

# **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DI KABUPATEN BOGOR**

**RAMIZA MAGHFIRA ANDERIN  
H5401201063**



**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2024**

*@Hak cipta milik IPB University*

**IPB University**





## @Hak cipta milik IPB University

### Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Bogor” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2024

Ramiza Maghfira Anderin  
H5401201063

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## ABSTRAK

RAMIZA MAGHFIRA ANDERIN. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Bogor. Dibimbing oleh NENENG HASANAH dan MUHAMMAD ANHAR.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia saat ini mengalami kenaikan yang cukup signifikan dalam lima tahun terakhir. Bank Syariah Indonesia menjadi *top brand image* nomor satu dalam kategori Tabungan syariah menurut *Top Brand Index* tahun 2023. Namun pada awal Mei 2023, terjadi kasus serangan dari sebuah grup peretas ke layanan BSI yang menyebabkan layanan mengalami gangguan dan keluhan dari nasabah terkait sejumlah layanan yang tidak dapat berfungsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Bogor. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi logistik. Pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan subjek penelitian generasi milenial sebanyak 100 responden di Kabupaten Bogor. Hasil analisis regresi logistik menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *brand trust*, *brand image*, dan *perceived quality* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Bogor secara parsial maupun simultan

**Kata kunci:** citra merek, kepercayaan, kualitas layanan, loyalitas, regresi logistik

## ABSTRACT

RAMIZA MAGHFIRA ANDERIN. Factors Affecting Customer Loyalty of Bank Syariah Indonesia in Bogor Regency. Supervised by NENENG HASANAH and MUHAMMAD ANHAR.

*The development of Islamic banking in Indonesia is currently experiencing a significant increase over the last five years. Bank Syariah Indonesia became the number one top brand in the Sharia Savings category according to the top brand index in 2023. However in May 2023, there was a case of attack from a hacker group to BSI services which caused service disruptions and complaints from customers regarding a number of services that could not function. This study aims to determine the factors that influence the loyalty of Bank Syariah Indonesia customers in Bogor Regency. The method used in the research is logistic regression analysis. Sampling using non-probability sampling with millennial generation research subjects as many as 100 respondents in Bogor Regency. The results of logistic regression analysis show that there is a positive and significant influence between the variables of brand trust, brand image, and perceived quality on the loyalty of Bank Syariah Indonesia customers in Bogor Regency partially or simultaneously.*

**Keywords:** brand image, brand trust, logistic regression, loyalty, perceived quality.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*

# **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DI KABUPATEN BOGOR**

**RAMIZA MAGHFIRA ANDERIN**  
**H5401201063**

Skripsi  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana pada  
Departemen Ilmu Ekonomi Syariah

**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2024**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## @Hak cipta milik IPB University

### Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Dr. Deni Lubis, S.Ag., M.A.
2. Qoriatul Hasanah, Lc, MIRK



Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah Bank  
Syariah Indonesia di Kabupaten Bogor

Nama : Ramiza Maghfira Anderin  
NIM : H5401201063

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing 1:  
Dr. Neneng Hasanah, S.Ag., M.A.



Pembimbing 2:  
Muhammad Anhar, S.Pi., M.E.



Diketahui oleh

Ketua Departemen:  
Dr. Khalifah Muhamad Ali, S.Hut., M.Si.  
NIP 198603102014041001

Tanggal Ujian:  
2 Juli 2024

Tanggal Lulus:

## PRAKATA

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian berjudul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Bogor”.

Penulisan tugas akhir ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak selama proses penyusunan tugas akhir ini. Kedua orang tua penulis, Bapak Deddy Kusaryono dan Ibu Rinie Winestri, yang selalu mencurahkan doa, kasih sayang, dan dukungan semangat kepada penulis. Penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada Dr. Neneng Hasanah, S.Ag, M.A. dan Muhammad Anhar, S.Pi, M.E, selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah banyak membantu memberikan masukan, serta seluruh dosen beserta staf di Departemen Ilmu Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University atas fasilitas dan ilmu yang diberikan selama perkuliahan.

