

**ANALISIS PENGARUH *MERGER* TIGA BANK  
SYARIAH, KUALITAS LAYANAN, *BRAND  
IMAGE* TERHADAP LOYALITAS NASABAH  
BSI DI BANDAR LAMPUNG MENURUT  
PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM**



**SKRIPSI**

**Oleh :**

**SISI KARUNIA UTAMI**

**NPM. 1951020218**

**Program Studi : Perbankan Syariah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1444 H/2023 M**

**ANALISIS PENGARUH *MERGER* TIGA BANK  
SYARIAH, KUALITAS LAYANAN, *BRAND  
IMAGE* TERHADAP LOYALITAS NASABAH  
BSI DI BANDAR LAMPUNG MENURUT  
PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Guna Mendapat Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh :

**SISI KARUNIA UTAMI**

**NPM. 1951020218**

**Program Studi : Perbankan Syariah**

**Pembimbing I : Dr. Asriani, S.H., M.H.**

**Pembimbing II : Ahmad Hazas Syarif, S.E.I., M.E.I**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**RADEN INTAN LAMPUNG**

**1444 H/2023 M**

## ABSTRAK

Bank Syariah Indonesia merupakan institusi perbankan yang berdasarkan syariah islam. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana *merger* tiga bank syariah mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia, bagaimana kualitas layanan mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia, bagaimana *brand image* mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia, bagaimana *merger*, kualitas layanan dan *brand image* berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia dan bagaimana *merger*, kualitas layanan dan *brand image* terhadap loyalitas nasabah ditinjau dalam prespektif ekonomi islam . Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan *merger* mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia, untuk menjelaskan kualitas layanan mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia, untuk menjelaskan *brand image* mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia, untuk menelaskan *merger* kualitas layanan dan *brand image* berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia dan untuk menjelaskan *merger* kualitas layanan dan *brand image* terhadap loylitas nasabah dalam prespektif Ekonomi Islam.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif, jenis penelitian bersifat deskriptif analis. Teknik pengambilan data menggunakan metode *non-probability sampling* yakni dengan metode *proposive sampling*. Sempel dalam penelitian ini adalah 104 responden yakni nasabah Bank Syariah Indonesia di Bandar Lampung. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa *Merger* Tiga Bank Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, Brand Image berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas nasabah, *Merger* Tiga Bank Syariah, Kualitas Layanan dan Brand Image secara simultan berpengaruh signiikan terhadap Loyalitas Nasabah dan *merger* tiga Bank Syariah kualitas layanan dan *brand image* terhadap loylitas nasabah telah sesuai dengan prefektif ekonomi Islam.

**Kata Kunci :** *Merger* Tiga Bank Syariah, Kualitas Layanan, *Brand Image* Loyalitas Nasabah

## ABSRACT

Bank Syariah Indonesia is a banking institution based on Islamic sharia. The formulation of the problem in this study is how does the merger of three Islamic banks affect customer loyalty of Bank Syariah Indonesia, how does service quality affect customer loyalty of Bank Syariah Indonesia, how does brand image affect customer loyalty of Bank Syariah Indonesia, how does merger, service quality and brand image affect simultaneously Bank Syariah Indonesia's customer loyalty and how it merges, service quality and brand image on customer loyalty are reviewed from an Islamic economic perspective. The purpose of this study is to explain mergers affecting customer loyalty at Bank Syariah Indonesia, to explain service quality affecting customer loyalty at Bank Syariah Indonesia, to explain brand image affecting customer loyalty at Bank Syariah Indonesia, to explain mergers of service quality and brand image simultaneously influencing customer loyalty. Bank Syariah Indonesia and to explain the merger of service quality and brand image on customer loyalty in the perspective of Islamic Economics.

This research uses a quantitative approach method, this type of research is descriptive analysis. The data collection technique uses the non-probability sampling method, namely the purposive sampling method. The samples in this study were 104 respondents, namely customers of the Indonesian Sharia Bank in Bandar Lampung. Data collection techniques using a questionnaire.

The results of this study indicate that the Merger of Three Islamic Banks has a positive and significant effect on Customer Loyalty, Service Quality has a positive and significant effect on Customer Loyalty, Brand Image has a negative and insignificant effect on Customer Loyalty, Merger of Three Islamic Banks, Service Quality and Brand Image simultaneously has a significant effect on customer loyalty and the merger of three Islamic banks, service quality and brand image on customer loyalty are in accordance with Islamic economic prefectives.

**Keywords:** Merger of Three Islamic Banks, Service Quality, Brand Image Customer Loyalty



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung (072` )703260*

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sisi Karunia Utami

NPM : 1951020218

Jurusan/Pordi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh *Merger* Tiga Bank Syariah, Kualitas Layanan dan *Brand Image* terhadap Loyalitas Nasabah BSI di Bandar Lampung Berdasarkan Prespektif Ekonomi Islam” adalah benar-benar hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dengan *footnote* atau daftar Pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya pada penyusun.



Bandar

Lampung, 5

Juni 2023

Sisi Karunia Utami

NPM.1951020218



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarane, Bandar Lampung, Telp. (0721) 703289*

**PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH MERGER TIGA BANK SYARIAH, KUALITAS LAYANAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS NASABAH BSI DI BANDAR LAMPUNG DALAM PRESEKPTIF EKONOMI ISLAM**

Nama : **Sisi Karunia Utami**  
NPM : **1951020218**  
Jurusan : **Perbankan Syariah**  
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqosahkan dan disertakan dalam Sidang Munaqosyah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,  
UIN Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Dr. Asriani, S.H., M.H**  
NIP. 196605061992032001

**Pembimbing II**

**Ahmad Hazas Syarif, M. E. I**  
NIP. 198809292019031010

**Mengetahui**

**Ketua Program Studi Perbankan Syariah**

**Any Eliza, S.E., M.Ak**  
NIP. 198308152006012009

vi



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung, Telp. (0721) 703289

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Merger Tiga Bank Syariah Kualitas Layanan dan Brand Image terhadap Loyalitas Nasabah BSI di Bandar Lampung dalam Prespektif Ekonomi Islam”** disusun oleh, Sisi Karunia Utami, NPM: 1951020218, program studi Perbankan Syariah, Telah di Ujikan dalam sidang Munaqasyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal : Senin /19 Juni 2023.

**TIM MUNAQOSYAH**

**Ketua : Any Eliza, S.E., M.Ak**

**Sekretaris : Gustika Nurmalia, M.Ek**

**Penguji I : Citra Etika, M.Si**

**Penguji II : Dr. Asriani, S.H., M.H**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M, Akt. CA  
NIP. 197009262008011008**

## MOTTO

وَمَنْ يُشَاقِقِ الرَّسُولَ مِنْ بَعْدِ مَا تَبَيَّنَ لَهُ الْهُدَىٰ وَيَتَّبِعْ غَيْرَ سَبِيلِ الْمُؤْمِنِينَ نُوَلِّهِ مَا تَوَلَّىٰ وَنُصَلِّهِمْ جَهَنَّمَ وَسَاءَتْ مَصِيرًا

“Dan barang siapa yang masih juga menentang Rasul, setelah jelas baginya pentunjuk yang keluar dari mulut Rasul itu, dan diikutinya juga jalan yang bukan jalan orang yang beriman, Kami kabarkan ia bergemang dalam kesesatan yang dipilihnya itu untuk kemudian kami masukan kedalam Jahannam. Itulah tempat yang seburuk-buruknya”

Q.S An-Nisa : 115

لَهُمْ وَاسْتَعْفِرْ عَنْهُمْ فَاعْفُ ۗ حَوْلَكَ مِنْ لَاقِظُوا الْقُلُوبِ عَلِيظًا فَطَّا كُنتَ وَلَوْ ۗ لَهُمْ لِنْتَ اللَّهُ مِنْ رَحْمَةٍ فَبِمَا الْمُتَوَكِّلِينَ يُحِبُّ اللَّهُ إِنَّ ۗ اللَّهُ عَلَىٰ فَتَوَكَّلْ عَزَمْتَ فَإِذَا الْأَمْرِ فِي وَسَاوِرُهُمْ

“Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal.”

