

**ANALISIS PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS
PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA
(Studi Pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia
Kantor Cabang Pekalongan Pemuda)**

SKRIPSI

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



Oleh :

ARIEF NURROHMAN

NIM. 40222078

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

2026

**ANALISIS PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS
PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA
(Studi Pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia
Kantor Cabang Pekalongan Pemuda)**

SKRIPSI

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



Oleh :

ARIEF NURROHMAN

NIM. 40222078

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arief Nurrohman

NIM : 40222078

Judul Skripsi : “Analisis Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang 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, 6 Februari 2026

Yang Menyatakan,



Arief Nurrohman

NOTA PEMBIMBING

Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I.

Perumahan Citra Permai, Kajen, Kabupaten Pekalongan, 51161

Lampiran : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Arief Nurrohman

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Perbankan Syariah

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

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

Nama : **Arief Nurrohman**
NIM : **40222078**
Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Nasabah PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang 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.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pekalongan, 27 Januari 2026
Pembimbing,



Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I
NIP.198703112019081001



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

Alamat: Jl. Pahlawan No. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan, Kode Pos : 51161
www.febi.uingusdur.ac.id email : febi@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara :

Nama : **Arief Nurrohman**
NIM : **40222078**
Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda)**
Dosen Pembimbing : **Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I**


Telah diujikan pada hari Jumat tanggal 27 Februari 2026 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I


Karima Tamara S.T. M.M.
NIP. 197303182005012002

Penguji II


Nur Fani Arisnawati M.M.
NIP. 199310012020122027

Pekalongan, 9 Maret 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. H. A.M. Muth. Khafidz Ma'shum M.Ag.
NIP. 197806162003121003

MOTTO

“Putus Asa Bukanlah Bahasa Iman”

(Q.S. Yusuf : 87)



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan 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 penulis 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 penulisan Skripsi ini :

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Taruno dan Ibu Puji Sulistyaningsih, Saya haturkan terima kasih yang sedalam-dalamnya atas kasih sayang, doa, serta dukungan yang tiada henti. Segala pengorbanan, kerja keras, dan keikhlasan yang Bapak dan Ibu berikan telah menjadi kekuatan, motivasi, sekaligus inspirasi terbesar bagi Saya. Tanpa doa dan restu dari Bapak dan Ibu, penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik.
2. Adik Saya tersayang, Arfan Taufiqurohman, Saya sampaikan terima kasih yang sebesar-sebesar karena telah banyak menghibur penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
3. Almamater Saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Tempat dimana mimpi Saya menjadi nyata dan menjadi mahasiswa yang seutuhnya, terima kasih untuk segala fasilitas dan ilmu yang telah diberikan.
4. Dosen Pembimbing Skripsi, Bapak Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I., terima kasih telah memberikan arahan dan motivasi kepada Saya untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.

5. Dosen Wali Bapak Husni Awali, M.M., terima kasih telah memberikan dorongan dan bimbingan dalam kelancaran akademik.
6. Teman-teman penulis, Abim, Daffa Syafik, Riska, Diah, Ragil Ayu, Febi Ayu, Yulia Dewi, Irul, lili, dan teman-teman KKN-T Kelompok 20 Angkatan 63, terima kasih atas dukungan dan motivasi yang telah diberikan.
7. Bank Indonesia Kantor Perwakilan Tegal, terima kasih atas kesempatan yang diberikan untuk menjadi penerima beasiswa Bank Indonesia sehingga Saya dapat menempuh pendidikan dengan tenang dan penuh rasa tanggung jawab.
8. HMPS Perbankan Syariah, terima kasih untuk pengalaman yang luar biasa.
9. GenBI Tegal Komisariat UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, terima kasih telah memberikan banyak manfaat untuk menciptakan pribadi yang lebih berkarakter dan berjiwa pemimpin tegas.



ABSTRAK

ARIEF NURROHMAN. Analisis Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda)

Loyalitas nasabah menjadi faktor yang penting dalam keberlangsungan suatu lembaga keuangan. Loyalitas nasabah dapat dipertahankan dengan mempertahankan berbagai faktor, seperti citra perusahaan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. PT. Bank Syariah Indonesia pada tahun 2024 mencatat prestasi yang baik sebagai kategori bank syariah terbaik. Namun, prestasi tersebut berbanding terbalik dengan adanya fenomena pengalihan dana yang dilakukan oleh organisasi Muhammadiyah. Pada periode Mei hingga Juni 2024, organisasi Muhammadiyah mengalihkan semua asetnya dari Bank Syariah Indonesia dengan total mencapai Rp 13 triliun. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan berupa metode kuesioner dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang menjadi nasabah aktif Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linear berganda dengan *software* SPSS 26.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KC Pekalongan Pemuda. Sedangkan, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kemudian secara simultan, citra perusahaan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda.

Kata kunci : Citra Perusahaan, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

ARIEF NURROHMAN. *Analysis of the Influence of Corporate Image, Product Quality, and Service Quality on Customer Loyalty at Bank Syariah Indonesia (A Study of Customers at PT. Bank Syariah Indonesia Pekalongan Pemuda Branch Office)*

Customer loyalty is an important factor in the sustainability of a financial institution. Customer loyalty can be maintained by maintaining various factors, such as corporate image, product quality, and service quality. PT. Bank Syariah Indonesia in 2024 recorded good achievements as the best Islamic bank category. However, these achievements were inversely proportional to the phenomenon of fund transfers carried out by the Muhammadiyah organization. From May to June 2024, the Muhammadiyah organization transferred all its assets from Bank Syariah Indonesia, totaling Rp 13 trillion. The purpose of this study is to determine the effect of company image, product quality, and service quality on customer loyalty to Bank Syariah Indonesia (BSI).

This research is classified as quantitative research. The data collection method used was a questionnaire with a sample of 100 respondents who were active customers of Bank Syariah Indonesia Pekalongan Pemuda Branch. The sampling technique used was purposive sampling. This research used multiple linear regression analysis with SPSS 26 software.

The results of the study show that corporate image has a positive and insignificant effect on customer loyalty at BSI KC Pekalongan Pemuda. Meanwhile, product quality and service quality have a positive and significant effect on customer loyalty. Simultaneously, corporate image, product quality, and service quality have a positive and significant effect on customer loyalty at Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda.