Penyusunan skripsi ini tentunya didukung juga oleh lingkungan terdekat penulis. Adik kandung dan saudara terdekat penulis yang turut memberikan dukungan dan doa. Rekan-rekan Ilmu Ekonomi Syariah Angkatan 57 yang telah berjuang bersama selama proses perkuliahan atas dukungan, semangat, dan motivasinya. Teman-teman penulis yang telah mendoakan, membantu, memberikan dukungan, dan semangat serta semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Bogor, Juli 2024

*Ramiza Maghfira Anderin*



## DAFTAR ISI

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| DAFTAR TABEL                             | ix |
| DAFTAR GAMBAR                            | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN                          | ix |
| PENDAHULUAN                              | 1  |
| 1.1 Latar Belakang                       | 1  |
| 1.2 Rumusan Masalah                      | 4  |
| 1.3 Tujuan Penelitian                    | 5  |
| 1.4 Manfaat Penelitian                   | 5  |
| 1.5 Ruang Lingkup Penelitian             | 5  |
| II TINJAUAN PUSTAKA                      | 6  |
| 2.1 Bank Syariah Indonesia               | 6  |
| 2.2 Teori Perilaku Konsumen              | 6  |
| 2.3 Teori Loyalitas                      | 7  |
| 2.4 <i>Brand Trust</i>                   | 7  |
| 2.5 <i>Brand Image</i>                   | 8  |
| 2.6 <i>Perceived Quality</i>             | 9  |
| 2.7 Generasi Milenial                    | 10 |
| 2.8 Penelitian Terdahulu                 | 11 |
| 2.9 Kerangka Pemikiran                   | 14 |
| 2.10 Hipotesis Penelitian                | 14 |
| III METODE                               | 15 |
| 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian          | 15 |
| 3.2 Jenis Penelitian dan Sumber Data     | 15 |
| 3.3 Metode Penentuan Populasi dan Sampel | 15 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data              | 16 |
| 3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data  | 16 |
| IV HASIL DAN PEMBAHASAN                  | 19 |
| 4.1 Analisis Karakteristik Responden     | 19 |
| 4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas   | 20 |
| 4.3 Uji Simultan                         | 21 |
| 4.4 Uji Parsial                          | 21 |
| 4.5 Uji Kelayakan Model                  | 22 |
| 4.6 Uji Estimasi Parameter Model         | 22 |
| V SIMPULAN DAN SARAN                     | 24 |
| 5.1 Simpulan                             | 24 |
| 5.2 Saran                                | 24 |
| DAFTAR PUSTAKA                           | 25 |
| RIWAYAT HIDUP                            | 32 |

## DAFTAR TABEL

|   |                                              |    |
|---|----------------------------------------------|----|
| 1 | Tabel 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu       | 11 |
| 2 | Tabel 2 Skala Likert                         | 16 |
| 3 | Tabel 3 Karakteristik Responden              | 19 |
| 4 | Tabel 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas | 21 |
| 5 | Tabel 5 Hasil Uji Simultan                   | 21 |
| 6 | Tabel 6 Hasil Uji Parsial                    | 21 |
| 7 | Tabel 7 Hasil Uji Kelayakan Model            | 22 |
| 8 | Tabel 8 Hasil <i>Model Summary</i>           | 22 |
| 9 | Tabel 9 Hasil <i>Classification Table</i>    | 23 |

## DAFTAR GAMBAR

|    |                                                                       |    |
|----|-----------------------------------------------------------------------|----|
| 10 | Gambar 1 Kenaikan aset perbankan syariah di Indonesia                 | 1  |
| 11 | Gambar 2 Komparasi top brand index dalam kategori tabungan syariah    | 2  |
| 12 | Gambar 3 Grafik jumlah penduduk Kabupaten Bogor 2023 berdasarkan usia | 4  |
| 13 | Gambar 4 Kerangka Pemikiran                                           | 14 |
| 14 | Gambar 5 <i>Pie Chart</i> Gambaran Persepsi Responden                 | 20 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|    |                                                      |    |
|----|------------------------------------------------------|----|
| 15 | Lampiran 1                                           | 27 |
| 16 | Lampiran 2 Hasil Uji T pada Analisis Linear Berganda | 31 |