Q.S Ali ‘Imrān 3:159



## PERSEMBAHAN

*Subhanallah walhamdulillah walailahailallah, Allahu Akbar.* Dengan mengucap rasa syukur ke pada Allah SWT pencipta semesta alam yang telah memberikan segala nikmat dan atas izin-Nya telah saya selesaikan tugas saya, lika-liku perjalanan saya menuju kesuksesan yang tak luput dari cobaan *maghifiroh* serta hidayah-Nya. Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda cinta, sayang dan ucapan terimakasih yang mendalam kepada:

1. Kedua orang tua hebat saya yang selalu menjadi penyemangat serta motivator yang terbaik dalam hidup saya, Ayahanda Asikin dan Ibunda Asimi Herawati, kedua orang tua yang kusayang dan kucinta yang selalu tulus membimbing dan menemani saya dalam setiap langkah saya. Kedua orang tua yang selalu mengupayakan segala yang terbaik untuk saya sampai bisa pada tahap di mana skripsi ini akhirnya selesai, cinta yang tak pernah padam, kasih sayang yang tak pernah pudar, yang telah mencurahkan setiap cinta dan kasihnya kepadaku dalam setiap hembusan nafasnya. Terimakasih telah menjadi orang tua yang sempurna. Semoga Allah SWT senantiasa selalu melindungi serta memuliahkan kedua orang tua saya baik di dunia maupun di akhirat.
2. Almamater saya tercinta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang saya hormati dan saya banggakan yang telah menjadi sarana menimba ilmu akan selalu saya jaga nam baiknya

## RIWAYAT HIDUP

Alhamdulillah peneliti dianugrakan nama yang baik dari kedua orang tua dengan nama Sisi Karunia Utami, dilahirkan di Tanjung Beringin 6 Desember 2001 . Peneliti adalah putri tunggal dari pasangan Bapak Asikin dan Ibu Asimi Herawati. Riwayat Pendidikan yang telah diselesaikan adalah:

1. Sekolah Dasar (SD) di Sekolah Dasar Negeri 8 Tanjung Beringin, Kecamatan Pasemah Air Keruh, Kabupaten Empat Lawang, Provinsi Sumatera Selatan lulus pada Tahun 2013
2. Sekolah Menengah Peratama (SMP) di Sekolah Menengah Pertama Swasta Kartikatama, Kecamatan Metro Selatan, Kota Metro, Provinsi Lampung lulus pada Tahun 2016
3. Sekolah Menengah Atas (SMA) di Sekolah Menengah Atas Swasta Kartikatama, Kecamatan Metro Selatan, Kota Metro, Provinsi Lampung lulus pada Tahun 2019
4. Kemudian pada tahun yang sama yaitu 2019, peneliti mneuskan pendidikan di Universitas Negeri Islam Raden Intan Lampung pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di jurusan Perbankan Syariah.

Bandar Lampung, 2 Juni 2023

Yang Membuat

Sisi Karunia Utami

NPM. 1951020218

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah mencurahkan Rahmat dan Karunia-Nya kepada penulis sehingga dengan Rahmat-Nya tersebut penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH *MERGER* TIGA BANK SYARIAH, KUALITAS LAYANAN, *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS NASABAH BSI DI BANDAR LAMPUNG MENURUT PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM”** tepat pada waktunya. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang menjadi tauladan bagi umat manusia.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan, maka dengan ini penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sehingga dikemudian hari akan menjadi lebih baik. Terlepas dari kekurangan-kekurangan itu penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan baik secara moral maupun material dalam penyusunan proposal ini, oleh karenanya, pada kesempatan ini penulis secara khusus ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, MM., Akt,C.A. selaku dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
2. Bapak Dr. Madnasir, S.E.,M.S.I. selaku wakil dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Ibu Any Eliza., S.E., M.Ak. selaku ketua prodi Perbankan Syariah
4. Ibu Dr. Asriani, S.H. M.H. selaku dosen Pembimbing Akademik (PA) sekaligus pembimbing I yang telah banyak memberikan

motivasi, telah banyak memberikan waktunya untuk membimbing penulis dengan penuh kesabaran.

5. Bapak Ahmad Hazas Syarif, S.E.I., M.E.I. selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan motivasi, telah banyak memberikan waktunya untuk membimbing penulis dengan penuh kesabaran.
6. Bapak dan Ibu dosen fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
7. Kedua orang tua yang mana telah menjadi motivasi penulis sampai saat ini.
8. Serta teman-teman kelas Perbankan Syariah Kelas A dan juga seluruh angkatan Perbankan Syariah 2019 yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu-persatu.
9. Dan semua pihak yang tidak mampu penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan kepada penulis singga skripsi ini dapatselesaikan.

Penulis percaya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis akan sangat berterimakasih atas kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga Proposal ini dapat memberikan informasi bagi mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dapat bermanfaat dan dapat dipergunakan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Bandar Lampung, 2 Juni 2023

Penulis

Sisi Karunia Utami  
NPM. 1951020218

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>ABSTRAK</b> .....                                     | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....                           | <b>iv</b>   |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....                          | <b>v</b>    |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....                           | <b>vi</b>   |
| <b>MOTTO</b> .....                                       | <b>vii</b>  |
| <b>PERSEMBAHAN</b> .....                                 | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....                        | <b>ix</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> i.....                             | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                  | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                               | <b>xvi</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                           | <b>1</b>    |
| <b>A. Penegeasan Judul</b> .....                         | <b>1</b>    |
| <b>B. Latar Belakang Masalah</b> .....                   | <b>3</b>    |
| <b>C. Identifikasi dan Batasan Masalah</b> .....         | <b>8</b>    |
| <b>D. Rumusan Masalah</b> .....                          | <b>9</b>    |
| <b>E. Tujuan Penelitian</b> .....                        | <b>9</b>    |
| <b>F. Manfaat Penelitian</b> .....                       | <b>10</b>   |
| <b>G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan</b> ..... | <b>10</b>   |
| <b>H. Sistematika Penulisan</b> .....                    | <b>17</b>   |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN</b>               |             |
| <b>HIPOTESIS</b> .....                                   | <b>19</b>   |
| <b>A. Ladasan Teori</b> .....                            | <b>19</b>   |
| <b>1. Theory Stimulus-Organism-Response</b> .....        | <b>19</b>   |
| <b>2. Bank Syariah</b> .....                             | <b>21</b>   |
| a. Pengertian Bank Syariah .....                         | <b>21</b>   |
| b. Prinsip- prinsip Dasar Bank Syariah.....              | <b>22</b>   |
| c. Fungsi Bank Sariah .....                              | <b>22</b>   |
| <b>3. Loyalitas Nasabah</b> .....                        | <b>24</b>   |
| a. Pengertian Loyalitas Nasabah .....                    | <b>24</b>   |
| b. Faktor-faktor yang mempengaruhi                       |             |
| Loyalitas Nasabah .....                                  | <b>25</b>   |
| c. Karakteristik Loyalitas Nasabah.....                  | <b>26</b>   |

