. Belum lagi antrian panjang yang membutuhkan waktu lama. Tidak hanya kualitas layanan tetapi juga kepercayaan mereka terhadap layanan perbankan dianggap sebagai tabungan oleh nasabah bank. Dalam layanan perbankan, nasabah telah mengembangkan rasa kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan *mobile banking*. Misalnya, kerahasiaan nasabah dijaga oleh bank secara efisien dan tepat waktu, serta pembayaran dilakukan tepat waktu dan dengan keterlambatan yang minimal, transparansi pembayaran, tingkat akses yang kompetitif, kualitas layanan, loyalitas nasabah menjadi faktor utama bagi perbankan (Rinaldi et al., 2017).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka penulis tertarik untuk mengambil judul dalam penelitian ini: **“PENGARUH KEPERCAYAAN, KEPUASAN, DAN KUALITAS PELAYANAN NASABAH TERADAP LOYALITAS NASABAH DALAM MENGGUNAKAN BSI *MOBILE* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dijabarkan rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile* ?
2. Apakah kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile* ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile* ?
4. Apakah kepercayaan, kepuasan, dan kualitas pelayanan nasabah berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile*?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan secara signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile*.
 - b. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan secara signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile*.
 - c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile*.
 - d. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kepuasan, dan kualitas pelayanan nasabah secara simultan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile*.
2. Manfaat Penelitian
 - a. Manfaat Akademis

Penulis berharap hasil penelitian ini bisa bermanfaat untuk peneliti

selanjutnya, dan memacu berkembangnya penelitian lebih lanjut, khususnya bagi mahasiswa/i fakultas ekonomi.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Sebagai cara untuk mempraktikkan teori yang sudah diperoleh selama di bangku perkuliahan. Kemudian melalui penelitian ini penulis juga berharap dapat meningkatkan ilmu pengetahuan dan wawasannya mengenai pengaruh kepercayaan, kepuasan, dan kualitas pelayanan nasabah terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile*.

2) Bagi Bank Syariah Indonesia

Sebagai sumbangan pemikiran dan penilaian bagi Bank Syariah Indonesia dalam menentukan manajemen perusahaan agar terciptanya loyalitas nasabah terhadap Bank Syariah Indonesia.

3) Bagi Nasabah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu para nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan transaksi yang ada dan membuat sikap loyal para nasabah terhadap Bank Syariah Indonesia.

D. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini terdapat lima bab pembahasan yang disusun dan digunakan sebagai acuan dalam berfikir secara sistematis. Berikut rancangan sistematika pembahasannya.

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi landasan teori yang akan dibahas, telaah pustaka, kerangka berpikir, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis serta pendekatan dalam penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi paparan dan pembahasan yang menjelaskan tentang pengaruh kepercayaan, kepuasan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile*, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Bagian ini merupakan bab terakhir. Pada bab ini berisi simpulan, keterbatasan penelitian, implementasi, saran, daftar pustaka, dan lampiran lainnya.

BAB V

PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Variabel kepercayaan (X1) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile* dengan perbandingan t hitung $(-5,307) > t$ tabel $(1,989)$, dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,005$.
2. Variabel kepuasan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile* dengan perbandingan t hitung $(10,146) > t$ tabel $(1,989)$, dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,005$.
3. Variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile* dengan perbandingan t hitung $(4,182) > t$ tabel $(1,989)$, dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,005$.
4. Hasil pengujian f atau secara simultan menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X1), kepuasan (X2), dan kualitas pelayanan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile*, dengan dibuktikan oleh hasil f hitung $63,204 > f$ tabel $2,70$ dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian hanya mengenakan 3 variabel bebas, sebab ada elemen-elemen lain yang mempengaruhi loyalitas nasabah.
2. Penelitian hanya mengenakan sampel yang terbatas pada lingkup Kota Pekalongan.

C. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Diharapkan model penelitian ini dapat menambah literatur riset ekonomi dibidang pemasaran

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini digunakan sebagai anjuran bagi Bank Syariah Indonesia. Memperhatikan layanan yang handal bagi nasabah serta mempertahankan loyalitas nasabah pada saat menggunakan layanan BSI *Mobile*.

