

**PENGARUH *CORPORATE SOSIAL RESONSIBILITY*,
CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
NASABAH BTN SYARIAH TEGAL**

SKRIPSI

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



Oleh:

NIA YULIANA

NIM 4219017

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

2024

**PENGARUH *CORPORATE SOSIAL RESONSIBILITY*,
CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
NASABAH BTN SYARIAH TEGAL**

SKRIPSI

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



Oleh:

NIA YULIANA

NIM 4219017

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

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nia Yuliana
NIM : 4219017
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BTN Syariah Tegal** adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 1 Desember 2023

Yang Menyatakan,



Nia Yuliana

NIM. 4219017

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. **Nia Yuliana**

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/i :

Nama : **Nia Yuliana**

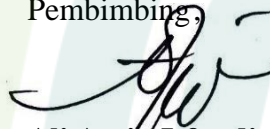
NIM : **4219017**

Judul Skripsi : **Pengaruh *Corporate Sosial Resonsibility*, Citra Perusahaan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah BTN Syariah Tegal**

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 20 Desember 2023
Pembimbing,



Ali Amja Isfandiar, M.Ag.
NIP. 19740812 200501 1 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingsdur.ac.id

PENGESAHAN

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

Nama : **Nia Yuliana**
NIM : **4219017**
Judul Skripsi : **Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas BTN Syariah Tegal**
Dosen Pembimbing: **Ali Amin Isfandiari, M.Ag**

Telah diujikan pada hari Selasa tanggal 13 Februari 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

M. Shulthoni, M.A., M.S.I. Ph.D
NIP. 197507062008011016

Penguji II

Mohammad Rosyada, M.M.
NIP. 198607272019031006

Pekalongan, 28 Februari 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

MOTTO

“Tidak ada sesuatu yang mustahil untuk dicapai. Tidak ada sesuatu yang mustahil untuk diselesaikan”
“Sesungguhnya Allah bebas melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu menurut takarannya.”
(QS. At Thalaq: 3)



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad *Shalallahu'Alaihi Wasallam* beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga *yaumul qiyamah* nanti. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan.

Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan meteril maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisa Skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Wasrap, dan Ibunda Rusyati yang selalu mendoakan, mengasuh, membesarkan, membimbing, dan memberikan semangat dukungan dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kesabaran. Ucapan terimakasih saja tidak akan pernah cukup untuk membalas kebaikan ayah dan ibu.
2. Adik penulis yaitu Gendrik Prabowo, Syahrul Fauzi dan Fadia Bunga Adelia serta Keluarga besar Camadi – Wasjah yang telah memberikan doa dan dukungan baik moral maupun material dan selalu menjadi penyejuk serta semangat penulis dalam perjuangan.
3. Almater saya program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak Ali Amin Isfandiari, M.Ag., selaku dosen pembimbing penulis yang telah mengarahkan, memberikan masukan, saran,

- dan motivasi yang luar biasa dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa memudahkan segala urusannya.
5. Bapak Dr. H. Achmad Tubagus Surur, M.Ag., selaku dosen pembimbing akademik penulis yang selalu memberikan nasihat dan motivasi yang sangat berarti selama masa perkuliahan. Semoga Allah senantiasa memudahkan segala urusannya.
 6. Direktur utama BTN Syariah Kantor Cabang Tegal yaitu Bapak Asep Wahyu Mulyadi dan segenap jajarannya, khususnya Bapak Ahmad Shandy Susanto dan Achmad Novirian Prasetyo yang dengan sabar selalu membantu dan mengarahkan penulis dalam penelitian. Semoga Allah senantiasa memudahkan segala urusannya.
 7. Patner penulis Widi Marsetyo yang selalu memberikan semangat, doa dan dukungan baik dalam hal moral maupun material.
 8. Teman dekat seperjuangan penulis yaitu Listiawati, Putri Melinda Sari, Galuh Ratna Siwi, Ayu Wulandari, Risma Novia Dwi Astuti, Nella Agustin, dan Vena Quin Indriani yang telah menemani penulis dari awal perkuliahan sampai akhir penyusunan skripsi ini.
 9. Sahabat dekat penulis yaitu Giana Uszaitun Prastika dan Putri Ayu Diana, yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
 10. Teman-teman angkatan 2019 Program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Semoga Allah senantiasa memberikan yang terbaik untuk teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2019.
 11. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebut namanya satu persatu yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga segala doa baik kembali kepada kalian semua dan senantiasa Allah permudahkan segala urusannya.

ABSTRAK

NIA YULIANA. Pengaruh *Corporate Social Resonsibility*, citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BTN Syariah Tegal.

Sebagian masyarakat Kota Tegal menabung di BTN Syariah, namun masih rendahnya loyalitas nasabah untuk menabung sehingga sebagian besar masyarakat belum kenal dengan BTN Syariah. Keberadaan bank syariah yang tidak banyak di Kota Tegal dibandingkan dengan bank konvensional, Sehingga kualitas pelayanannya kurang dikenal. Meskipun BTN Syariah sudah menerapkan *Corporate Social Responsibility* tetapi masih kurang dukungan dan kepercayaan dari masyarakat, sehingga mayoritas masyarakat Kota Tegal yang menabung tidak loyal. Sementara penelitian-penelitian terdahulu masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian terhadap pengaruh *Corporate Social Responsibility*, citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana ketiga faktor tersebut, yaitu *Corporate Social Responsibility*, Citra perusahaan dan kualitas pelayanan mampu meningkatkan loyalitas nasabah dalam menabung di bank syariah.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner) dengan menggunakan sampel sebanyak 93 responden. Teknik pengambilan sampel dengan metode *Sampling Insidental*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS 26.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility*, citra perusahaan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Kemudian secara simultan, *Corporate Social Responsibility*, citra perusahaan dan kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BTN Syariah Tegal.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility*, Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