|                |   |           |
|----------------|---|-----------|
| d.             | Manfaat Loyalitas.....  | 27        |
| e.             | Indikator Loyalitas Nasabah.....  | 28        |
| f.             | Loyalitas Nasabah Dalam Ekonomi Islam   | 29        |
| <b>4.</b>      | <b><i>Merger</i></b> .....  | <b>31</b> |
| a.             | Pengertian <i>Merger</i> .....  | 31        |
| b.             | Faktor-Faktor yang Mempengaruhi<br><i>Merger</i> .....  | 31        |
| c.             | Jenis-Jenis <i>Merger</i> .....   | 34        |
| d.             | <i>Merger</i> Bank Syariah .....  | 35        |
| e.             | Indikator <i>Merger</i> .....   | 38        |
| <b>5.</b>      | <b>Kualitas layanan</b> .....   | <b>40</b> |
| a.             | Pengertian Kualitas Layanan .....   | 40        |
| b.             | Faktor-faktor yang Mempengaruhi<br>Kualitas Layanan.....  | 41        |
| c.             | Indikator Kualitas Layanan .....  | 42        |
| <b>6.</b>      | <b><i>Brand Image</i></b> .....   | <b>44</b> |
| a.             | Pengertian <i>Brand Image</i> .....   | 44        |
| b.             | Manfaat <i>Brand Image</i> .....  | 45        |
| c.             | Indikator <i>Brand image</i> .....  | 46        |
| <b>B.</b>      | <b>Kerangka Berpikir</b> .....  | <b>47</b> |
| <b>C.</b>      | <b>Pengajuan Hipotesis</b> .....  | <b>48</b> |
| <b>1.</b>      | <b>Pengaruh <i>Merger</i> terhadap Loyalitas<br/>    Nasabah</b> .....  | <b>49</b> |
| <b>2.</b>      | <b>Pengaruh Kualitas Layanan terhadap<br/>    Loyalitas Nasabah</b> .....   | <b>50</b> |
| <b>3.</b>      | <b>Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas<br/>    Nasabah</b> .....   | <b>51</b> |
| <b>4.</b>      | <b>Pengaruh <i>Merger</i> Tiga Bank Syariah,<br/>    Kualitas Layanan dan <i>Brand Image</i> Secara<br/>    Simultan terhadap Loyalitas Nasabah</b> ..... | <b>52</b> |
| <b>BAB III</b> | <b>METODE PENELITIAN</b> .....  | <b>54</b> |
| <b>A.</b>      | <b>Waktu dan Tempat Penelitian</b> .....  | <b>54</b> |
| <b>1.</b>      | <b>Waktu Penelitian</b> .....   | <b>54</b> |
| <b>2.</b>      | <b>Tempat Penelitian</b> .....  | <b>54</b> |

|                |  |     |
|----------------|--|-----|
| B.             | Pendekatan dan Jenis Penelitian.....           | 54  |
| 1.             | Pendekatan Penelitian .....                    | 54  |
| 2.             | Jenis Penelitian .....                         | 55  |
| C.             | Variabel Penelitian dan Definisi Operasional   |     |
| Variabel ..... |  | 56  |
| 1.             | Variabel Penelitian .....                      | 56  |
| a.             | Variabel <i>Dependent</i> atau Terikat (Y).... | 56  |
| b.             | Variabel <i>Independen</i> atau Bebas ( X).... | 57  |
| 2.             | Operasional Variabel.....                      | 58  |
| D.             | Sumber data .....                              | 58  |
| 1.             | Data Primer.....                               | 59  |
| 2.             | Data Sekunder .....                            | 59  |
| E.             | Populasi dan Sampel .....                      | 59  |
| 1.             | Populasi .....                                 | 59  |
| 2.             | Sampel .....                                   | 59  |
| F.             | Teknik Pengumpulan Data.....                   | 61  |
| G.             | Teknik Analisis Data.....                      | 62  |
| 1.             | Uji Kelayakan Data .....                       | 62  |
| 2.             | Uji Asumsi Klasik .....                        | 63  |
| 3.             | Uji Regresi Linear Berganda .....              | 64  |
| 4.             | Uji Hipotesis .....                            | 65  |
| BAB IV         | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....          | 66  |
| A.             | Hasil Penelitian .....                         | 66  |
| B.             | Pembahasan.....                                | 112 |
| BAB V          | PENUTUP .....                                  | 124 |
| A.             | Kesimpulan.....                                | 124 |
| B.             | Saran .....                                    | 124 |
| DAFTAR PUSTAKA | .....  | 126 |
| LAMPIRAN.....  |  | 131 |

## DAFTAR TABEL

|   |     |
|---|-----|
| Tabel 1.1 Persebaran Jaringan Bank Syariah Indonesia .....                              | 7   |
| Tabel 3.1 Operasional Variabel .....  | 57  |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Kantor<br>Cabang BSI.....                 | 83  |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....                         | 83  |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                                | 84  |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan<br>Terakhir .....              | 85  |
| Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                           | 86  |
| Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....                          | 86  |
| Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama<br>Menjadi Nasabah .....             | 87  |
| Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Merger</i><br>Tiga Bank Syariah..... | 88  |
| Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Kualitas Layanan .....                           | 90  |
| Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap Variabel<br><i>Brand Image</i> .....            | 93  |
| Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap Variabel Loyalitas<br>Nasabah .....             | 95  |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas <i>Merger</i> Tiga Bank Syariah.....                     | 97  |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Kualitas layanan.....                                    | 98  |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas <i>Brand image</i> .....                                 | 98  |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah.....                                   | 99  |
| Tabel 4.16 Reabilitas Instrumen <i>Merger</i> Tiga Bank Syariah .....                   | 100 |
| Tabel 4.17 Reabilitas Instrumen Kualitas Layanan .....                                  | 100 |
| Tabel 4.18 Reabilitas Instrumen <i>Brand Image</i> .....                                | 101 |
| Tabel 4.19 Reabilitas Instrumen Loyalitas Nasabah.....                                  | 101 |
| Tabel 4.19 Uji Normlitas One-Sample Kolmogorov-<br>Smirnov Test .....                   | 103 |
| Tabel 4. 20 Uji Multikolinearitas .....   | 105 |
| Tabel 4.21 Uji Regresi Linear Berganda .....  | 107 |
| Tabel 4.22 Uji Parsial (Uji t) .....  | 109 |
| Tabel 4.23 Uji Simultan (F) .....   | 111 |



Tabel 4.24 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )..... . 112



## DAFTAR GAMBAR

|   |     |
|---|-----|
| Gambar 1.1 Kerangka Berpikir .....                          | 47  |
| Gambar 4.1 Logo Bank Syariah Indonesia .....                | 68  |
| Gambar 4.2 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia ..... | 70  |
| Gambar 4.3 Uji Normalitas .....                             | 102 |
| Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisi .....                       | 104 |