Keywords: Corporate Image, Product Quality, Service Quality, and Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya Saya dapat menyelesaikan Skripsi ini. Penulis Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan 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. H. Zaenal Mustakim selaku rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. H. AM. Muh. Khafid 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. Drajat Stiawan, M.Si., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Husni Awali, M.M., selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA) yang telah memberikan arahan selama perkuliahan.
7. Ibu Karima Tamara, S.T., M.M., dan Ibu Nur Fani Arisnawati ,M.M., selaku dosen penguji skripsi yang telah membantu dalam proses revisi akhir skripsi.
8. Staf Akademik Prodi Perbankan Syariah, saya sampaikan terima kasih atas bantuan dan pelayanan administrasi yang diberikan, baik selama masa perkuliahan maupun proses penyelesaian skripsi ini.

9. BSI KC Pekalongan Pemuda yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang diperlukan.
10. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
11. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu, yang telah banyak membantu selama proses pengerjaan skripsi.

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

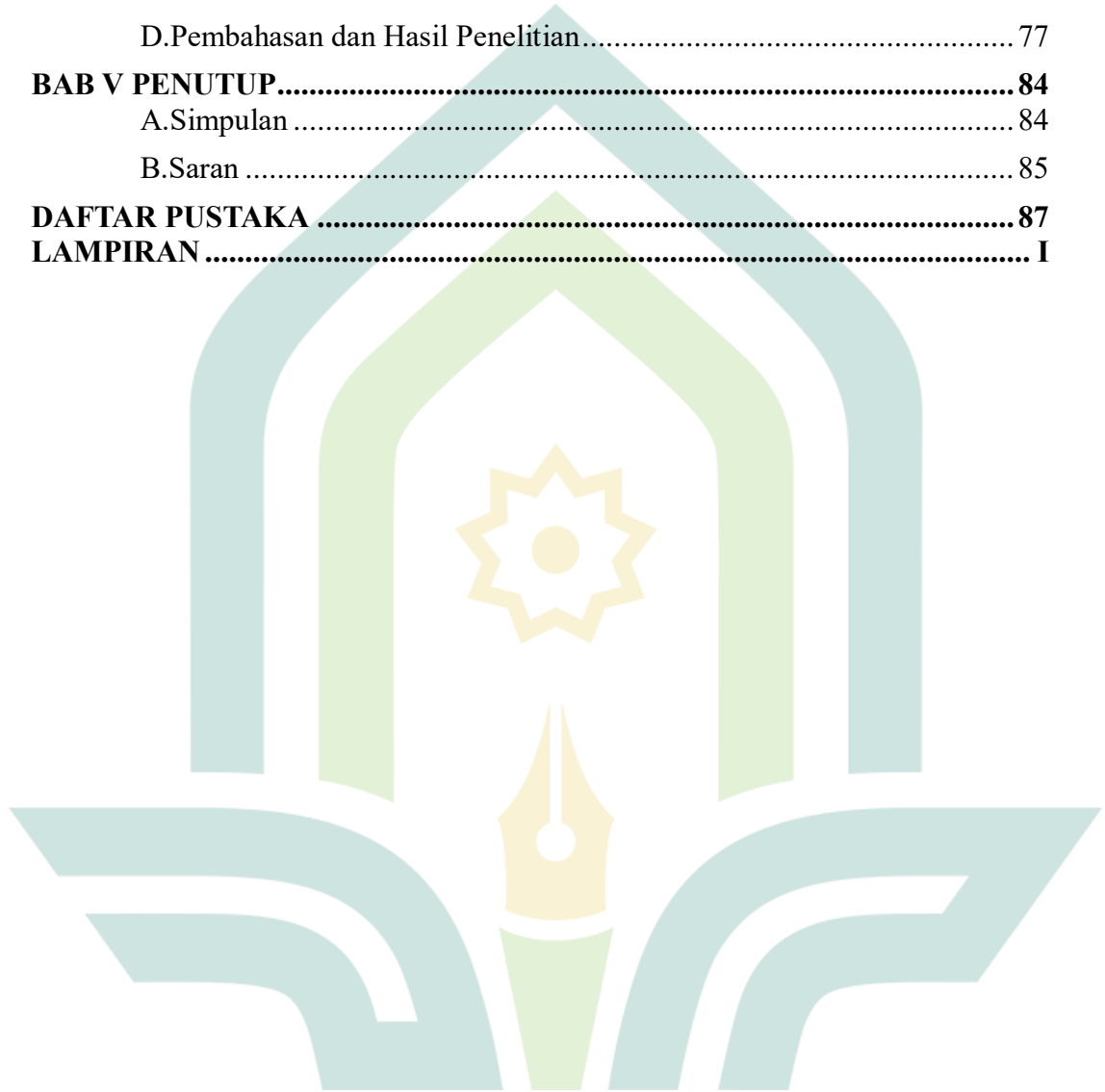
Pekalongan, 5 Februari 2026

Arief Nurrohman

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xxii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Pembatasan Masalah.....	11
D. Tujuan dan Manfaat.....	11
E. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
A. Landasan Teori	15
B. Telaah Pustaka	24
C. Kerangka Berpikir	31
D. Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Pendekatan Penelitian.....	37
C. Setting Penelitian.....	37
D. Populasi dan Sampel.....	38
E. Variabel Penelitian	38
F. Sumber Data.....	43
G. Teknik Pengumpulan Data.....	43
H. Metode Analisis Data.....	44
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51

B.Deskripsi Data Penelitian.....	51
C.Analisis Data	64
D.Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	77
BAB V PENUTUP.....	84
A.Simpulan	84
B.Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	I



TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 Tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke Indonesia sebagaimana terlibat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

A. Konsonan

Fonemkonsonan 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. Di bawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	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	Ḍal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki

ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	N	en
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

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
ا...ى...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ	Ditulis	<i>qāla</i>
رَمَى	Ditulis	<i>ramā</i>
قِيلَ	Ditulis	<i>qīla</i>
يَقُولُ	Ditulis	<i>yaqūlu</i>

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".