NIA YULIANA. *The Effect of Corporate Social Responsibility, corporate image and service quality to customer loyalty BTN Syariah Tegal.*

Some people in Tegal City save at BTN Syariah, but there is still low customer loyalty for saving so that most people are not familiar with BTN Syariah. There are not many sharia banks in Tegal City compared to conventional banks, so their service quality is less well known. Even though BTN Syariah has implemented Corporate Social Responsibility, it still lacks support and trust from the community, so that the majority of Tegal City residents who save are not loyal. Meanwhile, in previous studies there are still inconsistencies in research results regarding the influence of Corporate Social Responsibility, company image and service quality on customer loyalty. The aim of this research is how these three factors, namely Corporate Social Responsibility, company image and service quality are able to increase customer loyalty in saving at sharia banks.

This research is a quantitative research. The data collection method in this research is a questionnaire method using a sample of 93 respondents. The sampling technique used accidental sampling method. The data analysis method used multiple linear regression with the help of IBM SPSS 26.0.

The results showed that Corporate Social Responsibility, corporate image and service quality influenced the customer loyalty at BTN Syariah Tegal. Then simultaneously, Corporate Social Responsibility, corporate image and service quality also influenced the customer loyalty at BTN Syariah Tegal.

Keyword: Corporate Social Responsibility, Corporate Image, Service Quality and Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

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

1. Orang tua dan keluarga besar penulis yang tiada hentinya memberikan semangat, kasih sayang dan doa di setiap langkah penulis.
2. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Ibu Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Dr. H. Tamamudin, M.M., selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak H. M. Shultoni, M.A., M.S.I, Ph.D., selaku Ketua Program studi Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Bapak Drajat Stiawan, M.Si., selaku Sekretaris Program studi Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
7. Bapak Ali Amin Isfandiar, M.Ag., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Bapak Drs. H. Achmad Tubagus Surur, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) penulis.
9. Pihak BTN Syariah Kantor Cabang Tegal yang telah memberikan izin penelitian dan membantu penulis dalam memperoleh data keperluan penelitian.

10. Seluruh sahabat dan teman seperjuangan penulis Program studi Perbankan Syariah Angkatan 2019.
11. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam segala hal terutama dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 1 Desember 2023

Penulis

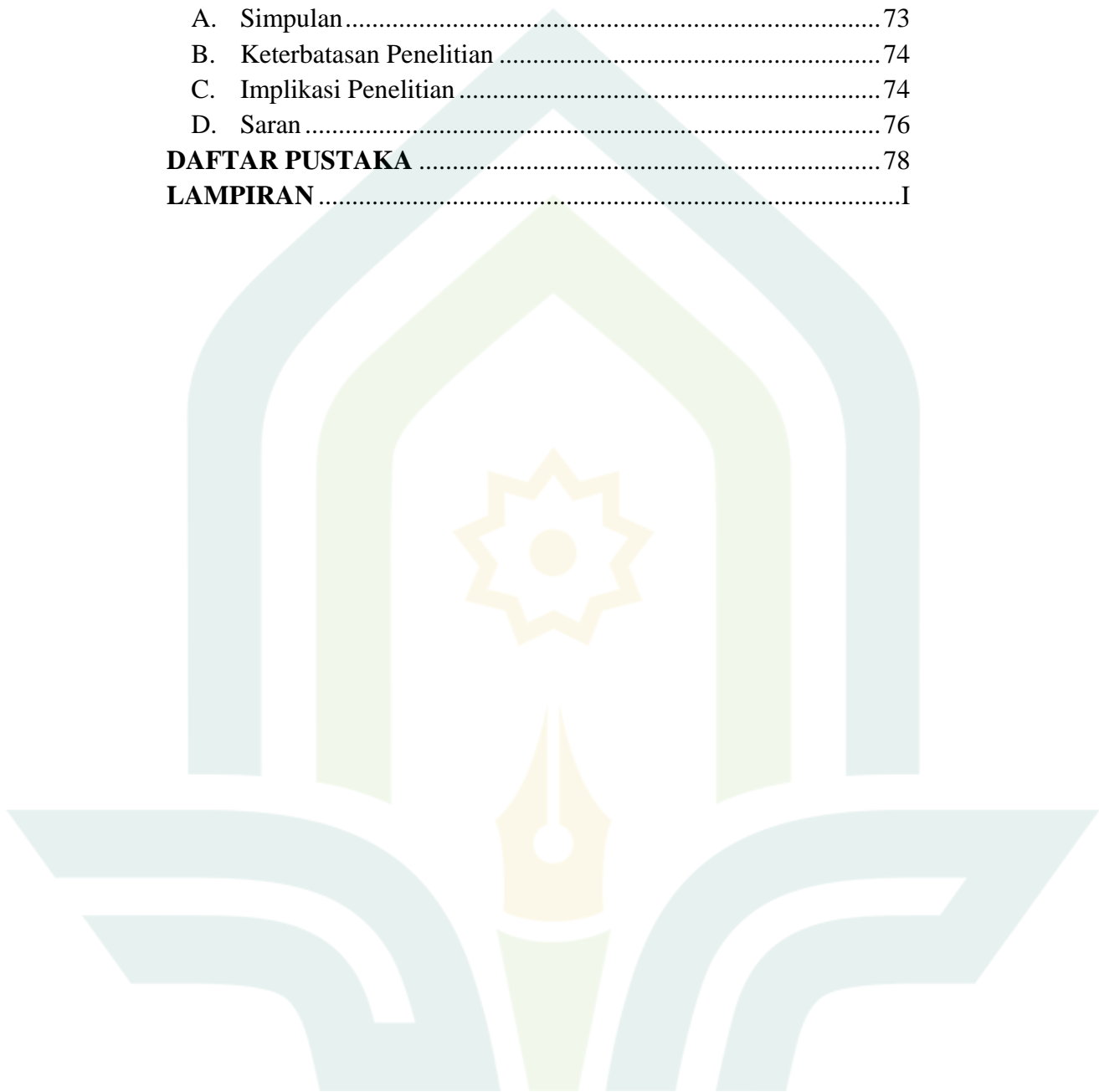


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
P E N G E S A H A N	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
TRANSLITERASI	xv
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Pembahasan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Theory of Reasoned Action (TRA)	9
1. Loyalitas Nasabah.....	10
2. <i>Corporate Social Responsibility</i>	11
3. Citra Perusahaan	12
4. Kualitas Pelayanan.....	13
B. Telaah Pustaka.....	15
C. Kerangka Berfikir	26
D. Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian	32
B. Pendekatan Penelitian.....	32

C.	Lokasi dan Waktu Penelitian	32
D.	Populasi dan Sampel.....	33
E.	Variable Penelitian	35
F.	Sumber Data	38
G.	Teknik Pengumpulan Data	38
H.	Metode Analisis Data	40
1.	Analisis Deskriptif	40
2.	Uji Instrumen Penelitian	40
3.	Uji Asumsi Klasik.....	41
4.	Analisis Regresi Linier Berganda	43
5.	Uji hipotesis	43
6.	Uji koefisien determinasi (R^2)	44
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		45
A.	Deskripsi Objek Penelitian	45
1.	Sejarah Singkat BTN Syariah Tegal	45
2.	Profil BTN Syariah Tegal	45
3.	Visi dan Misi BTN Syariah Tegal	45
B.	Deskripsi Data	46
C.	Analisis Data	47
1.	Analisis Deskriptif	47
2.	Deskripsi Analisis Variabel / Distribusi Jawaban Responden	51
D.	Uji Instrumen Penelitian.....	57
1.	Uji Validitas	57
2.	Uji Reliabilitas	58
E.	Uji Asumsi Klasik	59
1.	Uji Normalitas.....	59
2.	Uji Linearitas	60
3.	Uji Multikolinearitas.....	61
4.	Uji Heterokedastisitas	62
F.	Analisis Regresi Linear Berganda	62
G.	Uji Hipotesis	64
1.	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	64
2.	Uji F (Simultan)	66
H.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	67

I. Pembahasan	68
BAB V PENUTUP	73
A. Simpulan	73
B. Keterbatasan Penelitian	74
C. Implikasi Penelitian	74
D. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	I



TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penelitian 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 sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi ini adalah sebagai berikut.

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 dilambangkan 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	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di

			bawah)
ض	Dad	d	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	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
ه	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 harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

2) Vokal Rangkap

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...َ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
وُ...ُ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ su`ila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

3. Maddah

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

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
اَ...ِىَ	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ى...ِى	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
وُ...ِى	Dammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua:

1) Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan 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 “h”.

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-Madīnah
al-Munawwarah/al-Madīnatul Munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

5. Syaddah

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

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

6. Kata Sandang

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

1) Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

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

2) Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

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

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

Contoh:

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

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa dditransliterasikan sebagai apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah ini terletak di awal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khužu
- سَيِّئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf 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 transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā
-

9. 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 Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

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

Contoh:

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

10. Tajwid

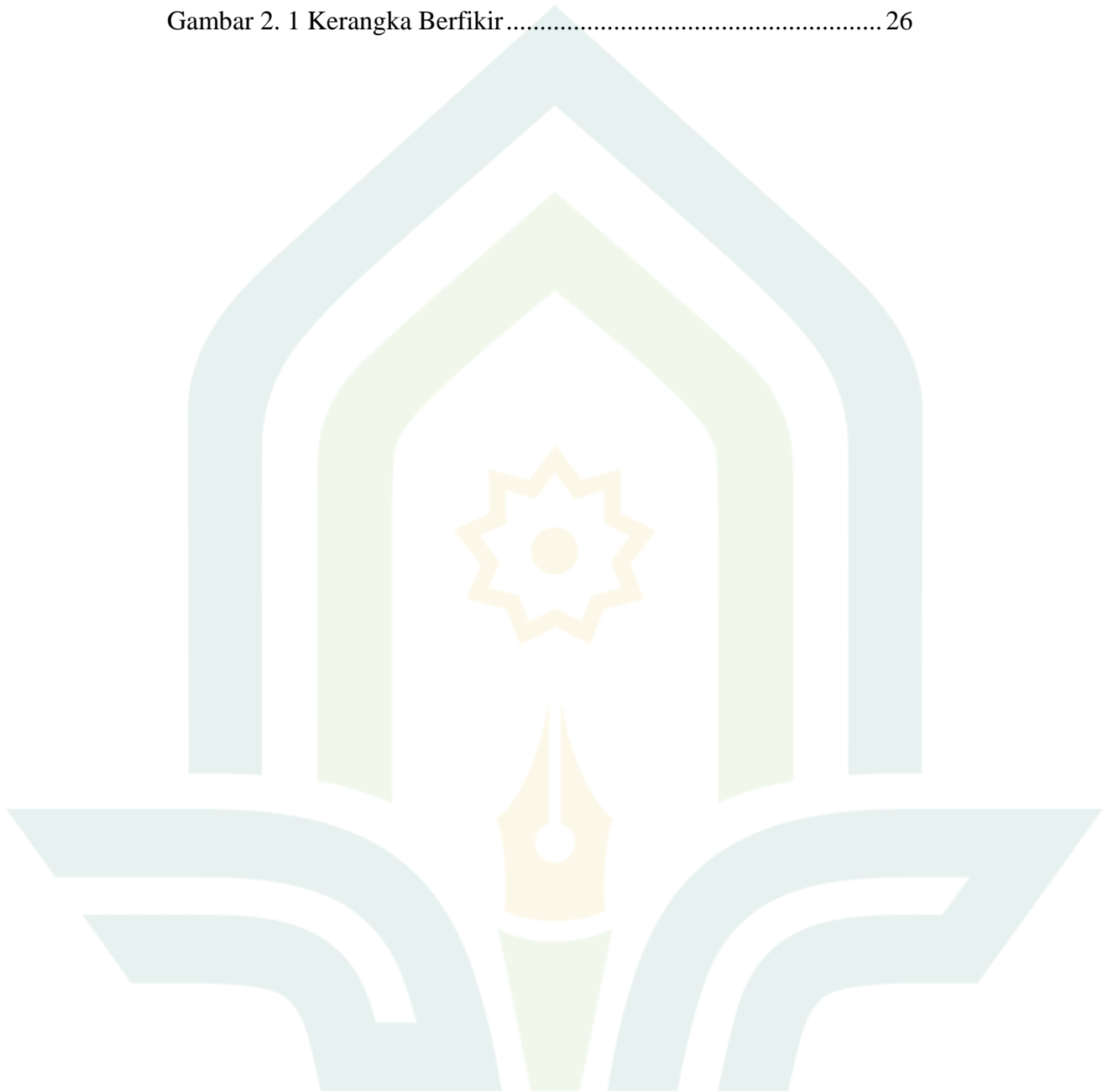
Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Statistik Perbankan Syariah.....	1
Tabel 1. 2 Total Aset BTN Syariah	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 2. 2 Hipotesis	30
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	35
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	50
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	51
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif.....	52
Tabel 4. 8 Kategori <i>Corporate Social Responsibility</i>	53
Tabel 4. 9 Kategori Citra Perusahaan.....	54
Tabel 4. 10 Kategori Kualitas Pelayanan	55
Tabel 4. 11 Kategori Loyalitas Nasabah	56
Tabel 4. 12 Uji Validitas	57
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 4. 14 Uji Normalitas	59
Tabel 4. 15 Uji Linearitas	60
Tabel 4. 16 Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4. 17 Uji Heterokedastisitas.....	62
Tabel 4. 18 Uji Regresi Linear Berganda.....	63
Tabel 4. 19 Uji signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	65
Tabel 4. 20 Uji F.....	66
Tabel 4. 21 Uji Koefisien Determinasi.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	26
------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Permohonan Izin Penelitian.....	I
Lampiran 2: Surat Keterangan Penelitian.....	II
Lampiran 3: Kuesioner Penelitian	III
Lampiran 4: Tabulasi Data Responden	IX
Lampiran 5: Identitas Responden	XIX
Lampiran 6: Uji Instrumen Penelitian	XXVII
Lampiran 7: Uji Asumsi Klasik.....	XXXII
Lampiran 8: Uji Regresi Linear Berganda	XXXV
Lampiran 9: Uji Hipotesis	XXXVI
Lampiran 10: Uji Koefisien Determinasi	XXXVII
Lampiran 11: R_{tabel}	XXXVIII
Lampiran 12: T_{tabel}	XXXIX
Lampiran 13: F_{tabel}	XL
Lampiran 14: Dokumentasi	XLI
Lampiran 15: Daftar Riwayat Hidup	XLIII

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Banyak perusahaan keuangan yang menganut syariah Islam berkembang, seiring dengan berkembangnya pengetahuan masyarakat tentang ekonomi Islam. Pertumbuhan lembaga konvensional juga meningkat, sehingga lahir beberapa lembaga syariah seperti BUS, UUS, dan BPRS. Di Indonesia, perbankan syariah telah berkembang cukup signifikan. Hal ini terlihat dari setiap tahunnya jumlah kantor perbankan syariah semakin bertambah. Perbandingan perkembangan perbankan syariah di Indonesia 5 tahun bisa dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. 1
Statistik Perbankan Syariah (BUS, UUS, dan BPRS)

Tahun	Perbankan			Total
	Bank Umum Syariah (BUS)	Unit Usaha Syariah (UUS)	Bank Pengkreditan Rakyat Syariah (BPRS)	
2018	1.838	365	608	2.811
2019	1.889	374	662	2.955
2020	1.928	398	781	3.107
2021	2.048	412	790	3.250
2022	2.047	465	823	3.335

Sumber: Statistik Perbankan Syariah (SPS OJK 2020 dan 2022)

Tabel 1.1 menunjukkan, jumlah bank dan kantor Bank Umum Syariah (BUS) pada tahun 2008-2020 selalu mengalami kenaikan, namun pada tahun 2021 dan 2022 jumlah BUS menurun. Berbeda dengan jumlah Badan Usaha Syariah (UUS) dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) selama lima tahun terakhir tidak mengalami penurunan. Karena bank memainkan peran penting dalam masyarakat, mereka berupaya meningkatkan

operasionalnya agar dapat melayani nasabah dengan lebih baik dan memenuhi permintaan mereka. Industri keuangan, khususnya perbankan, saat ini mulai memahami perilaku nasabahnya, yang kini lebih fokus pada nilai yang mereka terima dari bank yang memperlakukan mereka sebagai nasabah dengan harapan nilai tersebut akan mengubah nasabah menjadi nasabah yang loyal (Faqihudin, 2020).

