

Bab 5

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis pada bab pembahasan sebelumnya, yaitu mengenai pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *compliance* (X1), *tangibles* (X2), *reliability* (X3), *responsiveness* (X4), *assurance* (X5) dan *empathy* (X6) terhadap loyalitas konsumen nasabah Bank BSI, maka kesimpulan yang dapat dituliskan oleh penulis untuk memberikan jawaban terhadap rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Persepsi konsumen terhadap kepatuhan (*compliance*) *halal banking* Bank BSI
Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah didapatkan, rata-rata persepsi konsumen terhadap *compliance* Bank BSI adalah sebesar 4,35 dengan interpretasi atau masuk ke dalam kategori sangat baik. Hal ini dikarenakan Bank BSI menerapkan prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya, seperti pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*) atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*) atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*). Selain itu Bank BSI juga bebas dari riba atau bunga dan karyawan Bank BSI berperilaku sesuai dengan moralitas Islam.
2. Persepsi konsumen terhadap berwujud (*tangibles*) *halal banking* Bank BSI
Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah didapatkan, rata-rata persepsi konsumen terhadap *tangibles* Bank BSI adalah sebesar 4,15 dengan interpretasi atau masuk ke dalam kategori baik. Hal ini dikarenakan karena Bank BSI memiliki penampilan fisik, peralatan, sarana komunikasi dan juga penampilan karyawan yang baik. Bank BSI memiliki peralatan yang terbaru untuk mendukung kegiatan operasionalnya, memiliki lingkungan yang nyaman dan karyawannya memiliki penampilan yang rapi.

3. Persepsi konsumen terhadap keandalan (*reliability*) *halal banking* Bank BSI
Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah didapatkan, rata-rata persepsi konsumen terhadap *reliability* Bank BSI adalah sebesar 4,00 dengan interpretasi atau masuk ke dalam kategori baik. Bank BSI memiliki kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan yang dapat diandalkan dan akurat. Bank BSI dapat memberikan layanan kepada konsumen sesuai dengan yang dijanjikan, memiliki kehandalan dalam menangani masalah layanan kepada pelanggannya, menyimpan catatan atau dokumen bebas bersalah dan memenuhi kewajibannya untuk menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan.

4. Persepsi konsumen terhadap tanggung jawab (*responsiveness*) *halal banking* Bank BSI
Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah didapatkan, rata-rata persepsi konsumen terhadap *responsiveness* Bank BSI adalah sebesar 4,05 dengan interpretasi atau masuk ke dalam kategori baik. Bank BSI memiliki kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan Bank BSI memberikan layanan kepada konsumen dengan cepat, memiliki kesediaan untuk membantu konsumen dan memiliki kesiapan untuk memberikan respon terhadap permintaan pelanggan.

5. Persepsi konsumen terhadap jaminan (*assurance*) *halal banking* Bank BSI
Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah didapatkan, rata-rata persepsi konsumen terhadap *assurance* Bank BSI adalah sebesar 4,19 dengan interpretasi atau masuk ke dalam kategori baik. Bank BSI memiliki pengetahuan dan kesopanan dan karyawan memiliki kemampuan untuk menyampaikan rasa percaya kepada konsumen. Bank BSI dapat menanamkan kepercayaan kepada konsumen, memiliki karyawan yang sopan dan memiliki pengetahuan produk Islami yang cukup untuk menjawab pertanyaan pelanggan.

6. Persepsi konsumen terhadap empati (*empathy*) *halal banking* Bank BSI

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah didapatkan, rata-rata persepsi konsumen terhadap *empathy* Bank BSI adalah sebesar 4,18 dengan interpretasi atau masuk ke dalam kategori baik. Bank BSI memberikan perhatian yang khusus kepada nasabahnya. Hal ini dibuktikan dengan Bank BSI memberikan perhatian secara individu kepada pelanggannya, mengutamakan kepentingan konsumennya, memahami apa yang konsumen inginkan secara spesifik dan memiliki waktu operasional yang sesuai dengan jam kerja.