D. Saran

Dari hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang diberikan yaitu sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan kepercayaan, kepuasan, dan kualitas pelayanan nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan sehingga variabel ini perlu diperhatikan oleh BSI KC Pekaongan Pemuda dalam meningkatkan loyalitas nasabahnya.
2. Untuk penelitian selanjutnya terkait loyalitas nasabah, diharapkan dapat meneliti pada perusahaan BSI pada lingkup lain atau yang lebih luas, dan

juga diharapkan dapat mengkaji komponen variabel lainnya dalam penelitian yang sejenis, karena mungkin variabel lain memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI dalam menggunakan BSI *Mobile*, sehingga pengetahuan berkembang dan tentunya hal itu berguna untuk masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adela, M. (2020). *Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Bni Syariah Kcp Rajabasa)*. Skripsi.
- Arwani, A. (2015). Pengaruh Sikap Mahasiswa Terhadap Minat Pada Bank Syariah. *Jurnal Penelitian, Vol. 12 No*, Hlm. 1-23.
- Astuti, Y. W., Agriyanto, R., & Turmudzi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Xix(3)*, 134–158.
- Barata, A. A. (2022). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (R. L.Toruan (Ed.)). Jakarta : Pt Elex Media Komputindo.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana.
- Delvi, O., & Musfiroh, M. F. S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Pada Bri Syariah Kcp Weleri. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah, 1(1)*, 60–70.
- Fauzia, I. (2013). Kajian Tentang Kepercayaan Dalam Bisnis Dan Pemasaran Islam. *Journal Eprints Perbanas*, 13–14.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program Ibm Spss 19. Ed.5*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program Ibm Spss 21. Ed.7*, 52.

- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga.
- Harish, I. N. (2017a). Pengaruh Kepercayaan Nasabah Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah. *Skripsi Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Harish, I. N. (2017b). Pengaruh Kepercayaan Nasabah Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Depok). *Skripsi Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Huda, M. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Lokasi, Pelayanan, Jasa Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Koperasi Unit Desa "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan. *Humanis: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 13(1), 22–34. <https://doi.org/10.52166/Humanis.V13i1.2186>
- Indonesia, B. S. (N.D.). *Sejarah Perseroan*. [https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html#:~:text=Bsi Mmerupakan Bank Hasil Merger,%2fb.1%2f2021](https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html#:~:text=Bsi%20merupakan%20hasil%20merger,%20fb.1%20f2021)
- Ir. Syofian Siregar, M. . (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Pertama). Pt. Fajar Interpratama Mandiri.
- Irawan, H. (2022). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* (1st Ed.). Jakarta : Pt. Pt Elex Media Komputindo.
- 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>

- Jihadah, A. A. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Muamalat Din (Digital Islamic Network) Pada Pt Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri*. Skripsi.
- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Khusna, I. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Pt.Bank Rakyat Indonesia Syariah Kc Manado-Tendean)*. 63(1), 1–9.
<https://doi.org/10.1016/J.Tmaid.2020.101607>
<https://doi.org/10.1016/J.Ijsu.2020.02.034>
<https://doi.org/10.1111/Cjaj.12228>
<https://doi.org/10.1016/J.Ssci.2020.104773>
<https://doi.org/10.1016/J.Jinf.2020.04.011>
- Kuntara, R. (2021). *Pengaruh Kepercayaan Dan Ekuitas Merk Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi) Cabang Bengkulu*. Skripsi.
- Lee, L. Dan. (2007). *Loyalitas Nasabah Pd Bank Pengkreditan Rakyat Wilayah Cirebon*. Yogyakarta : Deepublish.
- Mashuri. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *Jurnal Ilmu Ekonomi Kita : Iqtishaduna, Vol 9 No 1*, 54–64.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). Thrust Theory Of Relationship Marketing. *Journal Of Marketing*, 20–38.
- Musa, M. Y. (1963). *Falsafat Al-Ahlaq Fi Al Islam Wa Silatuha Bi Al Falsafah Al Iqriqiyyah*. Kairo : Muasanah Al Kanji.
- Muslim, Taufik, L. (2020). *Mempertahankan Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan*

