

## ABSTRAK

### **Ilis Solehah : Pengaruh Tingkat Pendapatan Nasabah, Pelayanan Elektronik Dan Nilai Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Syariah Indonesia Tbk. (Studi Kasus pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk Regional Bandung VI)**

Kebijakan pemerintah terhadap penggabungan atau *merger* pada bank syariah milik BUMN (PT Bank BRISyariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNISyariah) yang dilaksanakan pada tahun 2021 menyebabkan banyaknya perubahan baik dari sisi aturan, sistem dan kebijakan. Dengan banyaknya perubahan baik dari system dan kebijakan ini dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Karena adanya *merger* ini tidak semua nasabah dapat menerima dan mengikuti perubahan yang signifikan.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis seberapa besar pengaruh tingkat pendapatan nasabah secara parsial terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Regional Bandung VI, seberapa besar pengaruh pelayanan elektronik secara parsial terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Regional Bandung VI, seberapa besar pengaruh nilai syariah secara parsial terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Regional Bandung VI, dan seberapa besar pengaruh tingkat pendapatan nasabah, pelayanan elektronik, dan nilai syariah secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Regional Bandung VI.

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melakukan *Survey Research* yang menggunakan metode deskriptif analisis yang bersumber dari data primer dengan menggunakan analisis statistik dan data sekunder bersumber pada literatur, wawancara, *book review* mengenai tingkat pendapatan nasabah ( $X_1$ ), pelayanan elektronik ( $X_2$ ), nilai syariah ( $X_3$ ), dan loyalitas nasabah ( $Y$ ), terhadap responden pada nasabah PT Bank Syariah Indonesia Tbk Regional Bandung VI.

Hasil dari penelitian ini tingkat pendapatan nasabah terhadap loyalitas dengan hasil uji t yaitu nilai t hitung  $-0,843 < t$  tabel 1,979, sehingga  $H_0$  Diterima. Pada pelayanan elektronik dengan hasil t yaitu Nilai t hitung  $0,875 < t$  tabel 1,979, sehingga  $H_0$  Diterima. Sedangkan pada nilai syariah hasil t yaitu nilai t hitung  $5,106 > t$  tabel 1,979, sehingga  $H_0$  Ditolak. Tingkat pendapatan nasabah dan pelayanan elektronik terbukti tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah sedangkan nilai syariah membuktikan adanya pengaruh terhadap loyalitas.

Kata kunci: loyalitas, tingkat pendapatan, pelayanan elektronik, nilai syariah, bank syariah

## ABSTRACT

### **Ilis Solehah : The Influence of Customer Income Level, Electronic Services, and Sharia Values on Customer Loyalty of PT Bank Syariah Indonesia Tbk. (Case Study at PT Bank Syariah Indonesia Tbk Regional Bandung VI)**

The government's policy towards mergers or mergers in state-owned Islamic banks (PT Bank BRISyariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, and PT Bank BNISyariah) which was implemented in 2021. The impact of a merger causes many changes both in terms of rules, systems, and policies. The changes in the system and policy can affect customer loyalty. Due to this merger, not all customers can accept and follow the significant changes.

The purpose of this research is to analyze how big the influence of customer income level partially on customer loyalty at PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Regional Bandung VI, how much is the influence of electronic services partially on customer loyalty at PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Regional Bandung VI, how much is the influence of sharia value partially on customer loyalty at PT Bank Syariah Indonesia Tbk Regional Bandung VI, and how big are the influence of customer income levels, electronic services, and sharia values simultaneously on customer loyalty at PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Regional Bandung VI.

This research used a quantitative approach by conducting Survey Research that uses descriptive analyzing methods sourced from primary data using statistical analysis and secondary data sourced from literature, interviews, book reviews on customer income levels, electronic services, sharia values, and customer loyalty, to respondents at PT Bank Syariah Indonesia Regional Bandung VI customers.

The result of this study is the level of customer income on loyalty with the results of the t-test: the t value of  $-0.843 < t_{table} 1.979$ , so  $H_0$  is accepted. In electronic services with the results of t: the value of t count  $0.875 < t_{table} 1.979$  so that  $H_0$  is accepted. Meanwhile, for the sharia value, the result of t is the t-count value  $5.106 > t_{table} 1.979$ , so  $H_0$  is rejected. The level of customer income and electronic services proved to not affect customer loyalty, while the sharia value proved to affect loyalty.

Keywords: loyalty, income, electronic service, sharia value, sharia bank.