7. Loyalitas konsumen *halal banking* Bank BSI

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah didapatkan, rata-rata persepsi konsumen terhadap loyalitas konsumen *halal banking* Bank BSI adalah sebesar 3,86 dengan interpretasi atau masuk ke dalam kategori baik. Hal ini dibuktikan dengan konsumen Bank BSI yang menggunakan layanan pada semua lini produk, merekomendasikan layanan kepada pihak lain, menyebarkan berita positif dari mulut ke mulut tentang Bank BSI, Bank BSI menjadi pilihan utama dan menunjukkan sikap setia kepada layanan Bank BSI. Melihat hal ini, menunjukkan adanya perilaku dari konsumen atau nasabah yang melakukan pembelian atau penggunaan layanan secara teratur. Hal ini dapat terjadi karena Bank BSI dapat memberikan kualitas layanan yang baik kepada para konsumen atau nasabahnya, sehingga konsumen menunjukkan perilaku yang loyal kepada Bank BSI.

8. Pengaruh dari kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen nasabah *halal banking* Bank BSI

Berdasarkan hasil uji pengaruh simultan (uji F) pada Bank BSI yang telah dilakukan oleh penulis, Bank BSI mendapatkan hasil signifikan sebesar 0,001 dengan arti nilai signifikansi $<0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudirman et al. (2019) yang mengatakan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen.

Dikatakan bahwa kualitas layanan memberikan kontribusi yang positif terhadap loyalitas konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini oleh penulis, penulis memiliki beberapa saran bagi pihak Bank BSI. Saran ini diberikan dengan harapan Bank BSI dapat meningkatkan loyalitas konsumen atau nasabahnya. Saran-saran dari penulis adalah sebagai berikut:

1. Meskipun variabel *compliance* tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial, semestinya Bank BSI sebagai pihak *halal banking* mensosialisasikan atau mengedukasikan kepada konsumen untuk menjalankan syariat Islam, dimana hal ini yang menjadikan Bank BSI berbeda dengan bank konvensional lainnya. Pihak Bank BSI juga perlu untuk meningkatkan unsur ketaatan dalam menjalankan prinsip syariat Islam dalam kegiatan operasionalnya yang menjadi daya pemikat konsumen atau nasabah untuk menggunakan produk layanannya.
2. Meskipun variabel *tangibles* tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap loyalitas konsumen, semestinya pihak Bank BSI perlu untuk memberikan tampilan secara fisik yang lebih Islami, baik dari sisi warna pada peralatan yang digunakan. Hukum warna dalam Islam adalah mubah atau berarti netral. Beberapa warna yang disebutkan dalam Al-Quran antara lain adalah warna putih dan juga hijau. Pihak Bank BSI juga dapat memberikan pelayanan berupa penyambutan yang lebih bernuansa Islami.
3. Meskipun variabel *assurance* tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial, semestinya pihak Bank BSI perlu untuk dapat lebih menanamkan kepercayaan kepada konsumennya. Dengan segala prinsip syariah yang dijalankannya, Bank BSI perlu untuk menyakinkan konsumennya bahwa bertransaksi di Bank BSI aman meskipun menggunakan prinsip syariah.