Penelitian ini akan mengangkat salah satu bank konvensional yang memiliki unit syariah yaitu BTN syariah. BTN Syariah merupakan salah satu lembaga BUMN yang memiliki pertumbuhan bisnis yang stabil. BTN Syariah memperoleh penghargaan sebagai peningkatan ekonomi dan kemajuan baik masyarakat umum di seluruh Indonesia. BTN Unit Syariah yang merupakan divisi dari Bank BTN, didirikan pada tanggal 14 Februari 2007 dengan cabang pertama di KCS Jakarta Harmoni. Sebagian masyarakat Kota Tegal menabung di BTN Syariah, namun masih rendahnya loyalitas nasabah untuk menabung sehingga sebagian besar masyarakat belum kenal dengan BTN Syariah. Keberadaan bank syariah yang tidak banyak di Kota Tegal dibandingkan dengan bank konvensional, Sehingga kualitas pelayanannya kurang dikenal. Meskipun BTN Syariah sudah menerapkan *Corporate Social Responsibility* tetapi masih kurang dukungan dan kepercayaan dari masyarakat, sehingga mayoritas masyarakat Kota Tegal yang menabung tidak loyal.

Loyalitas merupakan sikap nasabah atas ketertarikan terhadap suatu merek dan memiliki konsisten untuk membeli terus menerus dalam jangka waktu yang panjang (Saragih, 2019). Tingginya loyalitas nasabah membuktikan bahwa perusahaan memberikan pelayanan terbaik sehingga nasabah merasa puas, loyal dan terikat dengan perusahaan (Mardalis, 2015). Loyalitas nasabah berkontribusi positif dalam mendorong kinerja perusahaan, hal ini dapat dilihat dari pencapaian perusahaan dalam pengumpulan dana, memperoleh laba serta aset perusahaan (Rachmawati et al., 2017). Bank BTN mempunyai dana pengelolaan asset nasabah yang cukup besar.

Tabel 1. 2
Total Asset BTN Syariah

Tahun	Total Aset
2018	402.148.312
2019	371.868.311
2020	361.208.406
2021	311.776.828
2022	306.436.194

Sumber: Laporan tahunan BTN Syariah Diakese pada 22 Februari 2023 pukul 11.45 WIB

Bisnis yang ingin mempertahankan pelanggannya perlu menyadari sejumlah faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah, seperti reputasi perusahaan, kualitas layanannya, dan jenis komunikasi internal yang dilakukan dengan nasabahnya melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Kristania et al., 2022).

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* adalah strategi bisnis di mana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial ke dalam operasi mereka. Secara umum, *Corporate Social Responsibility* didefinisikan sebagai komitmen jangka panjang komunitas bisnis untuk bertindak secara moral, mendorong kemajuan ekonomi, dan meningkatkan kesejahteraan karyawan selain komunitas lokal dan sekitarnya. Berdasarkan penelitian Ahmad Faqihudin (2020) dinyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah BRI Jayapura. Namun berdasarkan penelitian Ahmad Suminto (2020), justru sebaliknya, yaitu *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang pembantu Ponorogo.

Citra perusahaan sangat penting untuk meningkatkan dan mempertahankan loyalitas nasabah. Menurut Davies et al. dalam Juwita (2006) citra perusahaan merupakan persepsi atau pandangan yang dimiliki oleh berbagai pemangku kepentingan terhadap perusahaan, termasuk di antaranya para nasabah. Dengan menjaga

citra perusahaan yang baik dan memberikan pelayanan yang prima, lembaga perbankan dapat membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah, menciptakan kepuasan yang berkelanjutan, serta meningkatkan loyalitas nasabah. Berdasarkan penelitian Gilang Saputra (2021) dinyatakan bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Cabang Arief Palembang. Namun berdasarkan penelitian Fauzie Senoaji (2021), justru sebaliknya, yaitu citra perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI Surabaya.

Kualitas pelayanan merupakan konsep yang terus berkembang, dan keberhasilan dalam memahami serta menerapkannya akan sangat penting bagi kepuasan nasabah. Hal ini memungkinkan kualitas pelayanan melalui proses yang dinamis, berkomitmen, dan berkesinambungan ini, bisnis dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memenuhi harapan, dan membangun hubungan jangka panjang yang kuat dengan nasabah yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Berdasarkan penelitian Puteri Herlanes Susanto (2019) dinyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. Namun berdasarkan penelitian Viona Jesica Kristania (2022), justru sebaliknya, yaitu kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Manado.

Berdasarkan penelusuran atas penelitian terdahulu, maka peneliti melihat bahwa terdapat inkonsisten hasil penelitian dari beberapa penelitian terdahulu dengan variable yang sama, ada yang berpengaruh dan ada yang tidak berpengaruh. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk menjelaskan “Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BTN Syariah Tegal”.

B. Rumusan Masalah

Latar belakang di atas memunculkan masalah yang harus diselesaikan. Sebagian masyarakat Kota Tegal menabung di BTN Syariah, namun masih rendahnya loyalitas nasabah untuk

menabung sehingga sebagian besar masyarakat belum kenal dengan BTN Syariah. Keberadaan bank syariah yang tidak banyak di Kota Tegal dibandingkan dengan bank konvensional, Sehingga kualitas pelayanannya kurang dikenal. Meskipun BTN Syariah sudah menerapkan *Corporate Social Responsibility* tetapi masih kurang dukungan dan kepercayaan dari masyarakat, sehingga mayoritas masyarakat Kota Tegal yang menabung tidak loyal. Dapat dilihat dari penelitian-penelitian terdahulu, masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian terhadap pengaruh *Corporate Social Responsibility*, citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

Masalah penelitian yang diajukan adalah bagaimana ketiga faktor tersebut, yaitu *Corporate Social Responsibility*, Citra perusahaan dan kualitas pelayanan mampu meningkatkan loyalitas nasabah dalam menabung di bank syariah.