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Untuk mendapatkan pemahaman yang jelas dan pengertian dalam memahami arti judul yang dimaksud oleh penulis, maka judul skripsi ini di jelaskan dengan lugas. Adapun judul skripsi ini adalah “**Analisis Pengaruh Merger, Kualitas Layanan dan Brand Image Terhadap Loyalitas Nasabah BSI di Bandar Lampung Menurut Presfektif Ekonomi Islam** ” Untuk menghindari kesalah pahaman dan memahami maksud judul skripsi, terlebih dahulu di perlukan penegasan terhadap istilah-istilah yang terdapat dalam judul sebagai berikut :

1. **Analisis** adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa berupa karangan, perbuatan, dan sebagainya untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya seperti halnya sebab-muhasab, duduk perkaranya dan lain sebagainya.<sup>1</sup> Analisis dapat dikatakan sebagai proses untuk mengetahui peristiwa suatu objek dengan memanfaatkan informasi-informasi yang tersedia.
2. **Pengaruh** adalah suatu keadaan yang terdapat hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang dipengaruhi dengan apa yang mempengaruhi kemudian dihubungkan dan dicari apa ada hal yang menghubungkan keduanya.<sup>2</sup> Atau dengan kata lain pengaruh merupakan sebagai sesuatu yang timbul dari suatu hal yang memiliki efek atau hasil yang dampak baik positif atau negatif.
3. **Merger** adalah suatu proses penggabungan atau penyatuan dua atau lebih perseroan dimana terdapat perseroan yang tetap

---

<sup>1</sup>Arti kata Analisis (online), tersedia di: <http://kbbi.web.id/analisis> (12 oktober 2022)

<sup>2</sup>Departemen Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Gramedia, 2007), 78.

berdiri dan menggunakan nama perseroanya dan terdapat perseroa yang lebur baik nama maupun assetnya masuk kedalam perseroan yang tetap berdiri tersebut.<sup>3</sup>

4. **Kualitas Layanan** adalah dimana layanan merupakan segala kegiatan yang dibutuhkan untuk menerima, memproses, menyampaikan serta memenuhi pesanan pelanggan atau nasabah. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan, maka akan menciptakan suatu kepuasan bagi para pelanggannya.<sup>4</sup>
5. **Brand Image** adalah cara seseorang ataupun sekelompok orang dalam memandang sebuah benda. Perusahaan harus melakukan survei kembali terhadap publik secara periodik untuk melihat apakah kegiatan yang dilakukan perusahaan sudah meningkatkan *image* atau citranya. Pemasaran digunakan untuk menilai citra yang lebih baik.<sup>5</sup> sehingga dengan kata lain *brand image* merupakan gambaran atau kesan yang ditimbulkan oleh suatu merek dalam benak pelanggan serta keyakinan merek dalam ingatan nasabah atau pelanggan.
6. **Loyalitas Nasabah** adalah suatu kepercayaan dari konsumen atau nasabah terhadap pemakaian suatu produk atau jasa dan melakukan pembelian secara berulang terhadap produk atau jasa tersebut.<sup>6</sup> dengan kata lain loyalitas nasabah juga merupakan suatu kesetiaan pelanggan atau nasabah terhadap sebuah produk atau jasa yang telah sukses memenuhi harapan mereka.

---

<sup>3</sup>Hanna Pertiwi, "Analisis Pengaruh Merger Bank Syariah Indonesia (BSI) Terhadap Switching Behavior Nasabah diluar Pengguna BSI", *NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah* 7, no. 2 (2021), 92.

<sup>4</sup>Payne Adrian, *The Essence of Service Marketing (Pemasaran Jasa)* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 219.

<sup>5</sup>Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid I* (Jakarta: PT.Indeks, 2007), 259.

<sup>6</sup>Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2005), 26 .

7. **Perspektif Ekonomi Islam** adalah sudut pandang, atau gagasan-gagasan berlandaskan syariah Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-sunnah sehingga dapat mencapai kebahagiaan duniawi dan ukhrawi.<sup>7</sup>

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan judul penelitian ini adalah suatu penelitian untuk membahas lebih dalam mengenai pengaruh tiga *merger* atau penggabungan Bank Syariah adapun bank yang mengalami *merger* atau penggabungan tersebut yakni BRI Syariah, BNI Syariah dan Mandiri Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI), pengaruh kualitas layanan, pengaruh *brand Image* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) berdasarkan sudut pandang atau gagasan-gagasan yang sesuai nilai-nilai al-Quran dan al-hadist

## B. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya kegiatan perbankan syariah dalam Islam harus berpedoman kepada Al-Qur'an, Hadist Rasul SAW, *Ijtihad*, dan pendapat para ulama yang kredibel. Seperti diharamkannya riba dan diperbolehkannya jual beli yang tertera pada Q.S Al-Baqarah ayat 275 sebagai berikut :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا  
الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَاتَّبَعَهَا مَا سَلَفَ وَأَمْرٌ  
إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

Artinya : “Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan

---

<sup>7</sup>Mohammad Hidayat, *The Sharia Economic*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2010), 27.

*mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.”*

Berdasarkan ayat tersebut maka terdapat empat tujuan perbankan syariah yaitu : usaha bank syariah ialah untuk mencari ridhi Allah SWT, menjadikan perbankan syariah sebagai sarana untuk mencapai kesejahteraan hidup dunia dan akhirat, menciptakan distribusi dana dari yang mempunyai kelebihan dana disalurkan kepada yang membutuhkan dana dan meraih perekonomian yang diperintahkan oleh Allah SWT dengan memberikan dampak baik terhadap semua masyarakat.

Di era globalisasi saat ini pertumbuhan perbankan syariah mengalami peningkatan, yang ditandai adanya pendirian unit usaha syariah dan bank umum syariah di Indonesia yang terus bertambah. Dalam hal ini pemerintah menaikkan laju pertumbuhan perbankan syariah, membuat rencana untuk melaksanakan penggabungan terhadap tiga bank syariah anak perusahaan badan usaha milik negara yakni Bank Syariah Mandiri, Bank BRI Syariah, dan Bank BNI Syariah yang sebenarnya sudah lama didiskusikan. Kini ketiga bank tersebut menjadi perbincangan yang hangat karena penggabungan tersebut sudah terealisasi, dan resmi beroperasi pada tanggal 01 Februari 2021 dengan nama entitas baru yaitu PT Bank Syariah Indonesia Tbk yang telah diberi izin oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).<sup>8</sup> Sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi serta peluang besar untuk dapat menjadi negara terdepan di bidang ekonomi islam terutama bidang keuangan syariah.

---

<sup>8</sup>Alif dan Ulfa, “Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia”, Vol.7 No.02 (2021), 1101.

Kebijakan penggabungan yang dilakukan pemerintah bertujuan untuk membentuk bank umum syariah milik negara, dimana bank umum syariah ini mempunyai status yang sejajar dengan bank BUMN yang lain sehingga memiliki manfaat yang dilihat dari sisi kebijakan serta transformasi bank. Selain itu dengan adanya *merger* dari beberapa perbankan syariah yakni BNI Syariah, BRI Syariah, dan BSM Syariah tentunya akan ada penyesuaian atau bahkan perubahan yang cukup signifikan. Seperti proses adaptasi nilai dan budaya bank hasil merger, *harmonisasi governance* yang sudah ada di masing-masing bank agar dapat dikombinasikan dengan lebih baik, pemetaan produk dan layanan *ekisting*, proses migrasi nasabah, serta melengkapi produk dan layanan agar dapat bersaing dengan bank konvensional.<sup>9</sup> Dengan itu hal ini dapat memberikan dampak baik positif maupun negatif terhadap perilaku nasabah yang sebelumnya menjadi nasabah pada masing-masing bank, hal ini setidaknya berdampak pada loyalitas nasabah terhadap munculnya bank hasil dari *merger*.