Daftar Pustaka

- Afifah, A., & Kurniawati, N. A. (2021). Influence of Service Quality Dimensions of Islamic Banks on Customer Satisfaction and Their Impact on Customer Loyalty. *Journal of Islamic Economic Laws*, 4(2), 105–136.
<https://doi.org/10.23917/jisel.v4i2.15089>
- Akdon, dan Riduwan. 2013. *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta
- Albaity, M., & Rahman, M. (2021). Customer loyalty towards islamic banks: The mediating role of trust and attitude. *Sustainability (Switzerland)*, 13(19).
<https://doi.org/10.3390/su131910758>
- Asnawi, N., Sukoco, B. M., & Fanani, M. A. (2020a). The role of service quality within Indonesian customers satisfaction and loyalty and its impact on Islamic banks. *Journal of Islamic Marketing*, 11(1), 192–212.
<https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2017-0033>
- Asnawi, N., Sukoco, B. M., & Fanani, M. A. (2020b). The role of service quality within Indonesian customers satisfaction and loyalty and its impact on Islamic banks. *Journal of Islamic Marketing*, 11(1), 192–212.
<https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2017-0033>
- Awaliyah, A., Permatasari, D., & Widodo, S. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi melalui Instagram terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus PT. XYZ Wilayah Pemasaran Purwakarta).
- Bakri, A. N., & Masruroh, U. (2018). Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Bank Berbasis Syariah dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah. *Journal of Islamic Management and Bussines*, 1(1).
- Bank Muamalat. (2016). *Edukasi Perbankan Syariah*. Bankmuamalat.Co.Id.
<https://www.bankmuamalat.co.id/edukasi-perbankan/edukasi-perbankan-syariah>
- Bismo, A., Sarjono, H., & Ferian, A. (2018). The Effect of Service Quality and

Customer Satisfaction on Customer Loyalty: A Study of Grabcar Services in Jakarta . *Journal of Social Sciences & Humanities*, 26, 33–48.

[http://psasir.upm.edu.my/id/eprint/66253/1/JSSH Vol. 26 %28T%29 Apr. 2018 %28View Full Journal%29.pdf#page=49](http://psasir.upm.edu.my/id/eprint/66253/1/JSSH%20Vol.%2026%20Apr.%202018%20View%20Full%20Journal%29.pdf#page=49)

Bolton, R. N., & Drew, J. H. (1991). A Multistage Model of Customers' Assessments of Service Quality and Value. *Journal of Consumer Research*, 17(4), 375. <https://doi.org/10.1086/208564>

Butt, M. M., & Aftab, M. (2012). *Incorporating attitude towards Halal banking in an integrated service quality, satisfaction, trust and loyalty model in online Islamic banking context*. <https://doi.org/10.1108/02652321311292029>

CIMB NIAGA. (2021). *Pengertian Tentang Bank Syariah dan Istilah di Dalamnya*. Cimbniaga.Co.Id.

<https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/perencanaan/pengertian-tentang-bank-syariah-dan-istilah-di-dalamnya#>

CNN Indonesia. (2021, February 10). *180 Juta Umat Muslim, Baru 30 Juta Jadi Nasabah Bank Syariah*. Cnnindonesia.Com.

<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210210164446-78-604821/180-juta-umat-muslim-baru-30-juta-jadi-nasabah-bank-syariah>

Ebrahimi, M.R. and Moghadam, A.H. (2012). A Survey to Recognize The Most Important Dimensions of The Service Quality of Iran Commercial Banks. *Journal of Management Research*, 303-317.

Fauzia, M. (2021, August 3). *Mengenal Bank Syariah, Fungsi, dan Perbedaan dengan Bank Konvensional* Halaman all - Kompas.com. Kompas.Com.

<https://money.kompas.com/read/2021/08/03/200000026/mengenal-bank-syariah-fungsi-dan-perbedaan-dengan-bank-konvensional?page=all>

Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *SAGE Open*, 10(2), 215824402091951.

<https://doi.org/10.1177/2158244020919517>

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS edisi 9*. Semarang.

Gramedia Blog. (2021). *Lembaga Perbankan: Pengertian, Sejarah, Undang-Undang dan Jenisnya*. <https://www.gramedia.com/>
https://www.gramedia.com/literasi/lembaga-perbankan/#Pengertian_Lembaga_Perbankan

Indrajaya, I. N. (2022, October 31). 97 Persen Nasabah BSI Telah Beralih ke e-Channel untuk Aktivitas Perbankan - Trenasia.com.
<https://www.trenasia.com/97-persen-nasabah-bsi-telah-beralih-ke-e-channel-untuk-aktivitas-perbankan>