- Dan Kepercayaan Nasabah (Studi Empirik Nasabah Tabungan Produk Tamasa Bpr Serang). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Xii(3), 71–77.
- Nangoi. (2004). *Pembelajaran Di Era Ekonomi Pengetahuan*. Jakarta : (Pt. Gramed).
- Nifa, D. L. Y. (2021). *Analisis Pengaruh Efektivitas Dan Religious Activity Bsi Mobile Terhadap Loyalitas Nasabah Di Masa Pandemi*. Skripsi.
- Nisa, K. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bri Syariah Kcsemarang* (Skripsi Ui).
- Notoatmodjo. (2020). *Metodologi Penelitian Kesehatan* (Rineka Cip).
- Ojk. (2021). *Statistik Perbankan Syariah (Sharia Banking Statistics)*.
- Pramesti, A. V. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Di Bank Bri Syariah Kcp Ajibarang*. Skripsi.
- Putri, A. L. (2011). A “Missing” Family Of Classical Orthogonal Polynomials. *Journal Of Physics A*, 44(8), 1689–1699. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Rhamdhani, I. M. (2020). The Effect Of Satisfaction, Trust And Continuance Intention On Loyalty Of Mobile Banking Customers. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 167–175.
- Riananda, A. L. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo*. Skripsi.

- Rinaldi, I. M., Lubis, P. Hh., & Utami, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking Bni Di Banda Aceh Dengan Kepercayaan Nasabah, Kepuasan Nasabah, Komitmen Nasabah, Dan Nilai Nasabah Sebagai Variabel Mediasi Indah. *Jurnal Perspektif Manajemen Dan Perbankan*, 8(3), 19–48.
- Rizalzi, T. (2020). *Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Syariah*. Skripsi.
- Rochmach, D. A. W. Dan T. N. (2017). Aplikasi Theory Of Planned Behavior Dalam Membangkitkan Niat Pasien Untuk Melakukan Operasi Katarak. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia, Volume 5 N*.
- Sakhowi, A. (2018). Studi Kelayakan Pengelolaan Bpr Bank Pekalongan. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi, Vol 1*.
- Saparso, S. W. &. (2019). *Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Studi Atas Religitas, Kualitas Layanan, Trust, Dan Loyalitas* (D. Wurdianto (Ed.); Cetakan Pe). Deepublish.
- Setiawan, S. (2018). *Loyalitas Pelanggan Jasa* (P. Komalasari (Ed.); Cetakan Pe). Pt Penerbit Ipb Press.
- Sihombing, Y. A. (2022). *Loyalitas Pasien Tinjauan Aspek Pelayanan , Kpuasan, Trust, Komitmen, Brand Equity, Dan Hospital Image* (M. Nasrudin (Ed.); Cetakan 1). Pt. Nasya Expanding Manajemen.
- Situmeang, P.A., Nainggolan , B.M., & Kristiadi, A. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Sushimas. *Jurnal Eduturisma I, Iv (Novemb, 55*.

- Sopiah, E. M. S. &. (2013). *Perilaku Konsumen* (E. Mamang (Ed.)). Cv Andi Offset.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Alfabeta).
- Suliyanto. (2011). *Ekonometri kateapan : Teori & Aplikasi Dengan Spss*.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (G. Indonesia (Ed.)).
- Sutikno. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pt Bank Bukopin Tbk Cabang Yogyakarta*. Skripsi.
- Syahfutri, E. A. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bni Syariah Cabang Kota Bengkulu*.
- Tamamudin, Saddam Husein, A. H. (2022). Build Loyalty With Islamic Relationship Marketing And Trust Throught Satisfaction. *International Journal Of Islamic Businessand Economics, Vol 6 No 1*.
- Thalia Claudia Mawey, Altje L. Tumbel, I. W. J. O. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Bank Sulutgo The Influence Of Trust And Quality Of Service To Customer Satisfaction Pt Bank Sulutgo. *Jurnal Emba, 6(3)*.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*.
- Ulfa, S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah). *Skripsi*.
- Utama, A. P., & Murti, T. R. (2021). Kepuasan Nasabah Sebagai Mediator

- Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ikra-Ith Ekonomika*, 4(2), 79–86.
- Wahyuni, E. T. (2017). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah*. 117, 683–688.
- Wahyuningsih, N., & Janah, N. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat. *Jurnal Al-Amwal*, 10(2), 295–314.
- Wibisono, I. (2018). Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kcp Temanggung). *Skripsi Iain Salatiga*.
- Winarsih, R. & A. S. (2005). *Manajemen Pelayanan* (Pustaka Pe).
- Yendra. (2014). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Jayapura Yendra. *Jurnal F Utur E*, 267–278.
- Yosepha, C. K. S. Dan S. Y. (2020). Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Indonesia. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, Vol 10 No.