Selain *merger*, kualitas layanan juga merupakan faktor terpenting terhadap loyalitas nasabah, dimana nasabah semakin bersifat kritis dalam memilih jasa perbankan. Nasabah akan menggunakan jasa suatu perusahaan jika perusahaan dapat melayani pelanggannya dengan baik. Nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Dengan begitu, tolak ukur sejauh mana pihak bank mampu memberikan yang terbaik kepada setiap nasabahnya dilihat dari layanan yang diberikan. Apabila nasabah merasa puas akan pelayanan yang didapat, maka nasabah akan merasa mendapatkan keuntungan dari perusahaan tersebut dan nasabah dapat dikatakan nasabah yang loyal terhadap produk yang dipilih sesuai dengan apa yang diinginkannya, dan nasabah akan

---

<sup>9</sup>Wiwin Muchtar Wiyono, "Cakrawala Hukum Majalah Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Wijaya Kusuma Dampak Merger 3 (Tiga) Bank Syariah Bumn Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah", *Cakrawala Hukum* 23, no.1 (2021), 69.

cenderung memakainya lagi diwaktu mendatang. Sebaliknya jika nasabah merasa tidak puas, maka nasabah tersebut tidak akan memakai produk itu lagi, dan bahkan nasabah akan menilai dan memberikan informasi yang negatif terkait produk ataupun entitas tersebut kepada orang lain.<sup>10</sup>

Faktor selanjutnya yakni *brand image*, bank syariah Indonesia juga harus mampu menciptakan *brand image* produk yang baik dan unggul. *Brand image* produk sangat penting sekali diperhatikan serta dikembangkan oleh pihak perusahaan guna untuk mendapatkan dan mempertahankan nasabah ataupun calon nasabah, sebab apabila *brand image* produk syariah jelek pada nasabah akan membentuk citra buruk pula pada bank. Hal ini akan menyebabkan nasabah akan beralih ke bank lain yang lebih baik brand imagenya maka bank harus berusaha mempertahankan *brand image* produk syariahnya.<sup>11</sup> Loyalitas dalam urusan muamalah sesuai dengan perspektif Islam dapat dibangun atas dasar muamalah yang memberikan manfaat pada kedua belah pihak, karena dapat memenuhi kewajiban hak masing-masing melalui nilai-nilai Islam yang diterapkan pada aktivitas usaha bank syariah Indonesia.

Bandar Lampung merupakan salah satu kota terbesar yang berada di Provinsi Lampung dengan luas wilayah sebesar 197,22 km<sup>2</sup> yang terdiri dari 20 kecamatan.<sup>12</sup> Menurut Publikasi BPS Kota Bandar Lampung, jumlah penduduk di Kota Bandar Lampung pada tahun 2022 mencapai 1.092.506 jiwa dengan mayoritas penduduk beragama Islam yakni sebanyak 1.021.430 jiwa atau sebesar 93,49% dari jumlah penduduk. Di Kota Bandar

---

<sup>10</sup>Arini, Luh Novi., Metera, I Gede Made., & Jiwa, Dewa Nyoman Arta.”Brand Image, Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Tabungan Britama PT. BRI (Persero), TBK. KCP Seririt Kabupaten Buleleng”, 7 no. 1 (2020), 9.

<sup>11</sup>Alberto, Brando dan Ibrahim, “Pengaruh Brand Image Produk Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan (Kasus Bank Rakyat Indonesia Syariah Pekanbaru”, 3, no 2 (2016), 6.

<sup>12</sup>Badan Pusat Statistik (BPS) Lampung, <https://lampung.bps.go.id/> , Diakses pada tanggal 1 Maret 2023



Lampung terdapat 8 persebaran Bank Syariah Indonesia antara lain sebagai berikut<sup>13</sup>:

**Tabel 1.1**  
**Persebaran Jaringan Bank Syariah Indonesia**  
**di Kota Bandar Lampung**

| No | Keterangan                          | Alamat                                |
|----|-------------------------------------|---------------------------------------|
| 1  | KC Bandar Lampung<br>Tanjung Karang | Jl. Jendral Sudirman No. 62           |
| 2  | KC Bandar Lampung<br>Teluk Betung   | Jl. Diponegoro No 6                   |
| 3  | KC Bandar Lampung<br>Kedaton        | Jl. Teuku Umar No.17 RT<br>006 Lk.1   |
| 4  | KC Bandar Lampung<br>Diponegoro     | Jl. Diponegoro No. 189                |
| 5  | KCP Bandar Lampung<br>Telukbetung   | Jl. Laksamana Malahayati<br>No. 1 E/F |
| 6  | KCP Bandar Lampung<br>Kedaton       | Jl. Teuku Umar No. 6 A-B              |
| 7  | KCP Bandar Lampung<br>Raja Basa     | Jl. Pramuka                           |
| 8  | KCP Bandar Lampung<br>Antasari      | Jalan Pangeran Antasari<br>No. 21     |

*Sumber: Website Bank Syariah Indonesia*

Dari persebaran Bank Sayariah Indonesia di Kota Bandar Lampung, peneliti akan melakukan penelitian pada nasabah

---

<sup>13</sup>Bank Syariah Indonesia, *wibesite* <https://www.bankbsi.co.id/> “Jaringan BSI Bandar Lampung. Diakses dari <https://www.bankbsi.co.id/jaringan?type=&province=15&city=292&query=&networkType=Kantor+Cabang&page=1> pada tanggal 1 Maret 2023

Bank Syariah Indonesia yang berada di Kota Bandar Lampung. Dengan persebaran jaringan Bank Syariah Indonesia di Kota Bandar Lampung berjumlah delapan kantor yakni empat kantor cabang dan empat kantor cabang pembantu apakah dapat mempertahankan loyalitas nasabah. oleh karena itu, peneliti ingin mengukur apakah *merger*, kualitas layanan dan *brand image* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Bandar Lampung.

Berdasarkan uraian diatas dan latar belakang di atas penulis tertarik untuk mengkaji dan melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh *Merger*, Kualitas Layanan dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Bandar Lampung Menurut Prespektis Ekonomi Islam ”.

## **C. Identifikasi dan Batasan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah merupakan permasalahan yang ditemui pada objek penelitian. Masalah-masalah tersebut dapat dijadikan kajian penelitian. Berdasarkan latar belakang masalah maka masalah yang dapat ditemui dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Perbankan syariah di Indonesia semakin berkembang hal ini ditandai dengan adanya *merger* tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia.
- b. Jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia yang semakin meningkat
- c. Perubahan perilaku nasabah yang disebabkan oleh *merger* tiga bank syariah , kualitas layanan, dan *brand image*
- d. Nasabah semakin bersikap kritis dalam memilih produk/jasa perbankan.

### **2. Batasan Masalah**

Pembatasan masalah dibuat karena luasnya permasalahan dan banyaknya faktor yang mempengaruhi permasalahan yang diteliti. Oleh karena itu Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia yang berdomisili di Bandar Lampung
- b. Ruang lingkup penelitian ini adalah *merger*, kualitas layanan, *brand image* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Bandar Lampung menurut perspektif ekonomi islam.