Oleh karena itu, pertanyaan penelitian (*research question*) dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y) BTN Syariah Tegal?
2. Apakah citra perusahaan (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y) BTN Syariah Tegal?
3. Apakah kualitas pelayanan (X_3) secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y) BTN Syariah Tegal?
4. Apakah *Corporate Social Responsibility* (X_1), citra perusahaan (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y) BTN Syariah Tegal?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. menjelaskan sebuah model agar tingkat *Corporate Social Responsibility* (X_1) mampu meningkatkan loyalitas nasabah BTN Syariah Tegal

2. menjelaskan sebuah model agar tingkat citra perusahaan (X_2) mampu meningkatkan loyalitas nasabah BTN Syariah Tegal
3. menjelaskan sebuah model agar tingkat kualitas pelayanan (X_3) mampu meningkatkan loyalitas nasabah BTN Syariah Tegal
4. menjelaskan sebuah model agar tingkat *Corporate Social Responsibility* (X_1), citra perusahaan (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) mampu meningkatkan loyalitas nasabah BTN Syariah Tegal

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan ilmu keuangan khususnya perbankan syariah dan perbankan konvensional. Fokus penelitian ini membahas tentang teori terhadap loyalitas nasabah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Bank

Penelitian ini melihat loyalitas nasabah dalam menabung, yang seringkali mengabaikan pengaruh *Corporate Social Responsibility*, citra perusahaan, dan kualitas pelayanan, sehingga membuat nasabah kurang setia. Bagi bank dan akademis memperoleh manfaat dari kontribusi nilai strategis penelitian ini, yang juga dapat memberikan wawasan dan gambaran kepada pihak terkait tentang bagaimana loyalitas nasabah dipengaruhi oleh CSR, citra perusahaan, dan kualitas pelayanan, khususnya BTN Syariah Tegal, sehingga dapat menjadikan masukan bagi lembaga tersebut untuk mempertahankan loyalitas nasabah.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini dimaksudkan kepada peneliti selanjutnya untuk menjadi rujukan dan menambah pengetahuan atau wawasan dengan pembahasan sejenis, serta sebagai sumber informasi untuk pihak yang membutuhkannya.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini akan uraikan dalam lima bagian meliputi pendahulu, landasan teori, metode penelitian, analisis data dan penutup. Masing-masing disajikan dalam bentuk per bab yang saling berkaitan.

Bab I mengurai tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta metode pembahasannya semuanya tercakup dalam Bab I. Tujuan uraian ini adalah untuk memperoleh gambaran tentang senjang fenomena (*phenomenon gap*) yang terjadi pada objek penelitian dan senjang penelitian (*research gap*) terdahulu yang menginspirasi penelitian ini. Uraian ini juga mempertegas tujuan dan manfaat penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini.

Bab II mengurai mengenai gagasan yang akan dibahas dalam penelitian ini. Landasan teoritis, telaah pustaka, kerangka berfikir, dan hipotesis semuanya dimasukkan dalam bab kedua ini. Penjelasan menyeluruh mengenai gagasan-gagasan yang relevan dan berkaitan dengan topik kajian yang akan diterbitkan dimuat dalam latar belakang teori. Selain itu, telaah pustaka membuat perbandingan antara topik penelitian yang akan dibahas dengan hasil dan kesimpulan penelitian sebelumnya. Sedangkan kerangka berpikir adalah cara berpikir yang dikembangkan berdasarkan landasan teori dan survei literatur yang mengarahkan peneliti dalam memecahkan kesulitan. Setelah itu hipotesis, bagian ini merumuskan jawaban atas masalah yang akan diteliti berdasarkan kerangka berpikir yang telah dibangun sebelumnya dan harus diuji kebenarannya.

Bab III menjelaskan jenis penelitian, metodologinya, tempat, populasi dan sampelnya, variabelnya, sumber datanya, metode pengumpulan datanya, dan metode analisisnya. Ada dua jenis metodologi penelitian yang tersedia: penelitian kuantitatif dan metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini, metodologi penelitian kuantitatif digunakan. Sistem penulisan tesis menggunakan penelitian kuantitatif objektif. Terdapat teknik penelitian dalam pendekatan penelitian skripsi. Ada beberapa jenis

prosedur penelitian. dapat dilakukan dengan survei, dokumen, wawancara, dan observasi. Tinjauan mengenai pengambilan sampel, sampel, unit analisis, dan populasi juga akan dibahas dalam metodologi penelitian. Saat melakukan penelitian lapangan, analisis data dilakukan bersamaan dengan metode dan alat pengumpulan data, dengan mempertimbangkan lokasi dan waktu penelitian.

Bab IV menguraikan gambaran umum subjek penelitian, menganalisis dan membahas data serta hasil penelitian yang telah dilakukan. Bab ini mencakup mengenai gambaran umum BTN Syariah Tegal, analisis data responden, analisis data penelitian yang telah diuji, serta pembahasan dan analisis hasil dari data tersebut. Dimana pembahasan dan analisis hasil ini menjelaskan tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility*, citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah baik secara parsial maupun simultan.

Bab V merupakan bagian terakhir pada penelitian ini. Bab ini menjabarkan mengenai kesimpulan yang berisi pokok-pokok hasil penelitian yang dikerucutkan, kemudian dilanjutkan dengan penjelasan tentang keterbatasan penelitian dan implikasi penelitian, selanjutnya beberapa saran supaya hasil penelitian menjadi lebih bermanfaat, daftar pustaka yang mencakup referensi yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini serta diakhiri dengan lampiran-lampiran lainnya.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berikut kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, antara lain:

1. Variabel *Corporate Social Responsibility* (X_1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) di tempat BTN Syariah Tegal. Artinya kegiatan *Corporate Social Responsibility* akan mempengaruhi adanya loyalitas nasabah.
2. Variabel citra perusahaan (X_2) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) di tempat BTN Syariah Tegal. Artinya semakin baik citra yang dimiliki perusahaannya, maka akan mempengaruhi adanya loyalitas nasabah.
3. Variabel kualitas pelayanan (X_3) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) di tempat BTN Syariah Tegal. Artinya semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah, akan sangat mempengaruhi adanya loyalitas nasabah.
4. Uji F menghasilkan nilai $F_{hitung} 13,045 > F_{tabel} 2,47$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama *Corporate Social Responsibility* (X_1), citra perusahaan (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y).
5. Nilai adjusted R square yang diperoleh dari hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,625. Artinya variabel *Corporate Social Responsibility* (X_1), citra perusahaan (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) dapat menerangkan loyalitas nasabah (Y) sebesar 62,5%. Sementara sisanya 37,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian.