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ Ditulis *raudhatul athfa*

2. Ta' *Marbutah* mati

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

Contoh:

طَلْحَةُ Ditulis *thalhah*

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 Ditulis *nazzala*

الْبُرُّ Ditulis *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	Ditulis	<i>ar-rajulu</i>
الْقَلَمُ	Ditulis	<i>al-qalamu</i>
الشَّمْسُ	Ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الْجَلَالُ	Ditulis	<i>al-jalālu</i>

G. Hamzah

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

Contoh:

تَأْخُذُ	Ditulis	<i>ta'khužu</i>
شَيْءٍ	Ditulis	<i>syai'un</i>
النَّوْءُ	Ditulis	<i>an-nau'u</i>
إِنَّ	Ditulis	<i>inna</i>

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:

وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Ditulis *Wa innallāha fahuwa khair ar-rāziqīn/*

Wa innallāha fahuwa khairurrāziqīn

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Ditulis *Bismillāhi majrehā wa mursaha*

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:

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Ditulis *Alhamdu lillāhi rabbi al-*
`ālamīn/Alhamdu lillāhi rabbil`ālamīn

الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ditulis *Ar-rahmānirrahīm/Ar-rahmān*
arrahim

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:

اللَّهُ غَفُورٌ رَّحِيمٌ

Ditulis

Allaāhu gafūrun rahīm

بِاللَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا

Ditulis

*Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru
jamī`an*

J. Tajwid

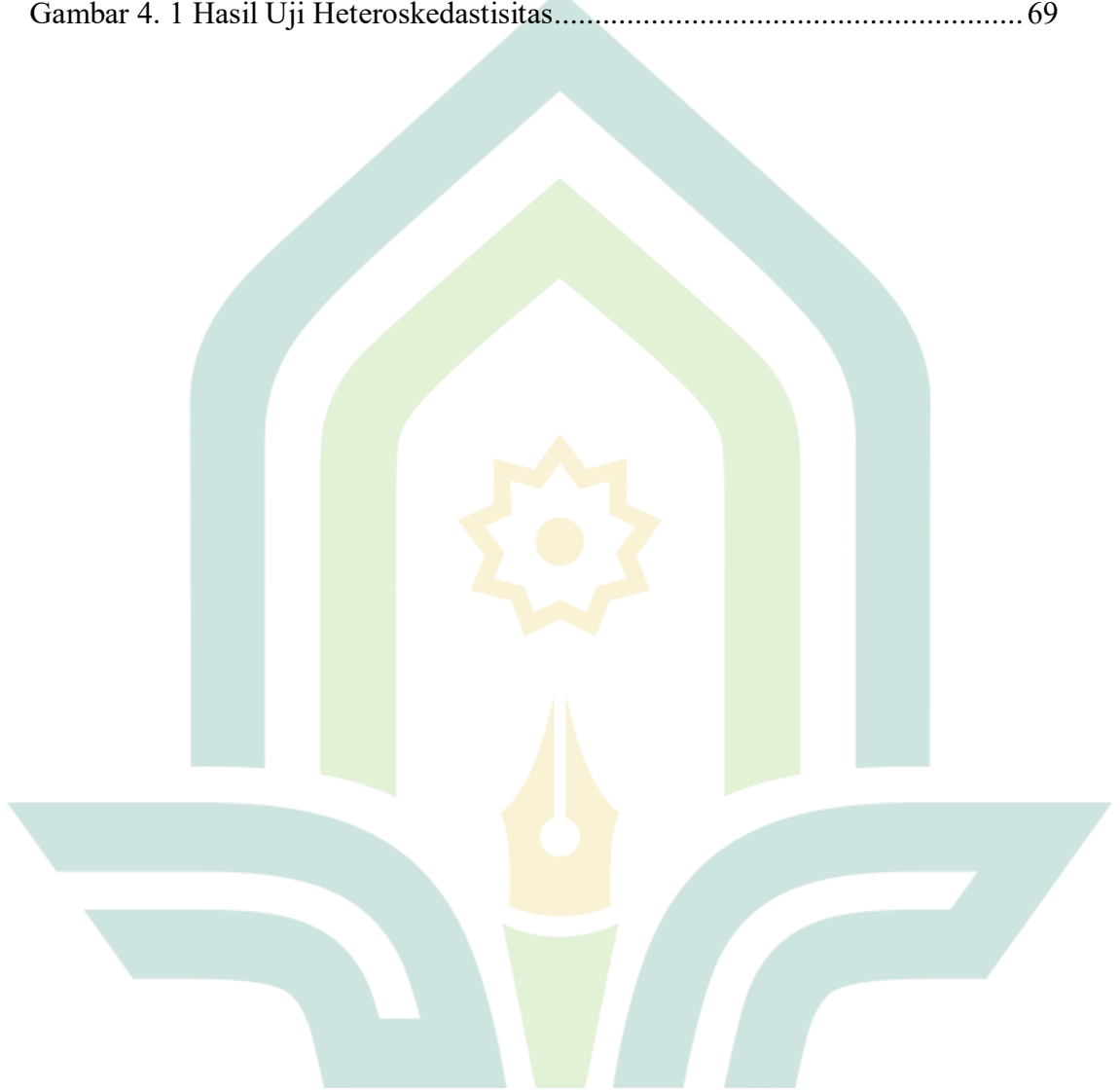
Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Produk Bank Syariah Indonesia	5
Tabel 2. 1 Telaah Pustaka	24
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	39
Tabel 3. 2 Perumusan Skala Likert	43
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan	53
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Citra Perusahaan (X1).....	54
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X2).....	57
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	60
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Nasabah (Y)	62
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	67
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4. 13 Hasil Uji Linieritas Variabel X1 terhadap Y	70
Tabel 4. 14 Hasil Uji Linieritas Variabel X2 terhadap Y	70
Tabel 4. 15 Hasil Uji Linieritas Variabel X3 terhadap Y	71
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	72
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	74
Tabel 4. 18 Hasil Uji F	75
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	76