#### **D. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *merger* mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia ?
2. Bagaimana kualitas layanan mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia ?
3. Bagaimana *brand image* mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia ?
4. Bagaimana *merger*, kualitas layanan dan *brand image* berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia ?
5. Bagaimana *merger*, kualitas layanan dan *brand image* terhadap loyalitas nasabah ditinjau dalam perspektif ekonomi islam ?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan *merger* mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia
2. Untuk menjelaskan kualitas layanan mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia.

3. Untuk menjelaskan *brand image* mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia.
4. Untuk menjelaskan *merger*, kualitas layanan dan *brand image* berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia.
5. Untuk menjelaskan *merger*, kualitas layanan dan *brand image* terhadap loyalitas nasabah ditinjau dalam prespektif ekonomi islam.

## **F. Manfaat Penelitian**

Pada sebuah penelitian manfaat penelitian merupakan hal yang krusial. Adapun kegunaan atau manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

### **1. Secara Teoritis**

Dengan penelitian ini penulis memperoleh ilmu dan wawasan pada saat melakukan penelitian, selain itu penelitian ini dapat memberikan informasi terkait pengaruh merger bank syariah, kualitas layanan, dan brand image produk syariah terhadap loyalitas nasabah. Sehingga pihak Bank Syariah Indonesia dapat menjadikan ini sebagai masukan dan evaluasi terhadap peningkatan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia, hal ini akan berdampak positif pada keneja perusahaan.

### **2. Secara Praktis**

- a. Bagi pemerintah Indonesia, diharapkan hasil penelitian dapat menjadi bahan informasi dan evaluasi dalam meningkatkan perkembangan bank syari'ah Indonesia.
- b. Bagi masyarakat, di harapkan hasil penelitian ini menjadi bahan referensi dalam memutuskan melakukan pembiayaan di bank syari'ah Indonesia.
- c. Bagi akademisi, khususnya fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Raden Intan Lampung diharapkan tulisan ini dapat menambah literatur yang dapat

digunakan sebagai dasar referensi bagi peneliti selanjutnya.

### **G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan bagi penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang meujuk pada pembahasan yang sama dengan penelitian yang akan dilakukan:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Wiwin Muchtar Wiyono (2021), dengan judul Dampak Merger 3 (Tiga) Bank Syariah BUMN Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah. Penelitian ini dilakukan dengan metode hukum normative dengan studi dokumen atau kepustakaan. Hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa dampak merger tiga bank syariah dalam hal bisnis adalah lebih efisien dan kompetitif, perluasan diversifikasi usaha, memiliki kapasitas untuk membiayai proyek-proyek besar, dan memiliki kinerja keuangan yang lebih baik. Reputasi berdampak pada tingkat kepercayaan nasabah yang meningkat, diperhitungkan dalam pasar nasional maupun global, dan manajemen resiko lebih kuat. Merger tiga bank syariah juga membawa aspek pendukung yaitu kemampuan untuk investasi dalam bidang riset dan teknologi serta promosi.<sup>14</sup>
2. Penelitian yang dilakukan oleh Anis Fatinah, Muhammad Iqbal Fasa, dan Suharto (2021), dengan judul Analisis Kinerja Keuangan, Dampak Merger 3 Bank Syariah BUMN dan Strategi Bank Syariah Indonesia (BSI) Dalam Pengembangan Ekonomi Nasional. Penelitian tersebut

---

<sup>14</sup> Wiwin Muchtar Wiyono, "Dampak Merger 3 (Tiga) Bank Syariah BUMN Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah.", *Jurnal Cakrawala Hukum*, 23, no 1 (2021), 66.

menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan mengambil sumber data time series laporan keuangan 3 Bank Syariah BUMN tahun 2012-2020. Hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya merger bank syariah, masalah permodalan pada bank syariah telah terselesaikan dan bank syariah akan mampu melakukan ekspansi lebih luas untuk memenuhi dan memfasilitasi kebutuhan masyarakat.<sup>15</sup>

3. Penelitian yang dilakukan oleh Hasan Sultoni dan Kiki Mardiana (2021), dengan judul Pengaruh Merger Tiga Bank Syariah BUMN Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah di Indonesia. Penelitian tersebut dilakukan dengan menggunakan metode penelitian hukum normative. Hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa perkembangan lembaga keuangan syariah khususnya dalam dunia perbankan telah mencatat dan menghasilkan suatu perwujudan baik bagi ekonomi syariah di Indonesia. Adanya merger tiga bank syariah BUMN menjadi Bank Syariah Indonesia memberikan dampak yang baik dalam berbagai aspek diantaranya, dalam aspek bisnis, reputasi, pendukung, dan ekosistem ekonomi syariah. Merger atau penggabungan usaha tiga bank syariah milik negara akan menciptakan entitas baru dengan visi besar jika pembentukan identitas baru selama proses merger berjalan baik.<sup>16</sup>
4. Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Laily Abdulloh Putri dan Wahyu Dwi Warsitasari (2022) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Syariah

---

<sup>15</sup> Hasan Sultoni dan Kiki Mardiana, “Pengaruh Merger Tiga Bank Syariah BUMN Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah di Indonesia”, *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 8, no 1 (2021), 17.

<sup>16</sup> Anis Fatinah, Muhammad Iqbal Fasa, dan Suharto, “Analisis Kinerja Keuangan, Dampak Merger 3 Bank Syariah BUMN dan Strategi Bank Syariah Indonesia (BSI)”, *Jurnal Menejem dan Bisnis*, 34, no 1 (2021), 1.

Indonesia (Bsi) Pasca Merger” penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kinerja bank yang dalam hal ini dilihat dari kualitas layanan serta kepuasan nasabah terhadap tingkat kepercayaan nasabah pasca terjadinya merger. penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner untuk data primer. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, dengan responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang nasabah dengan karakteristik yang telah ditentukan. Kemudian data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda, hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan dan kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pasca adanya merger.<sup>17</sup>

5. Penelitian yang dilakukan Reza Miftah Pebrianto dan Rita Zulbetti (2020) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Perkreditan Rakyat Kerta Raharja Kantor Pusat Soreang”, Penelitian ini memiliki tujuan guna menganalisis mengenai dampak kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Kerta Raharja Kantor Pusat Soreang. Metode yang dikenakan di dalam riset ini yaitu metode penelitian deskriptif serta metode analisis regresi linier sederhana dengan teknik penyebaran kuesioner. Penentuan responden didalam penelitian ini menggunakan rumus slovin sehingga responden yang dipakai yaitu sebanyak 100 orang. Dari hasil penelitian ini menghasilkan simpulan dampak kualitas pelayanan

---

<sup>17</sup>Nurul Laily Abdulloh Putri dan Wahyu Dwi Warsitasari i, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Merger”, 6, no 1 (2022), 1.

terhadap loyalitas nasabah di Bank Perkreditan Rakyat Kantor Pusat Soreang bersignifikansi positif artinya kedua variabel tersebut memiliki signifikansi yang kuat. Secara simultan dampak kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Perkreditan Rakyat Kantor Pusat Soreang itu juga bersignifikansi kuat, artinya bahwa jika semakin baik kualitas pelayanan di Bank Perkreditan Rakyat Kantor Pusat Soreang itu maka loyalitas nasabah akan meningkat juga.<sup>18</sup>

6. Penelitian yang dilakukan Ruri Anggraeni, Layaman, dan Diana Djuwita (2019) dengan judul “*Brand Image, Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Tabungan Britama PT. BRI (Persero), TBK. KCP Seririt Kabupaten Buleleng*” penelitian ini membahas media marketing terhadap *brand trust* serta dampaknya terhadap *brand trust* dan *customer loyalty*. Penelitian ini bertujuan menganalisis dampak dari media pemasaran digital yang dilakukan perusahaan terhadap *brand trust* dan *customer loyalty*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand trust*. Selain itu, *Brand Trust* dan *Social Media Marketing* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* dan, secara tidak langsung bahwa *Social Media Marketing* terhadap *Customer Loyalty* dimediasi oleh *Brand Trust*.<sup>19</sup>
7. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Laela dan Hafish Sadiq (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas

---

<sup>18</sup>Reza Miftah Pebrianto dan Rita Zulbetti “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Perkreditan Rakyat Kerta Raharja Kantor Pusat Soreang”, 6 no. 1 (2022), 233.