Kemenag. (2022, March 16). *Portal Data Kementerian Agama*.
Data.Kemenag.Go.Id. <https://data.kemenag.go.id/statistik/agama/umat/agama>

Kurnia, D. (2022, April 4). Modal Jumbo Jadi Salah Satu Keuntungan Bila BSI Jadi BUMN | Republika Online.
<https://www.republika.co.id/berita/r9t2gq349/modal-jumbo-jadi-salah-satu-keuntungan-bila-bsi-jadi-bumn>

Lee, G.-G., & Lin, H.-F. (2005). Customer perceptions of e-service quality in online shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 33(3), 161–176. <https://doi.org/10.1108/09590550510581485>

Mashudi, A. (2021, August 19). *Mengenal Jenis-Jenis Bank di Indonesia Berdasarkan Fungsi, Operasional, dan Kepemilikannya | Diadona.id*.
Diadona.Id. <https://www.diadona.id/moneytalk/mengenal-jenis-jenis-bank-di-indonesia-berdasarkan-fungsi-operasional-dan-kepemilikannya-210819p.html>

Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1).
<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>

Mursid, F. (2021, February 25). Lima Pesan Wapres untuk Bank Syariah

Indonesia Pascamerger | Republika Online.

<https://www.republika.co.id/berita/qp2f2f370/lima-pesan-wapres-untuk-bank-syariah-indonesia-pascamerger>

OCBC NISP. (2021, July 15). *Pengertian Bank, Jenis-Jenis, dan Fungsinya Bagi Masyarakat*. Ocbcnisp.

<https://www.ocbcnisp.com/en/article/2021/07/15/pengertian-bank>

Othman, A.Q. and Owen, L. (2001). The Multi Dimensionality of CARTER Model to Measure Customer Service Quality (SQ) In Islamic Banking Industry: A Study in Kuwait Finance House. *International Journal of Islamic Financial Services*, 1-12.

Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Perbankan*. Ojk.Go.Id.

<https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/pages/Bank-Umum.aspx>

Panatra, G., & Sitinjak, T. (2020). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN KEAMANAN TRANSAKSI TERHADAP PERCEIVED VALUE CUSTOMER BISNIS E-COMMERCE (Studi Kasus pada PT. Tokopedia). *Manajemen Pemasaran*, 9(021), 93–98.

Rahma, A. (2021). *Forbes Umumkan 20 Bank Terbaik di Indonesia 2021, Siapa Teratas? - Bisnis Liputan6.com*. Liputan6.Com.

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4580985/forbes-umumkan-20-bank-terbaik-di-indonesia-2021-siapa-teratas>

Ramdhani, M. A., Ramdhani, A., & Kurniati, D. M. (2011). The influence of service quality toward customer satisfaction of Islamic sharia bank.

Australian Journal of Basic and Applied Sciences, 5(9), 1099–1104.

Ramseook-Munhurrun, P., Naidoo, P., & Lukea-Bhiwajee, S. D. (2009).

Employee perceptions of service quality in a call centre. *Managing Service Quality*, 19(5), 541–557. <https://doi.org/10.1108/09604520910984364>

Redaksi OCBC NISP. (2021, August 20). *10 Perbedaan Perbankan Syariah & Konvensional Wajib Anda Tahu*. Ocbcnisp.Com.

<https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/08/20/perbedaan-bank-syariahdan-bank-konvensional>

Safitri, K. (2022). BSI “Go International”, Buka Kantor Cabang di Dubai

Halaman all - Kompas.com.

<https://money.kompas.com/read/2022/05/14/150000826/bsi-go-international-buka-kantor-cabang-di-dubai-?page=all>

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *An easy way to help students learn, collaborate, and grow*. www.wileypluslearningspace.com

Sitoesmi, A. R. (2022, January 3). *Pengertian Bank Syariah, Tujuan, Fungsi, dan Jenisnya yang Wajib Diketahui - Hot Liputan6.com*. Liputan6.