B. Keterbatasan Penelitian

Meskipun pelaksanaan pada penelitian ini telah berusaha agar penelitian dilakukan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun peneliti masih menemui keterbatasan yang harus dihadapi, keterbatasan penelitian tersebut antara lain:

1. Pada penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility* (X_1), citra perusahaan (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3). Sedangkan masih banyak sekali faktor-faktor lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah.
2. Jumlah responden hanya 93 nasabah, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan sesungguhnya.
3. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden pada kuesionernya.

C. Implikasi Penelitian

Berikut merupakan implikasi teoritis dan implikasi praktis dalam penelitian ini, diantaranya yaitu:

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini berkontribusi menabuh literature dan bukti empiris bahwa tidak semua variabel yang digunakan peneliti dalam penelitian ini mendukung teori tentang faktor-faktor yang dapat memberi pengaruh terhadap loyalitas nasabah BTN Syariah. Variabel *Corporate Social Responsibility* (X_1), citra perusahaan (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) mendukung teori-teori tentang faktor-faktor yang dapat memberi pengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah (Y).

Sementara itu pada penelitian terdahulu terdapat hasil yang berbeda dengan hasil penelitian ini. Pada penelitian terdahulu didapati bahwa *Corporate Social Responsibility*, citra perusahaan dan kualitas pelayanan tidak dapat mempengaruhi

loyalitas nasabah. Dengan adanya perbedaan hasil temuan dengan hasil penelitian sebelumnya membuktikan bahwa perbedaan tempat lembaga dan wilayah lembaga yang diteliti dapat mengakibatkan hasil yang berbeda. Sehingga model dari penelitian ini tidak dapat digeneralisir jika digunakan pada tempat lembaga lain maupun pada model bisnis yang lain.

2. Implikasi Praktis

Implikasi praktis dari penelitian ini dapat digunakan dalam praktik bisnis untuk meningkatkan loyalitas nasabah. Implikasi didasarkan pada variabel *Corporate Social Responsibility*, citra perusahaan dan kualitas pelayanan yang terbukti mampu memberi pengaruh pada loyalitas nasabah. Sehingga penting bagi suatu lembaga untuk melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Aktivitas *Corporate Social Responsibility* membawa sejumlah manfaat, seperti perluasan pangsa pasar karena jumlah konsumen yang semakin banyak dan loyal terhadap produk perusahaan, terciptanya lingkungan bisnis yang lebih nyaman dan kondusif karena masyarakat merasa terlibat, peningkatan profitabilitas, dan kenaikan nilai saham di pasar modal karena daya tarik bagi investor. Artinya, semakin tinggi tingkat kepedulian perusahaan terhadap masyarakat, semakin tinggi pula tingkat loyalitas nasabahnya.

Untuk mencapai kemajuan dan pertumbuhan, sebuah lembaga harus dapat membuktikan kepercayaan yang diberikan kepadanya. Citra perusahaan menjadi aset terbesar yang perlu dilindungi dan dijaga secara berkelanjutan untuk mempertahankan keberlanjutan lembaga tersebut. Citra perusahaan dapat berdampak positif atau merugikan pada lembaga. Citra yang positif dapat membentuk kesuksesan lembaga, sementara citra yang buruk dapat merusak stabilitasnya. Citra perusahaan mencerminkan persepsi nasabah terhadap produk. Citra yang baik dapat mendorong nasabah untuk terus membeli produk, sehingga menciptakan loyalitas yang kuat.

Selain itu jika ingin meningkatkan loyalitas pada nasabah lembaga BTN, Pelaku bisnis memiliki kemampuan untuk mengimplementasikan strategi pelayanan yang berkualitas dengan memfokuskan perhatian pada penanganan masalah pelayanan tertentu. Strategi ini mencakup cara mengatasi keluhan pelanggan dan menangani berbagai isu terkait dengan pelayanan. Dengan demikian, tujuannya adalah menciptakan kepuasan pelanggan yang dapat membangun loyalitas. Dan dengan lebih banyak lagi pada bisnisnya sehingga dapat menarik lebih banyak nasabah untuk memilih BTN.

D. Saran

Berdasarkan kesimpulan, keterbatasan dan implikasi penelitian yang telah disajikan, berikut saran yang dapat diberikan oleh peneliti:

1. Bagi Lembaga BTN Syariah Tegal

Pada penelitian ini *Corporate Social Responsibility*, citra perusahaan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini didukung dengan persepsi baik yang dimiliki nasabah terhadap produk, fasilitas dan pelayanan BTN. Peneliti berharap pihak BTN dapat mempertahankan persepsi baik yang dimiliki nasabah sehingga dapat meningkatkan loyalitas nasabah dalam menabung di BTN, yaitu dengan memberikan pelayanan yang cepat dan memuaskan serta memperhatikan kebutuhan nasabah agar nasabah merasa lebih diperhatikan. Dengan demikian dapat menciptakan penilaian yang baik di mata nasabah. Jika nasabah memiliki penilaian yang baik, maka akan meningkatkan loyalitas nasabah BTN.