<sup>19</sup>Arini, Luh Novi., Metera, I Gede Made., & Jiwa, Dewa Nyoman Arta, “Brand Image, Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Tabungan Britama PT. BRI (Persero), TBK. KCP Seririt Kabupaten Buleleng”, 7 no 1 (2019), 1 .



Pelayanan Dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Negara Indonesia” yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan brand image terhadap loyalitas nasabah di Bank Negara Indonesia KCP DPR RI Senayan Jakarta. Metode penelitian menggunakan penelitian kuantitatif dan analisis data menggunakan analisis regresi sederhana dan berganda dengan model inferensi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1) variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki tingkat signifikan sebesar  $(0,000) < \alpha (0,05)$ . 2) variabel *brand image* juga memiliki tingkat signifikan sebesar  $(0,000) < \alpha (0,05)$ ; 3) Dalam penelitian ini setelah dilakukan pengujian terhadap kedua variabel independen secara simultan ternyata dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan brand image berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil temuan tersebut maka untuk meningkatkan loyalitas nasabah disarankan agar dilakukan upaya memperbaiki kualitas pelayanan dan *brand image*.<sup>20</sup>

8. Penelitian yang dilakukan Hestin Sri Widiawati (2020) yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* Produk Syariah dan *Religius* Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Kediri” penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image syariah terhadap besarnya tabungan syariah pada bank syariah di Kota Kediri. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui, observasi dan kuesioner. Dari hasil penelitian ini menyimpulkan

---

<sup>20</sup>Siti Laila dan Hafis Shidiq, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Negara Indonesia”, 16 ,no 01 (2019), 19.

bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *brand image* syariah terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah dan tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat *religiusitas* terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah.<sup>21</sup>

9. Penelitian yang dilakukan Luh Novi Arini, Gede Made Metera, dan I Dewa Nyoman Arta Jiwa (2020) yang berjudul “*Brand Image, Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Tabungan Britama PT. BRI (Persero), TBK. KCP Seririt Kabupaten Buleleng*” bertujuan menguji pengaruh Brand Image, Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Tabungan BRITAMA PT. BRI (PERSERO), Tbk. KCP Seririt Kabupaten Buleleng”. Pada penelitian mereka sampel sebanyak 100 responden nasabah tabungan Britama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Seririt. Analisis data menggunakan uji regresi linier berganda. Hasil dari regresi linear berganda menunjukkan bahwa 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial variabel kepuasan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan variabel *brand image* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan variabel kepuasan nasabah dan *brand image* terhadap loyalitas nasabah, 3) Variabel kepuasan berpengaruh lebih dominan terhadap loyalitas nasabah.<sup>22</sup>

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya terletak pada variabel penelitian, objek penelitian dan lokasi penelitian. Objek pada penelitian ini

---

<sup>21</sup>Hesti Sri Widiyanti, “Pengaruh Brand Image Produk Syariah Dan Religius Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Kediri”, 5 no 1 (2020), 64.

<sup>22</sup>Luh Novi Arini, Gede Made Metera, dan I Dewa Nyoman Arta Jiwa, “Brand Image, Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Tabungan Britama PT. BRI (Persero), TBK. KCP Seririt Kabupaten Buleleng”, 7, n o1 (2020), 12.

melibatkan nasabah bank Syariah Indonesia di Bandar Lampung dan variabel yang digunakan adalah variabel independent sebanyak tiga variabel yaitu *merger* tiga bank syariah, kualitas layanan dan *brand image* produk syariah dan variabel dependen yaitu loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia.

## H. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dengan sistematika Bab yang terdiri dari :

Bab I pendahuluan, Bab II Landasan Teori dan pengajuan Hipotesis, Bab III Metode Penelitian, Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, Bab V penutup.

### BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan membahas tentang penegasan judul, latar belakang masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan dan sistematika penulisan.

### BAB II : LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

Menguraikan teori-teori yang di jadikan sebagai landasan dalam melakukan penelitian. Dari landasan teori dan penelitian terdahulu yang diterangkan di bab I maka di dapat kerangka pemikiran konseptual. Di akhir bab ini terdapat hipotesis penelitian.

### BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional pada akhir bab ini terdapat uji persyaratan analisis dan uji hipotesis.

#### BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab hasil penelitian dan pembahasan menguraikan tentang dxeskripsi data serta pembahasan hasil penelitian dan analisis.

#### BAB V : PENUTUP

Bab penutup memaparkan tentang simpulan atas hasil bahasan data penelitian serta rekomendasi.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil pengolahan dan analisis data dalam penelitian “Analisis Pengaruh *Merger* Tiga Bank Syariah, Kualitas Layanan dan *Brand Image* terhadap Loyalitas Nasabah BSI di Bandar Lampung dalam Perspektif Ekonomi Islam” dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *merger* tiga bank syariah (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah (Y).
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah (Y).
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *brand image* (X3) bernilai negatif dan tidak signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah (Y).
4. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa *merger* tiga bank syariah kualitas layanan, *brand image* berpengaruh berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap loyalitas nasabah bsi di Kota Bandar Lampung.
5. *Merger* tiga bank syariah, kualitas layanan dan *brand image* terhadap loyalitas nasabah yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia sesuai dengan Perspektif Ekonomi Islam

#### B. Saran

Terdapat beberapa saran yang akan diajukan oleh peneliti yaitu sebagai berikut :

1. Bank Syariah Indonesia harus mempertahankan kemampuan inovasi dan strategi kreatif akan dapat meningkatkan loyalitas nabasah bank syariah Indonesia.