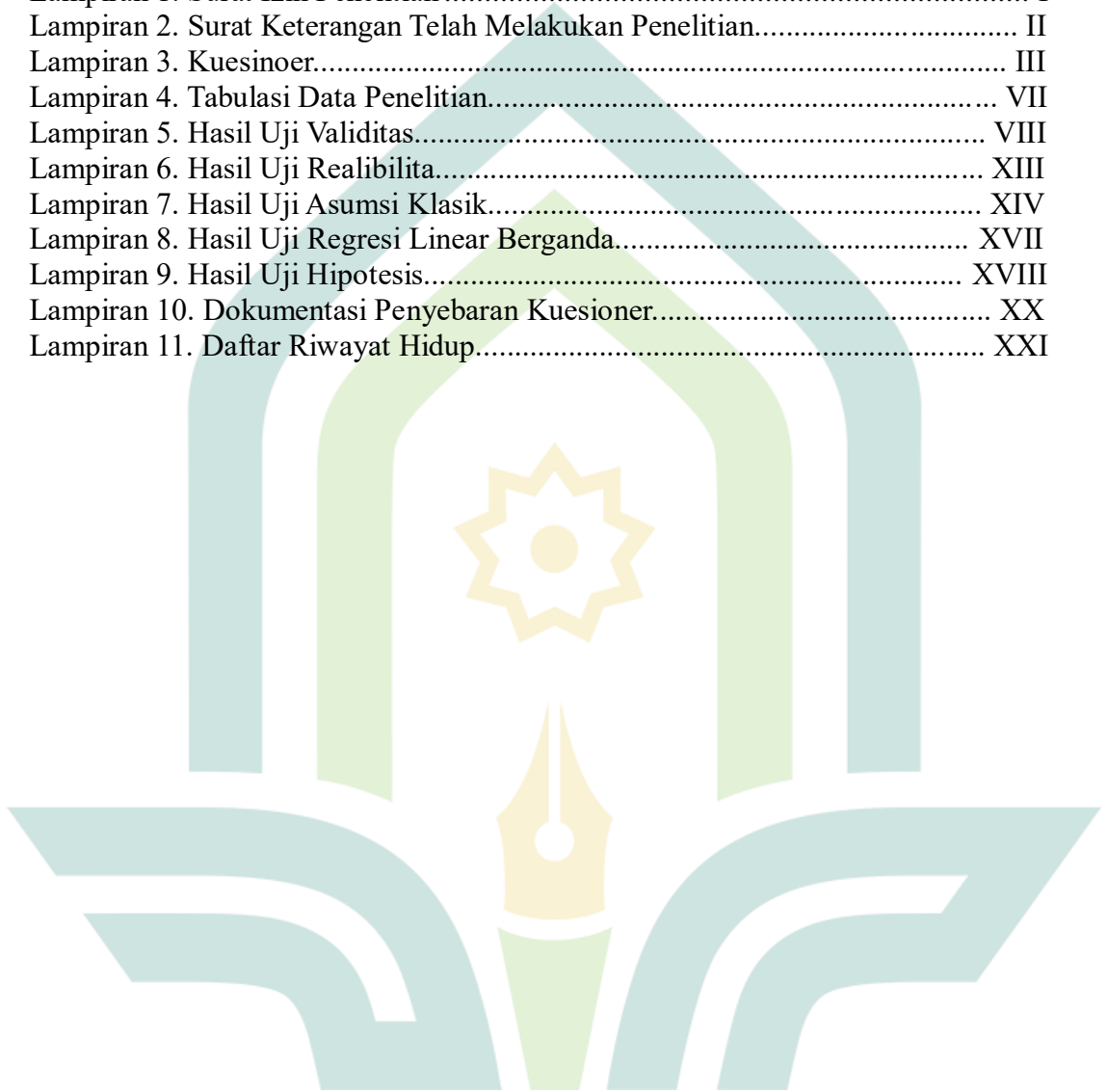
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Penelitian	31
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian	I
Lampiran 2. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian.....	II
Lampiran 3. Kuesioner.....	III
Lampiran 4. Tabulasi Data Penelitian.....	VII
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas.....	VIII
Lampiran 6. Hasil Uji Realibilita.....	XIII
Lampiran 7. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	XIV
Lampiran 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	XVII
Lampiran 9. Hasil Uji Hipotesis.....	XVIII
Lampiran 10. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner.....	XX
Lampiran 11. Daftar Riwayat Hidup.....	XXI



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan industri bank umum syariah (BUS) di Indonesia mengalami pertumbuhan yang baik, dimana berdasarkan *booklet* perbankan Indonesia tahun 2024 yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat pertumbuhan *double digit* pada sisi aset yaitu sebesar 11,82% secara *year on year*. Pertumbuhan yang baik pada industri perbankan syariah di Indonesia dituntut agar mampu melakukan strategi yang dapat mendongkrak kinerja perusahaan. Selain itu, persaingan antar bank yang berbasis syariah di Indonesia sangat ketat dimana tujuan utama untuk menarik sebanyak-banyaknya nasabah. Tujuan utama tersebut dapat dicapai dengan berbagai macam pelayanan jasa maupun penawaran berbagai macam produk syariah.

Persaingan antar bank dapat terjadi disebabkan adanya perebutan sumber daya yang bersifat produktif seperti pada sisi penyaluran kredit, deposito maupun tabungan yang merupakan sumber pendapatan (Juniansyah & Permana, 2019). Berbagai macam produk yang ditawarkan oleh industri perbankan syariah di Indonesia memiliki perbedaan yang mencolok dengan industri perbankan konvensional. Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan yang mengedepankan nilai-nilai agama dan etika dalam muamalah yang mana mampu saling menguntungkan dan adil

untuk kedua belah pihak tidak terdapat unsur memberatkan hanya pada salah satu pihak (Jauhariyah & Setiawaty, 2023). Pada industri perbankan syariah juga menerapkan sistem tanpa riba pada setiap kegiatan pembiayaannya. Perbedaan yang mencolok tersebut membawa industri perbankan syariah di Indonesia selangkah lebih maju dibandingkan industri perbankan konvensional.

Industri perbankan syariah juga memberikan sumbangan yang cukup besar bagi kemajuan sektor riil perekonomian dan bisnis di Indonesia. Usaha yang digunakan guna mempertahankan keberlangsungan bank syariah di Indonesia terbilang tidak mudah, industri perbankan syariah dalam kehidupannya tumbuh dan bersaing dengan bank konvensional dimana tingkat kesuksesan dari keberlangsungan dari bank syariah tergantung dari loyalitas nasabah (Senoaji, 2021). Loyalitas nasabah menjadi faktor yang sangat penting dalam keberlangsungan perkembangan suatu lembaga keuangan. Loyalitas nasabah yang tinggi terhadap lembaga keuangan akan meningkatkan peluang stabilitas dan *brand image* yang baik terhadap lembaga keuangan tersebut.

Suatu perusahaan bank dapat dikatakan berkembang atau tidaknya tergantung dari banyaknya jumlah nasabah di bank tersebut, khususnya nasabah yang loyal terhadap pihak bank (Gilang Saputra, 2021). Interaksi yang terjadi antara nasabah dan pihak akan menciptakan suatu pengalaman yang nantinya akan memunculkan sikap loyal nasabah. Nasabah yang loyal terhadap pihak bank khususnya bank syariah adalah aset berharga yang

perlu dipertahankan, mengingat banyaknya bank syariah yang berlomba-lomba memunculkan berbagai inovasi untuk menarik para nasabah. Bank syariah akan memiliki kemampuan memperoleh laba yang besar jika mampu mengelola dengan baik peluang ekonomi syariah saat ini, yang mana pimpinan atau direksi juga harus mampu mengembangkan produk bank syariah dari sistem bagi hasil dan mereka akan semakin mendapatkan loyalitas dari nasabah (Maulida & Sari, 2022).