<https://hot.liputan6.com/read/4849953/pengertian-bank-syariah-tujuan-fungsi-dan-jenisnya-yang-wajib-diketahui>

Sudirman, A., Lie, D., Efendi, & Butarbutar, M. (2019). Analysis of Mediation Effect Of Consumer Satisfaction On The Effect Of Service Quality, Price and Consumer Trust. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH*, 8(08).

[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/61052754/Jurnal_International_Acai20191028-98696-f4lbhk-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1636096003&Signature=N0ErypNojc2tHckh8IzIPSdU32~T-PknianGX20f8-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/61052754/Jurnal_International_Acai20191028-98696-f4lbhk-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1636096003&Signature=N0ErypNojc2tHckh8IzIPSdU32~T-PknianGX20f8-apb23P1jEwE3ZGy90ZjLi5P9DZiaazzQJdmJZ906Gzqu5oMhebLMOCTtiJNHyxuWFE04YuU17rag~ytdfDezxDcmrcR9eg6T-HyN1yQGe2x9wr~HkCPHF7RZZpOYzNyshXQSePQiqIWoQfalxHFusHxxYrMy9W~7J3g1~uvuGCA7ZriZRMRRbp0yCE2-5e9AukIQKwPNdPmFNgrfXV2WqLw6mKOj9ZW3kiB4zk92ijMhJb9YU9380EDPIGoiCtE4JW~9KWTZd95S0X9hDdJZrCFDoAEOshYqCSHenig0HA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[apb23P1jEwE3ZGy90ZjLi5P9DZiaazzQJdmJZ906Gzqu5oMhebLMOCTtiJ](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/61052754/Jurnal_International_Acai20191028-98696-f4lbhk-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1636096003&Signature=N0ErypNojc2tHckh8IzIPSdU32~T-PknianGX20f8-apb23P1jEwE3ZGy90ZjLi5P9DZiaazzQJdmJZ906Gzqu5oMhebLMOCTtiJNHyxuWFE04YuU17rag~ytdfDezxDcmrcR9eg6T-HyN1yQGe2x9wr~HkCPHF7RZZpOYzNyshXQSePQiqIWoQfalxHFusHxxYrMy9W~7J3g1~uvuGCA7ZriZRMRRbp0yCE2-5e9AukIQKwPNdPmFNgrfXV2WqLw6mKOj9ZW3kiB4zk92ijMhJb9YU9380EDPIGoiCtE4JW~9KWTZd95S0X9hDdJZrCFDoAEOshYqCSHenig0HA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[NHyxuWFE04YuU17rag~ytdfDezxDcmrcR9eg6T-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/61052754/Jurnal_International_Acai20191028-98696-f4lbhk-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1636096003&Signature=N0ErypNojc2tHckh8IzIPSdU32~T-PknianGX20f8-apb23P1jEwE3ZGy90ZjLi5P9DZiaazzQJdmJZ906Gzqu5oMhebLMOCTtiJNHyxuWFE04YuU17rag~ytdfDezxDcmrcR9eg6T-HyN1yQGe2x9wr~HkCPHF7RZZpOYzNyshXQSePQiqIWoQfalxHFusHxxYrMy9W~7J3g1~uvuGCA7ZriZRMRRbp0yCE2-5e9AukIQKwPNdPmFNgrfXV2WqLw6mKOj9ZW3kiB4zk92ijMhJb9YU9380EDPIGoiCtE4JW~9KWTZd95S0X9hDdJZrCFDoAEOshYqCSHenig0HA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[HyN1yQGe2x9wr~HkCPHF7RZZpOYzNyshXQSePQiqIWoQfalxHFusHxx](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/61052754/Jurnal_International_Acai20191028-98696-f4lbhk-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1636096003&Signature=N0ErypNojc2tHckh8IzIPSdU32~T-PknianGX20f8-apb23P1jEwE3ZGy90ZjLi5P9DZiaazzQJdmJZ906Gzqu5oMhebLMOCTtiJNHyxuWFE04YuU17rag~ytdfDezxDcmrcR9eg6T-HyN1yQGe2x9wr~HkCPHF7RZZpOYzNyshXQSePQiqIWoQfalxHFusHxxYrMy9W~7J3g1~uvuGCA7ZriZRMRRbp0yCE2-5e9AukIQKwPNdPmFNgrfXV2WqLw6mKOj9ZW3kiB4zk92ijMhJb9YU9380EDPIGoiCtE4JW~9KWTZd95S0X9hDdJZrCFDoAEOshYqCSHenig0HA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[YrMy9W~7J3g1~uvuGCA7ZriZRMRRbp0yCE2-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/61052754/Jurnal_International_Acai20191028-98696-f4lbhk-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1636096003&Signature=N0ErypNojc2tHckh8IzIPSdU32~T-PknianGX20f8-apb23P1jEwE3ZGy90ZjLi5P9DZiaazzQJdmJZ906Gzqu5oMhebLMOCTtiJNHyxuWFE04YuU17rag~ytdfDezxDcmrcR9eg6T-HyN1yQGe2x9wr~HkCPHF7RZZpOYzNyshXQSePQiqIWoQfalxHFusHxxYrMy9W~7J3g1~uvuGCA7ZriZRMRRbp0yCE2-5e9AukIQKwPNdPmFNgrfXV2WqLw6mKOj9ZW3kiB4zk92ijMhJb9YU9380EDPIGoiCtE4JW~9KWTZd95S0X9hDdJZrCFDoAEOshYqCSHenig0HA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[5e9AukIQKwPNdPmFNgrfXV2WqLw6mKOj9ZW3kiB4zk92ijMhJb9YU9](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/61052754/Jurnal_International_Acai20191028-98696-f4lbhk-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1636096003&Signature=N0ErypNojc2tHckh8IzIPSdU32~T-PknianGX20f8-apb23P1jEwE3ZGy90ZjLi5P9DZiaazzQJdmJZ906Gzqu5oMhebLMOCTtiJNHyxuWFE04YuU17rag~ytdfDezxDcmrcR9eg6T-HyN1yQGe2x9wr~HkCPHF7RZZpOYzNyshXQSePQiqIWoQfalxHFusHxxYrMy9W~7J3g1~uvuGCA7ZriZRMRRbp0yCE2-5e9AukIQKwPNdPmFNgrfXV2WqLw6mKOj9ZW3kiB4zk92ijMhJb9YU9380EDPIGoiCtE4JW~9KWTZd95S0X9hDdJZrCFDoAEOshYqCSHenig0HA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[380EDPIGoiCtE4JW~9KWTZd95S0X9hDdJZrCFDoAEOshYqCSHenig](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/61052754/Jurnal_International_Acai20191028-98696-f4lbhk-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1636096003&Signature=N0ErypNojc2tHckh8IzIPSdU32~T-PknianGX20f8-apb23P1jEwE3ZGy90ZjLi5P9DZiaazzQJdmJZ906Gzqu5oMhebLMOCTtiJNHyxuWFE04YuU17rag~ytdfDezxDcmrcR9eg6T-HyN1yQGe2x9wr~HkCPHF7RZZpOYzNyshXQSePQiqIWoQfalxHFusHxxYrMy9W~7J3g1~uvuGCA7ZriZRMRRbp0yCE2-5e9AukIQKwPNdPmFNgrfXV2WqLw6mKOj9ZW3kiB4zk92ijMhJb9YU9380EDPIGoiCtE4JW~9KWTZd95S0X9hDdJZrCFDoAEOshYqCSHenig0HA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[0HA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/61052754/Jurnal_International_Acai20191028-98696-f4lbhk-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1636096003&Signature=N0ErypNojc2tHckh8IzIPSdU32~T-PknianGX20f8-apb23P1jEwE3ZGy90ZjLi5P9DZiaazzQJdmJZ906Gzqu5oMhebLMOCTtiJNHyxuWFE04YuU17rag~ytdfDezxDcmrcR9eg6T-HyN1yQGe2x9wr~HkCPHF7RZZpOYzNyshXQSePQiqIWoQfalxHFusHxxYrMy9W~7J3g1~uvuGCA7ZriZRMRRbp0yCE2-5e9AukIQKwPNdPmFNgrfXV2WqLw6mKOj9ZW3kiB4zk92ijMhJb9YU9380EDPIGoiCtE4JW~9KWTZd95S0X9hDdJZrCFDoAEOshYqCSHenig0HA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Rnd*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Rnd*. Bandung: Alfabeta.