2. Bagi Peneliti

Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas nasabah, sebaiknya peneliti selanjutnya memperluas cakupan penelitian yang dilakukan. Dan karena studi ini hanya menggunakan tiga variabel independen, peneliti selanjutnya sebaiknya menggunakan lebih banyak variabel untuk

memastikan bahwa informasi yang dikumpulkan bersifat komprehensif. Dan dengan meningkatkan jumlah sampel yang digunakan, analisis penelitian dapat menghasilkan hasil yang lebih akurat karena lebih banyaknya data yang terlibat dalam proses penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, I. M. (2018). Pengaruh Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 6(2).
- Andreas, H. H., Sucahyo, U. S., & Elisabeth, D. (2015). Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas. *Jurnal Manajemen*, 15(1).
- Bachri, N. (2018). *Loyalitas Nasabah Bnak Syariah*. Aceh: Sefa Bumi Persada.
- Carolleta, K., & Elpanso, E. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BTN Syariah Pelembang yang dimoderasi oleh variabel kepuasan. *Jurnal Mirai Management*, 7(2).
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Cunsumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*. Malang: CV Irdh.
- Chomsiah, N. (2020). *pengaruh citra merek, kepercayaan merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek*. Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Faqihudin, A. (2020). Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR), Corporate Image, dan Keputusan Nasabah terhadap loyalitas Nasabah, 15(1).
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hermanto. (2019). *Faktor Pelayanan , Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Surabaya: Jakad Publishing.

- Jasfar, F. (2009). *Manajemen jasa: Pendekatan terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Juwita, V. R. (2006). *Membangun Citra Perusahaan melalui Program Desaku Hijau (Studi Pada PT HM Sampoerna di Pekalongan)*. Universitas Diponegoro.
- Kayati. (2018). Peran Theory of Reasoned Action Terhadap minat menggunakan Produk bagi hasil Bank Syariah, 3(1).
- Kodrat, D. S. (2009). *Manajemen Distribusi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prehalindo.
- Kristania, V. J., Ogi, I. W. J., & Karuntu, M. M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Manado, 10(4).
- Laksono, K. A. (2020). Pengaruh Corporate social responsibility (CSR) terhadap loyalitas nasabah tabungan BRI Britama (Studi pada mahasiswa S1 FEB UB).
- Massora, A., & Widyanti, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Thamrin Jakarta. *Jurnal Manajemen FE-UB*, 9(1).
- Mukarom, M. S., & Khasanah, I. (2012). Analisis Pengaruh Nilai Nasabah dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Untuk Menciptakan Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank BRI Cabang Pandanaran Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(1).

Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1 ed.). Tangerang: Pascal Books.

Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. (Syahrani, Ed.) (1 ed.). Banjarmasin: Antasari Press.

Rahman, A., Purwati, S., & Astuti, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Mandiri Tbk Cabang Jakarta Tanjung Duren. *JKSP-Almatama*, 2(1).

Rifa'i, K. (2019). *Membangun loyalitas pelanggan* (1 ed.). Yogyakarta: Pustaka ilmu yogyakarta.

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Jogjakarta: KBM Indonesia.

Saputra, M. G., Intan, H., & Miskiyah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Arief Palembang. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, 2(1).

Saraswati, A. M., Oktafian, N. F., Wardani, P. K., & Sari, S. P. (2018). Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan Klasifikasi Industri Agrikultur di Bursa Efek Indonesia. *Seminar Nasional dan The 6th Call for Syariah Paper Universitas Muhammadiyah Surakarta*.

Senoaji, F. (2021). Hubungan Antara Tanggung Jawab Sosial, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah BSI Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(2).

- Siadari, K., & Lutfi, A. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Penggunaan BNI Mobile Banking (Studi Kasus BNI Kantor Cabang Harmoni. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(2).
- Sudirman, B. A., Rahmawati, & Bachri, S. (2022). Pengaruh implementasi Corporate Social Responsibility (CSR), Citra Perbankan dan Kualitas Layanan terhadap loyalitas nasabah (Studi kasus pada Bank Muamalat Kota Palopo).
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif*. (Setiyawami, Ed.) (3 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Suminto, A., & Maharani, S. (2020). Analisis pengaruh corporate social responsibility, islamic banking service quality dan corporate image terhadap loyalitas nasabah di bank BRI Syariah kantor cabang pembantu Ponogoro. *el Barka: Journal of Islamic Economic and Business*, 3(1).
- Susanto, P. H., & Subagja, I. K. (2019). Pengaruh kualitas layanan, kepuasan nasabah dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(1).
- Suwandi, I. (2007). *Citra perusahaan seri manajemen pemasaran*. Jakarta: Rineka cipta.
- Syofian. (2020). Pengaruh citra perusahaan, ekspektasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI KC Bengkulu. *Creative Research Management Juournal*, 3(2).
- Virana, T. A. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya. *urnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 4(1).

Lampiran 15: Daftar Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP PENULIS

A. IDENTITAS

1. Nama : Nia Yuliana
2. Tempat tanggal lahir : Tegal, 01 Juni 2001
3. Alamat rumah : Desa Bongkok, Kecamatan Kramat,
Kabupaten Tegal, Jawa Tengah
4. Nomor handphone : 085226121631
5. Email : niayuliana1006@gmail.com
6. Nama ayah : Wasrap
7. Pekerjaan ayah : Nelayan
8. Nama ibu : Rusyati
9. Pekerjaan ibu : Ibu rumah tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SD Negeri Bongkok 03
2. SMP : SMP Negeri 2 Talang
3. SMA/SMK : SMK Negeri 1 Dukuhturi

C. PENGALAMAN ORGANISASI

1. IKATAN MAHASISWA TEGAL UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2. IPNU-IPPNU DESA BONGKOK
3. KARANG TARUNA DESA BONGKOK

Pekalongan, 10 Desember 2023

Penulis

Nia Yuliana
NIM.4219017