Nasabah bank yang loyal akan menunjukkan sikap dan perilaku yang positif, seperti pembelian ulang produk maupun jasa yang sama dan rekomendasi positif yang dapat mempengaruhi nasabah yang telah ada (*customer loyal*) dan menarik nasabah potensial menjadi loyal terhadap bank tersebut (Kristania, 2022). Hal tersebut akan meningkatkan peluang bank untuk mencapai laba yang maksimal. Selain itu dengan memperhatikan loyalitas nasabah, maka biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan nasabah lebih sedikit dari pada memperoleh satu nasabah baru (Sof'an & Mutmainnah, 2022). Loyalitas pada nasabah dapat dipertahankan dengan ketentuan agar bank memperhatikan beberapa faktor seperti citra perusahaan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan.

Citra perusahaan adalah identitas perusahaan dalam hal pengembangan teknologi, ekonomi, dan kemampuan berpikir masyarakat yang dilandasi oleh hak untuk memenuhi kebutuhan, sehingga harus disertai dengan rasa kepuasan tertentu (Ananda Rustam, 2020). Citra perusahaan yang baik menjadi aset penting yang harus dimiliki perusahaan untuk mendorong

permintaan dan membangun hubungan dengan nasabah. Salah satu perusahaan pendatang baru yang bergerak di industri perbankan syariah adalah PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). Berdiri pada tahun 2021, BSI merupakan hasil *merger* antara PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT BNI Syariah.

Walaupun umur BSI terbilang muda yaitu 5 (lima) tahun namun BSI mampu membangun citra perusahaan yang baik. Hal tersebut, terlihat pada prestasi yang diraih oleh BSI dalam hal pelayanan dan kualitas produk. Pada tahun 2024 BSI meraih penghargaan dari Majalah Infobank dan *Marketing Research* Indonesia (MRI) dalam ajang penghargaan Infobank *21th Banking Service Excellence Awards* (BSEA) tahun 2024. Dalam penghargaan bergengsi ini, BSI masuk dalam kategori bank syariah terbaik 2024 dan sukses membawa sejumlah penghargaan yaitu, *2nd Best Conventional Sharia Bank in Service Excellence, The Best Social Media, The Best Call Center, The Best Chatbot, The Best Opening Account Via Mobile Application, The Best Mobile Banking, The Best Live Chat, The 2nd Best Branch Convenient Experience, dan The 2nd Best Customer Service*. Penghargaan yang diraih BSI ini membawa dampak yang positif pada citra perusahaan BSI dan memperluas relasinya di dunia perbankan Indonesia.

Kualitas produk adalah ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Fakhri, 2023). Untuk mencapai ekspektasi nasabah terhadap kualitas produk, setiap perusahaan memerlukan suatu standarisasi

kualitas. Standarisasi kualitas tersebut memiliki tujuan agar produk memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga nasabah memiliki kecenderungan loyal pada produk yang bersangkutan. Dikutip dari laman *website* resmi BSI memiliki berbagai produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabahnya.

Tabel 1.1
Produk Bank Syariah Indonesia

Jenis Produk	Nama produk
Pembiayaan	Gadai Emas BSI Mobile BSI Mitraguna Online BSI Pra Pensiun berkah BSI Griya BSI OTO BSI Mobile BSI Gadai Emas Griya Simuda BSI OTO BSI KUR Mikro BSI KUR Super Mikro BSI Rekening Koran Syariah
Tabungan	BSI Tabungan Easy Wadiah BSI Tabungan Bisnis BSI Tabungan Valas BSI Tabungan Simpanan pelajar BSI Tabungan Junior BSI Tabungan Efek Syariah BSI Tabungan Haji Indonesia BSI Tapenas Reguler

Sumber : www.bankbsi.co.id (2025)

Produk yang disediakan oleh BSI dibedakan menjadi dua jenis yaitu produk pembiayaan dan produk tabungan. Kedua produk ini memiliki beberapa jenis sub produk yang menyesuaikan kebutuhan nasabahnya. Seperti pada produk pembiayaan BSI KUR Mikro dan BSI KUR Super Mikro menjadi andalan UMKM dalam menjaga stabilitas usaha mereka. Pada produk tabungan yaitu BSI Tabungan Easy Wadiah menjadi produk

tabungan yang populer dikalangan nasabah dengan kelebihan *zero admin fee* atau tidak adanya biaya admin pada produk tabungan tersebut.

Hal tersebut memberikan pengalaman yang berkesan pada kegiatan menabung pada BSI. Selain itu, BSI juga dikenal dengan kualitas pelayanan yang berbeda dengan bank syariah yang lain. Kualitas pelayanan adalah bentuk penyajian produk yang sesuai pada standarisasi ukuran yang berlaku pada perusahaan produk tersebut berada, serta penyampaiannya diharapkan sama dengan harapan konsumen atau nasabah (Nasution & Frimayasa, 2022). Pelayanan *ultimate service* merupakan pelayanan unggulan yang diberikan oleh BSI kepada setiap nasabah dengan mengedepankan layanan yang lebih responsif dan personal.

Ultimate service menekankan pada membangun hubungan yang kuat dengan nasabah, menciptakan basis loyalitas nasabah yang setia dan tidak hanya memilih BSI untuk kebutuhan finansial mereka, namun juga merekomendasikan kepada orang lain (Pratama, 2024). Adanya layanan ini membuat BSI menempati posisi pertama sebagai bank dengan layanan terbaik tahun 2024 versi Infobank dan MRI. Layanan *ultimate service* juga menjadi pembeda utama pada segi kompetitif di industri perbankan syariah. Hasil dari pelayanan yang prima tersebut, mendorong pengalaman yang positif pada loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan akan memberikan pengalaman kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan, ikatan semacam ini yang berjalan dalam jangka panjang akan

memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka (Asari, 2022).

Pengalaman yang didapatkan bukan hanya sebatas pada kegiatan nasabah dan bank saja, namun kegiatan sehari-hari juga akan menjadi sorotan bagi terbentuknya loyalitas nasabah. Kegiatan tersebut dapat berupa adanya organisasi keagamaan di lingkungan nasabah. Organisasi keagamaan di Indonesia memiliki jumlah yang banyak, terutama organisasi keislaman sebagai bentuk komunitas mayoritas masyarakat Indonesia yang memeluk agama Islam. Salah satu organisasi keislaman terbesar di Indonesia adalah Muhammadiyah. Organisasi Muhammadiyah berdiri sejak 18 November 1912 dengan diawali oleh keberadaan sekolah rakyat bernama *Madrasah Ibtidaiyah Diniyah Islamiyah* yang didirikan oleh K.H. Ahmad Dahlan.