Tempo.co. (2021, October 12). *10 Negara dengan Penduduk Muslim Terbanyak di Dunia - Dunia Tempo.co*. Tempo.Co.
<https://dunia.tempo.co/read/1516427/10-negara-dengan-penduduk-muslim-terbanyak-di-dunia/full&view=ok>

Wijaya, T., Nasuka, M., & Hidayat, A. (2021). Salesperson ethics behavior as antecedent of Islamic banking customer loyalty Salesperson ethics behavior. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0100>

Afifah, A., & Kurniawati, N. A. (2021). Influence of Service Quality Dimensions of Islamic Banks on Customer Satisfaction and Their Impact on Customer Loyalty. *Journal of Islamic Economic Laws*, 4(2), 105–136.
<https://doi.org/10.23917/jisel.v4i2.15089>

Awaliyah, A., Permatasari, D., & Widodo, S. (2022). *Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi melalui Instagram terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus PT. XYZ Wilayah Pemasaran Purwakarta)*.

Butt, M. M., & Aftab, M. (2012). *Incorporating attitude towards Halal banking in an integrated service quality, satisfaction, trust and loyalty model in online Islamic banking context*. <https://doi.org/10.1108/02652321311292029>

Indrajaya, I. N. (2022, October 31). *97 Persen Nasabah BSI Telah Beralih ke e-Channel untuk Aktivitas Perbankan - Trenasia.com*.
<https://www.trenasia.com/97-persen-nasabah-bsi-telah-beralih-ke-e-channel-untuk-aktivitas-perbankan>

Kurnia, D. (2022, April 4). *Modal Jumbo Jadi Salah Satu Keuntungan Bila BSI Jadi BUMN | Republika Online*.
<https://www.republika.co.id/berita/r9t2ggq349/modal-jumbo-jadi-salah-satu-keuntungan-bila-bsi-jadi-bumn>

Mursid, F. (2021, February 25). *Lima Pesan Wapres untuk Bank Syariah Indonesia Pascamerger | Republika Online*.

<https://www.republika.co.id/berita/qp2f2f370/lima-pesan-wapres-untuk-bank-syariah-indonesia-pascamerger>

- Puspasyifa. (2022, March 16). *Perkembangan Produk Halal di Indonesia | kumparan.com*. <https://Kumparan.Com/>. <https://kumparan.com/puspasyifa/perkembangan-produk-halal-di-indonesia-1xhAtkGSNxl>
- Ramdhani, M. A., Ramdhani, A., & Kurniati, D. M. (2011). The influence of service quality toward customer satisfaction of Islamic sharia bank. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(9), 1099–1104.
- Safitri, K. (2022). *BSI “Go International”, Buka Kantor Cabang di Dubai Halaman all - Kompas.com*. <https://money.kompas.com/read/2022/05/14/150000826/bsi-go-international-buka-kantor-cabang-di-dubai-?page=all>
- Afifah, A., & Kurniawati, N. A. (2021). Influence of Service Quality Dimensions of Islamic Banks on Customer Satisfaction and Their Impact on Customer Loyalty. *Journal of Islamic Economic Laws*, 4(2), 105–136. <https://doi.org/10.23917/jisel.v4i2.15089>
- Awaliyah, A., Permatasari, D., & Widodo, S. (2022). *Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi melalui Instagram terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus PT. XYZ Wilayah Pemasaran Purwakarta)*.
- Butt, M. M., & Aftab, M. (2012). *Incorporating attitude towards Halal banking in an integrated service quality, satisfaction, trust and loyalty model in online Islamic banking context*. <https://doi.org/10.1108/02652321311292029>
- Indrajaya, I. N. (2022, October 31). *97 Persen Nasabah BSI Telah Beralih ke e-Channel untuk Aktivitas Perbankan - Trenasia.com*. <https://www.trenasia.com/97-persen-nasabah-bsi-telah-beralih-ke-e-channel-untuk-aktivitas-perbankan>
- Jabar Ekspres. (2022, February 14). *Ridwan Kamil Dorong Pengembangan Industri Halal Lewat Pergub*. <https://jabarekspres.com/berita/2022/02/14/ridwan-kamil-dorong-pengembangan-industri-halal-lewat-pergub/>
- Kurnia, D. (2022, April 4). *Modal Jumbo Jadi Salah Satu Keuntungan Bila BSI Jadi BUMN | Republika Online*. <https://www.republika.co.id/berita/r9t2gq349/modal-jumbo-jadi-salah-satu-keuntungan-bila-bsi-jadi-bumn>
- Mursid, F. (2021, February 25). *Lima Pesan Wapres untuk Bank Syariah*