2. Bank Syariah Indonesia harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan agar loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia tetap terjaga dan bertahan
3. Bank Syariah Indonesia harus menciptakan brand image yang positif agar Bank Syariah Indonesia lebih unggul dari pesaing
4. Bank Syariah Indonesia harus mempertahankan kemampuan inovasi dan strategi kreatif yang dimiliki Bank Syariah Indonesia dan semakin baik kualitas layanan yang diberikan serta mampu membangun *brand image* yang positif akan dapat meningkatkan loyalitas nasabah bank syariah Indonesia.
5. Bank Syariah Indonesia harus mempertahankan nilai-nilai Islam yang diterapkan pada aktivitas usaha bank syariah Indonesia agar nasabah tetap loyal kepada Bank Syariah Indonesia.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alberto Brando, M. I. (2016). Pengaruh Brand image Produk Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan. *Jom FISIP*, 1-9.
- Arini, L. N. (2020). Brand Image Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Tabungan Britama PT. BRI (Persero), TBK. KCP Seririt Kabupaten Bulleng. *Jurnal Manajemen*, 1-18.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Tengah, website [www.jateng.bps.go.id](http://www.jateng.bps.go.id), “Luas wilayah kabupaten grobogan”, Diakses dari <https://jateng.bps.go.id/indicator/153/613/1/luas-wilayah-menurutkabupaten-kota.html>, pada tanggal 9 Januari 2023
- Bank Syariah Indonesia, website [www.bankbsi.co.id](http://www.bankbsi.co.id), “Jaringan bank bsi di Kabupaten Grobogan”. Diakses dari <https://www.bankbsi.co.id/jaringan?type=&province=&city=53&query=grobogan&networkType=Kantor+Cabang&page=1> pada tanggal 3 Januari 2023
- Bank Syariah Indonesia (BSI). Website [www.bankbsi.co.id](http://www.bankbsi.co.id). “Informasi tentang kami” Diakses dari <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami> pada 3 januari 2023
- Bungin, Burhan . 2014. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Kencana Prenamedia Group.
- Burke, Johnson dkk. 2008. Educational Research: Quantitative, Qualitative And Mixed Approaches. Los Angeles: Sage Publication
- Djaali, Pudji Muljono. 2007. Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan. Jakarta: Grasindo
- lberto Brando, M. I. (2016). Pengaruh Brand image Produk Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan. *Jom FISIP*, 1-9.

- Arini, L. N. (2020). Brand Image Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Tabungan Britama PT. BRI (Persero), TBK. KCP Seririt Kabupaten Bulleng. *Jurnal Manajemen*, 1-18.
- Atmaja, Jaka. 2018. “Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Paada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica: Volume 2, Nomor Halaman 56)*
- Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Tengah, website [www.jateng.bps.go.id](http://www.jateng.bps.go.id), “Luas wilayah kabupaten grobogan”, Diakses dari <https://jateng.bps.go.id/indicator/153/613/1/luas-wilayah-menurutkabupaten-kota.html>, pada tanggal 9 Januari 2023
- Bank Syariah Indonesia, website [www.bankbsi.co.id](http://www.bankbsi.co.id), “Jaringan bank bsi di Kabupaten Grobogan”. Diakses dari <https://www.bankbsi.co.id/jaringan?type=&province=&city=53&query=grobogan&networkType=Kantor+Cabang&page=1> pada tanggal 3 Januari 2023.
- Bank Syariah Indonesia (BSI). Website [www.bankbsi.co.id](http://www.bankbsi.co.id). “Informasi tentang kami” Diakses dari <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami> pada 3 januari 2023
- Bungin, Burhan . 2014. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenamedia Group.
- Burke, Johnson dkk. 2008. *Educational Research: Quantitative, Qualitative And Mixed Approaches*. Los Angeles: Sage Publication
- Djaali, Pudji Muljono. 2007. *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo
- Gulo, W. (2002). *Metode Penelitian*. Jakarta : PT. Grasindo.
- Hendryad, H. S. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian*. Jakarta: Prenandamedia.



- Hesti, S. W. (2020). Penfauh Brande Imagr Produk Syariah dan Religius Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Keediri. *Jurnal Ekonomi Islam*, 54-68.
- Hidayat, M. (2010). *The Sharia Economic*. Jakarta: Zikurl Hakim.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kebudayaan, D. P. (1992). *Kamus Besar Bhasa Indonesia Edisi III*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Kotler dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid I*. Jakarta: PT.Indeks.
- Normansyah, K., Anggraeni, E., & Habibi, A. (2021). Comparison of Financial Performance Of Conventional BNI (BNIK) review Before and Curing Covid-19. *Jurnal Ekonomi*, 243.
- Payne, A. (2008). *The Essence of Service Marketing (Pemasaran Jasa)*. Jakarta: Selemba Empat.
- Rivai, V. (Jakarta). *Islamic Economics, Ekonomi Syariah Bukan Opsi Tetapi Solusi*. 2013: PT Bumi Aksara.
- Rozalinda. (2015). *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivasnya Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Shidiq, Laila, S., & Hafis. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Loyalitas . 1-19.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bnadung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelihan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Ulfa, & Arif. (2021). Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. 1101-1122.
- Warsitasari, W. D. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Merger. 1-15.
- Wiyono, W. M. (2021). Cakrawala Hukum Majalah Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Wijaya Kusuma Dampak Merger 3 (Tiga) Bank Syariah Bumn Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah. 69-71.
- yusuf, M. (2004). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kulitatif & Penelitian Gabungan*. Jakrta: Kencana.
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Zulbetti, R. M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Perkreditan Rakyat Kerta Raharja Kantor Pusat Soreang. *Jurnal Ekonomi*, 566-574.
- Fatimah, Anis. 2021. "Analisis Kinerja Keuangan, Dampak Merger 3 Bank Syariah Bumn Dan Strategi Bank Syariah Indonesia (Bsi) Dalam Pengembangan Ekonomi Nasiona". *Jurnal Manajemen Bisnis: Volume 3, No 1*,
- Hendryad, H. S. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian*. Jakarta: Prenandamedia.
- Hesti, S. W. (2020). Penfauh Brande Imagr Produk Syariah dan Religius Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Keediri. *Jurnal Ekonomi Islam*, 54-68.
- Hidayat, M. (2010). *The Sharia Economic*. Jakarta: Zikurl Hakim.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.

- Kebudayaan, D. P. (1992). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Normansyah, K., Anggraeni, E., & Habibi, A. (2021). Comparison of Financial Performance Of Conventional BNI (BNIK) review Before and Curing Covid-19. *Jurnal Ekonomi*, 243.
- Kotler dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid I*. Jakarta: PT.Indeks.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Website [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id). "Statistik Perbankan Syariah", diakses dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/datadanstatistik/statistikperbankansyariah/Documents/Pages/StatistikPerbankan-Syariah---November-2021/SPS%20November%202021.pdf>, pada tanggal 29 Desember 2021
- Payne, A. (2008). *The Essence of Service Marketing (Pemasaran Jasa)*. Jakarta: Selemba Empat.
- Rivai, V. (Jakarta). *Islamic Economics, Ekonomi Syariah Bukan Opsi Tetapi Solusi*. 2013: PT Bumi Aksara.
- Rianto, M. Nur. 2012. *Lembaga Keuangan Syariah :suatu kajian teoriris praktis*. Bandung : CV Pustaka Setia. Sitorus, Roipesta. website <https://finansial.bisnis.com> "Resmi! Merger Bank Syariah BUMN Kantongi Izin dari OJK", diakses dari Resmi! Merger Bank Syariah BUMN Kantongi Izin dari OJK - Finansial Bisnis.com pada 14 April 2022
- Rozalinda. (2015). *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitasnya Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Shidiq, Laila, S., & Hafis. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Loyalitas . 1-19.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bnadung : Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelihan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Ulfa, & Arif. (2021). Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. 1101-1122.
- Warsitasari, W. D. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Merger. 1-15.
- Wiyono, W. M. (2021). Cakrawala Hukum Majalah Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Wijaya Kusuma Dampak Merger 3 (Tiga) Bank Syariah Bumn Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah. 69-71.
- yusuf, M. (2004). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kulitatif & Penelitian Gabungan*. Jakrta: Kencana.
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitan Kuantitatif, Kualitatif & Penelitan Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Zulbetti, R. M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Perkreditan Rakyat Kerta Raharja Kantor Pusat Soreang. *Jurnal Ekonomi*, 566-574.