Seiring berkembangnya zaman, Muhammadiyah tercatat sebagai organisasi Islam terkaya di dunia dengan perkiraan total aset mencapai Rp400 triliun (Kurnia Nadya, 2025). Dalam hal ini, keterlibatan nasabah dalam organisasi keagamaan memiliki potensi untuk membentuk nilai, norma, dan pilihan ekonomi yang selaras dengan prinsip organisasi keagamaan yang dianut, sehingga meningkatkan kecenderungan memilih dan tetap pada suatu produk (Erol & El Bdour, 1989). Organisasi seperti Muhammadiyah yang menempatkan asetnya dan bermitra dengan Bank Syariah Indonesia (BSI), hal ini menumbuhkan efek kepercayaan secara

kolektif melalui rekomendasi komunitas berupa adanya kerja sama Muhammadiyah dengan BSI.

Pada penelitian sebelumnya, pembahasan terkait faktor citra perusahaan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan telah banyak dilakukan. Namun terdapat perbedaan hasil yang ditunjukkan oleh penelitian terdahulu. Pada penelitian Fanzie Senoaji (2021) disimpulkan bahwa citra perusahaan memiliki kondisi yang tidak signifikan serta berpengaruh negatif terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan hasil penelitian Kristania (2022) disimpulkan bahwa citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pada penelitian Sholikhah (2023) menunjukkan bahwa loyalitas nasabah tidak dipengaruhi secara langsung dan signifikan oleh kualitas produk. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rahilia Desinta & Suru (2025) yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Pada penelitian yang dilakukan oleh Vanessa (2025) menunjukkan adanya pengaruh signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Ilham Hermawan (2023) yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan terdapat pengaruh tidak signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Namun, penelitian-penelitian tersebut dilakukan ketika belum terjadi fenomena pengalihan dana. Sehingga penelitian dilakukan pada saat kondisi

lembaga keuangan yang belum terpengaruh oleh isu pengalihan dana yang dilakukan oleh suatu organisasi keagamaan.

Pada periode bulan Mei-Juni 2024, Muhammadiyah memutuskan untuk mengalihkan semua dananya dari Bank Syariah Indonesia (BSI). Pengalihan dana yang dilakukan oleh Muhammadiyah mencapai Rp13 triliun. Pengalihan dana yang dilakukan oleh lembaga Muhammadiyah disebabkan oleh berbagai macam faktor. Faktor yang menjadi sorotan utama yaitu BSI lebih banyak memberikan pembiayaan kepada perusahaan besar dibanding UMKM (Dwi, 2024).

Fenomena pengalihan dana tersebut akan menjadi perhatian khusus bagi loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI). Berdasarkan data dari situs resmi Muhammadiyah, anggota Muhammadiyah mencapai 30 hingga 40 juta orang. Salah satu kantor cabang BSI yang ada di Pekalongan yaitu BSI Pekalongan Pemuda pada triwulan 1 (satu) tahun 2025 memiliki jumlah nasabah mencapai 59.205, dengan peningkatan jumlah nasabah pada tahun sebelumnya yang berjumlah 57.675 (Dwi, 2025). Adanya peningkatan tersebut dapat menjadi indikator loyalitas nasabah yang baik pada BSI KC Pekalongan Pemuda.

Di sisi lain, lembaga Muhammadiyah telah berdiri di Pekalongan sejak tahun 1922. Hal tersebut, membuat organisasi Muhammadiyah berkembang secara *massive* pada masyarakat pekalongan. Perkembangan tersebut dapat terlihat dari sarana pendidikan seperti berdirinya Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan dan sarana kesehatan seperti RSI

PKU Muhammadiyah Pekajangan. Melihat pesatnya perkembangan tersebut akan sejalan dengan aset yang semakin meningkat. Sehingga kerja sama dengan berbagai pihak sangat diperlukan, termasuk kerja sama dengan lembaga keuangan seperti BSI sebagai bank mitra Muhammadiyah.

Pada penelitian ini, peneliti akan membahas loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Pekalongan Pemuda dengan fenomena pengalihan dana yang dilakukan oleh organisasi Muhammadiyah. *Research gap* dalam penelitian ini adalah belum terdapat penelitian yang membahas topik pengalihan oleh organisasi Muhammadiyah terhadap BSI. Sehingga judul yang diambil pada penelitian ini adalah “***Analisis Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah BSI (Studi Pada Nasabah PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda)***”.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian pokok latar belakang diatas, maka peneliti memiliki rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Citra Perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda ?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda ?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda ?

4. Apakah Citra Perusahaan, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda ?

C. Pembatasan Masalah

Penelitian ini terfokus pada responden yang membuka rekening di BSI Kantor Cabang Pekalongan Pemuda dan aktif menggunakan produk maupun layanan BSI. Tujuan pembatasan masalah dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh hasil yang lebih spesifik dan relevan terhadap tingkat loyalitas nasabah BSI KC Pekalongan Pemuda,

D. Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari penelitian ini terbagi menjadi 2 tujuan yaitu :

1. Tujuan Umum

Untuk menguji secara empiris apakah terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen studi pada nasabah BSI Kantor Cabang Pekalongan Pemuda, merupakan tujuan umum dari penelitian ini

2. Tujuan Khusus

- a. Untuk menganalisis pengaruh Citra Perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda
- b. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda

- c. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda
- d. Untuk menganalisis pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda

Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi 2 manfaat yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti memiliki manfaat secara teoritis sebagai sumber bahan perspektif yang digunakan sebagai kontribusi terhadap ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran industri perbankan yang berkaitan dengan citra perusahaan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan akan membantu meningkatkan kapasitas peneliti dalam berpikir untuk memecahkan suatu permasalahan dan meningkatkan kemampuan peneliti dalam pemahaman topik penelitian ini.

- b. Bagi Perusahaan

Melalui variabel yang dijadikan bahan penelitian ini dapat memberikan informasi serta saran agar meningkatkan loyalitas nasabah.

c. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan penambah pengetahuan oleh masyarakat umum pada bidang ekonomi terutama pada sektor perbankan syariah.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan bagi peneliti sejenis dan menjadi dasar bagi penelitian berikutnya.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan pada penelitian ini menjelaskan mengenai loyalitas nasabah sebagai variabel independen yang didasari pada adanya fenomena penarikan dana oleh lembaga Muhammadiyah dari Bank Syariah Indonesia (BSI), kemudian dianalisis dengan variabel independen berupa citra perusahaan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Pada bab ini juga terdapat rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika pembahasan dalam penelitian kuantitatif ini.

