

ABSTRAK

Fitri Yinni. 2024. *Pengaruh Religiusitas, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah BSI KCP Martapura.* Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. Zaki Mubarak, S.E, M.Si.

Kata Kunci: Religiusitas, Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Loyalitas.

Loyalitas nasabah sangat penting untuk kelangsungan atau operasional perbankan syariah untuk meningkatkan profit atau menjaga asset perusahaan. Oleh sebab itu, penggabungan atau merger beberapa Bank Syariah di Indonesia menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) bertujuan untuk menjangkau luas pangsa pasar masyarakat Indonesia dan meningkatkan loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah akan terbentuk secara sendiri melalui sikap atau perilaku nasabah karena tingkat religiusnya dan dari pihak perbankan itu sendiri melalui kualitas produk dan pelayanan yang baik.

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh Religiusitas, Citra Perusahaan dan Kepercayaan berpengaruh secara Parsial dan Simultan terhadap Loyalitas Nasabah BSI KCP Martapura.

Jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah responden 100 orang menggunakan rumus Slovin. Model analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu statistik SPSS 22.

Hasil penelitian: 1) Variabel Religiusitas, Citra Perusahaan dan Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah. Nilai uji t yang signifikan variabel Religiusitas ($0,025 < 0,05$), variabel Citra Perusahaan ($0,044 < 0,05$) dan variabel Kepercayaan ($0,046 < 0,05$). Semua nilai adalah signifikan yang artinya semua variabel berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. 2) Semua Variabel berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah. Nilai uji f menunjukkan lebih kecil dari pada nilai alfa ($0,005 < 0,05$), artinya berpengaruh secara signifikan semua variabel terhadap Loyalitas Nasabah.