BAB II : LANDASAN TEORI

Landasan teori terdapat pada bagian setelah pendahuluan berisikan teori yang akan diuji dan diverifikasi dalam penelitian kuantitatif ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

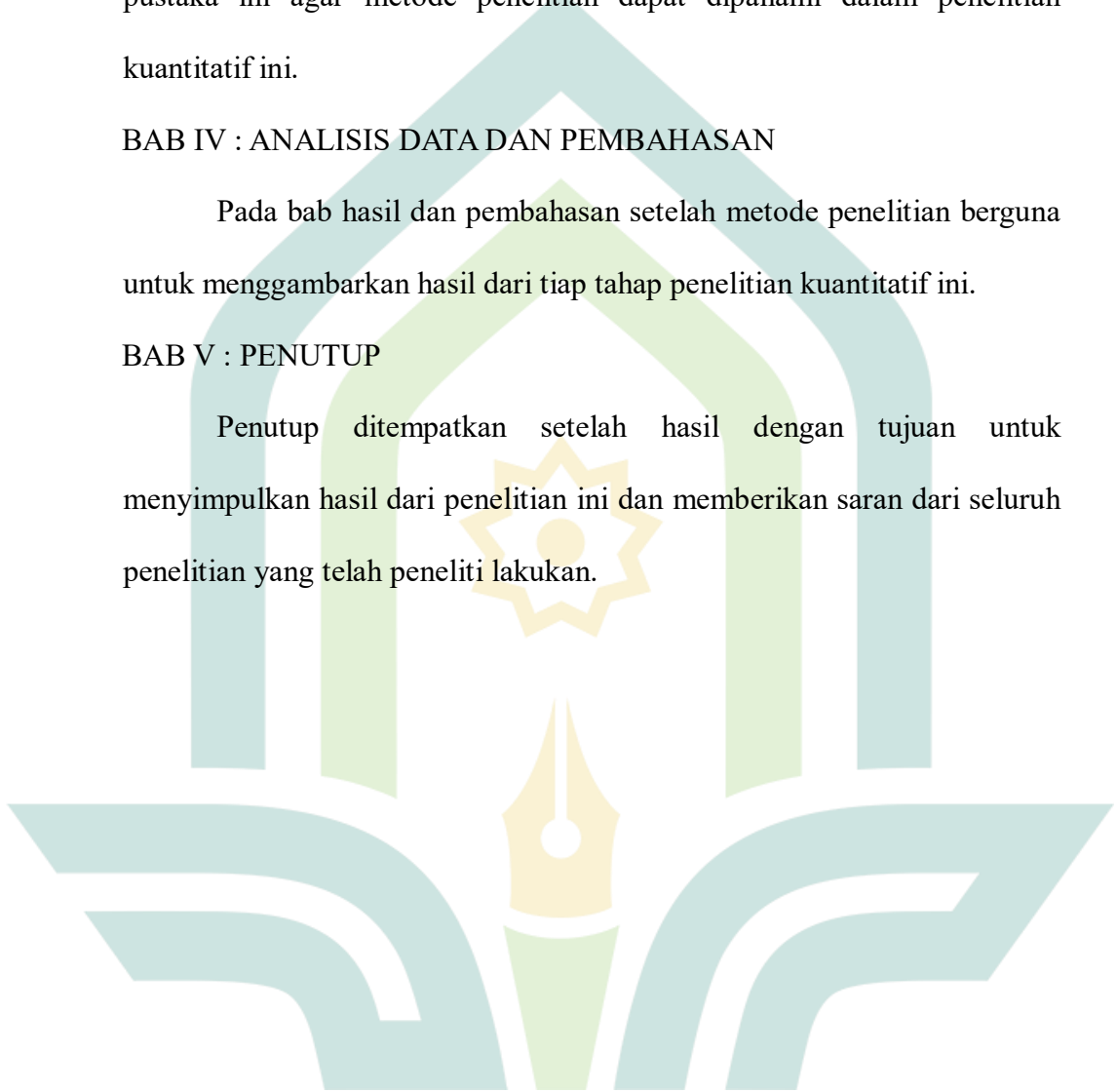
Metode penelitian yang ditempatkan dibagian setelah tinjauan pustaka ini agar metode penelitian dapat dipahami dalam penelitian kuantitatif ini.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab hasil dan pembahasan setelah metode penelitian berguna untuk menggambarkan hasil dari tiap tahap penelitian kuantitatif ini.

BAB V : PENUTUP

Penutup ditempatkan setelah hasil dengan tujuan untuk menyimpulkan hasil dari penelitian ini dan memberikan saran dari seluruh penelitian yang telah peneliti lakukan.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel citra perusahaan menunjukkan pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda. Hasil ini menunjukkan citra perusahaan tidak cukup kuat untuk mempengaruhi secara spesifik pada loyalitas nasabahnya.
2. Variabel kualitas produk menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi faktor utama dalam membentuk loyalitas nasabah.
3. Variabel kualitas pelayanan menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan menjadi faktor utama dalam membentuk loyalitas nasabah.
4. Variabel citra perusahaan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda. Artinya semakin baik citra perusahaan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan yang

diberikan maka semakin meningkat loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel kualitas produk dan variabel kualitas pelayanan secara parsial atau secara terpisah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda dan secara simultan atau secara bersama-sama, ketiga variabel *independent* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang dapat memberikan manfaat kepada pihak terkait atas hasil penelitian sebagai berikut :

1. Bagi Nasabah Bank Syariah Indonesia

Bagi nasabah diharapkan dapat memberikan manfaat dan pengetahuan terkait dengan citra perusahaan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan dari Bank Syariah Indonesia yang menjadi bank syariah terbaik.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian yang akan dilakukan, akan tetapi lebih baik untuk memperbarui fenomena. Selain itu, akan lebih baik untuk menghilangkan variabel citra perusahaan dan tetap mempertahankan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan, serta menggunakan variabel lain seperti nilai nasabah dan

layanan digital agar riset dapat terus berkembang sejalan dengan dinamika loyalitas nasabah yang juga terus berubah-ubah.



DAFTAR PUSTAKA

- Ananda Rustam, T. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Panin Di Kota Batam*.
- Asari, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepuasan Nasabah dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Glenmore Kabupaten Banyuwangi. *MOMENTUM : Jurnal Sosial Dan Keagamaan*, 11.
- Balaka, Muh. Y. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. penerbit widina.
- Billy Nugraha. (2022). *Pengembangan Uji Statistik : Implementasi Metode Regresi Linear Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*.
- Darma, B. (2019). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Guepedia.com.
- Devi, E. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.*, 1.
- Dwi, A. (2024, June 19). Terungkap Alasan Muhammadiyah Marah dan Tarik Dana dari BSI, karena Bank Tak Prioritaskan UMKM? *www.tempo.co*, 1–1.
- Fakhri, H. O., Ramadhani, S., & Jannah, N. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah PT. BPRS Puduarta Insani Tembung)*. 5(3), 2023. <https://doi.org/10.32877/ef>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior : An Introduction to Theory and Research* (I. Ajzen, Ed.; Vol. 2089). Addison-Wesley Publishing Company.
- Garvin, D. D., & Brown, S. S. (1996). *Competing On The Eight Dimensions Of Quality*. Harvad Business review.
- Gilang Saputra, M., Intan, H., & Miskiyah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Arief Palembang. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Bisnis*, 2(1), 2723–6056. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7546198>
- Gregory, J. R., & Wiechmann, J. G. (1999). *Marketing Corporate Image : The Company as Your Number One Product*. McGraw Hill Professional.
- Griffin, J. (2002). *Customer Loyalty : How to Earn It, How to Keep It* (2nd ed.). Wiley.
- Haryo Kuncoro. (2018). *Statistika Deskriptif : Untuk Analisis Ekonomi* (R. A. Kusumaningtyas, Ed.). PT Bumi Aksara.

- Hasanah, U., Sarjono, S., & Hariyadi, A. (2021). Pengaruh Model Problem Based Learning Terhadap Prestasi Belajar IPS SMP Taruna Kedung Adem. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 7(1), 43. <https://doi.org/10.37905/aksara.7.1.43-52.2021>
- Jauhariyah, N. A., & Setiawaty, U. A. (2023). Pengaruh Pelayanan Islami Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Bsi Di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Istiqro*, 9(2), 198–205. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v9i2.2443>
- Juniansyah, M. A., & Permana, D. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Danamon Cabang Kota Sukabumi*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Prentice Hall.
- Kristania, V. J., Ogi, I. W. J., & Karuntu, M. M. (2022). *Effect Of Service Quality, Satisfaction Customers, And Corporate Image On Customer Loyalty At Pt. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Manado Branch Office*. In 533 *Jurnal EMBA* (Vol. 10).
- Kusuma, AA. G. M., & Sukaatmadja, I. P. G. (2019). Pengaruh Kewajaran Harga Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7, 1835–1866.
- Maulida, R. F., & Sari, N. R. (2022a). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Good Corporate Governance Dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 3(1), 29–42. <https://doi.org/10.46367/jps.v3i1.510>
- Maulida, R. F., & Sari, N. R. (2022b). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Good Corporate Governance Dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 3(1), 29–42. <https://doi.org/10.46367/jps.v3i1.510>
- Metyria Imelda Hutabarat. (2022). Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. *AKUA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(3), 233–241. <https://doi.org/10.54259/akua.v1i3.813>
- Mubarak, Z. (2020). *Penelitian Kuantitatif dan Statistik Pendidikan : Cara Praktis Meneliti Berbasis Contoh Aplikatif dengan SPSS*. CV. Pustaka Turats Press.
- Nasution, I. H., & Frimayasa, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di PT Bank Rakyat Indonesia KCP Kota Wisata Kabupaten Bogor. *PORTOFOLIO : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1.
- Nur Amalia, R., Setia Dianingati, R., & Annisaa, E. (2022). Pengaruh Jumlah Responden Terhadap Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan Dan Perilaku Swamedikasi. *Generics : Journal of Research in Pharmacy Accepted : 4 Mei*, 2(1).

- Pratama, G. (2024, July 3). BSI Raih Penghargaan Layanan Terbaik Tahun 2024 versi Infobank & MRI, Layanan Ultimate Service Jadi Kunci. *Infobanknews.Com*, 1–1.
- Putra, B. P., & Haryadi, R. N. (2022). Pengaruh Komunikasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Mackessen Indonesia. *Jurnal Ekonomi Utama*, 1(3), 154–159. <https://doi.org/10.55903/juria.v1i3.32>
- Rahayu, S. (2022). *Pengembangan Skala Likert Untuk Mengukur Sikap Terhadap Penerapan Penilaian Autentik Siswa Sekolah Menengah Pertama*. <https://doi.org/https://doi.org/10.52188/ja.v3i02.393>
- Rahilia Desinta, A., & Suru, M. (2025). Pengaruh Harga Jual, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Murabahah Studi Kasus Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 8(1).
- Rusydi, M., & Zahrani, S. (2023). Minat Menggunakan Perbankan Syariah Di Palembang: Pendekatan Theory Of Reasoned Action. In *Journal of Economics and Business* (Vol. 1, Issue 1). <http://jurnal.dokicti.org/index.php/ECONIS/index>
- Senoaji, F. (2021). *Hubungan Antara Tanggung Jawab Sosial, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bsi Surabaya*. *Informasi Artikel ABSTRACT*. 1(2), 165.
- Sof'an, M., & Mutmainnah, F. A. (2022). Pengaruh Kualitas Jasa Syariah, Kualitas Produk, Nilai Nasabah dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Cabang Kudus. *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam*, 1(1), 67–81. <https://doi.org/10.34001/jrei.v1i1.89>
- Solehatin, F., & Khusnudin. (2024). *The Influence Of Service Quality, Product Quality, And Customer Relationship Management On Customer Loyalty Of Bank Muamalat Malang City*. *Jurnal Perbankan Syariah* (Vol. 10, Issue 2).
- Sriyono, & Rofila, J. (2024). Pengaruh Suku Bunga, Kepuasan Nasabah, Dan Kualitas Layanan Terhadap Layanan Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Media MAHARDHIKA : Media Komunikasi Ekonomi Dan Manajemen*, 22.
- Subagja, I. K., & Susanto, P. H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Subasman, I., & Aliyyah, R. R. (2024). *Desain Kuesioner Penelitian*. Widina Media Utama.
- Widodo, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Molivia Cafe (Studi Kasus Pada Konsumen Molivia Cafe Jalan H.M. Joni Teladan Timur Kota Medan)*. 13.

Widyananta, A. S., & Utomo, S. B. (2024). Pengaruh Kinerja Dan Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Bri Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis)*, 3(1), 13–27. <https://doi.org/10.24034/jimbis.v3i1.6400>

Wijayanto, K. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank.*