- Indonesia Pascamerger | Republika Online.*
<https://www.republika.co.id/berita/qp2f2f370/lima-pesan-wapres-untuk-bank-syariah-indonesia-pascamerger>
- Puspasyifa. (2022, March 16). *Perkembangan Produk Halal di Indonesia | kumparan.com.* <https://Kumparan.Com/>. <https://kumparan.com/puspasyifa/perkembangan-produk-halal-di-indonesia-1xhAtkGSNxl>
- Ramdhani, M. A., Ramdhani, A., & Kurniati, D. M. (2011). The influence of service quality toward customer satisfaction of Islamic sharia bank. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(9), 1099–1104.
- Safitri, K. (2022). *BSI “Go International”, Buka Kantor Cabang di Dubai Halaman all - Kompas.com.*
<https://money.kompas.com/read/2022/05/14/150000826/bsi-go-international-buka-kantor-cabang-di-dubai-?page=all>
- Afifah, A., & Kurniawati, N. A. (2021). Influence of Service Quality Dimensions of Islamic Banks on Customer Satisfaction and Their Impact on Customer Loyalty. *Journal of Islamic Economic Laws*, 4(2), 105–136.
<https://doi.org/10.23917/jisel.v4i2.15089>
- Awaliyah, A., Permatasari, D., & Widodo, S. (2022). *Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi melalui Instagram terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus PT. XYZ Wilayah Pemasaran Purwakarta).*
- Butt, M. M., & Aftab, M. (2012). *Incorporating attitude towards Halal banking in an integrated service quality, satisfaction, trust and loyalty model in online Islamic banking context.* <https://doi.org/10.1108/02652321311292029>
- Indrajaya, I. N. (2022, October 31). *97 Persen Nasabah BSI Telah Beralih ke e-Channel untuk Aktivitas Perbankan - Trenasia.com.*
<https://www.trenasia.com/97-persen-nasabah-bsi-telah-beralih-ke-e-channel-untuk-aktivitas-perbankan>
- Jabar Ekspres. (2022, February 14). *Ridwan Kamil Dorong Pengembangan Industri Halal Lewat Pergub.* [Jabarekspres.Com](https://jabarekspres.com).
<https://jabarekspres.com/berita/2022/02/14/ridwan-kamil-dorong-pengembangan-industri-halal-lewat-pergub/>
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2022, September 30). *Kemenperin: Industri Halal Berperan Penting dalam Pemulihan Ekonomi, Kemenperin Luncurkan IHYA 2022.* <https://Kemenperin.Go.Id/>.
<https://kemenperin.go.id/artikel/23586/Industri-Halal-Berperan-Penting-dalam-Pemulihan-Ekonomi,-Kemenperin-Luncurkan-IHYA-2022>

- Kurnia, D. (2022, April 4). *Modal Jumbo Jadi Salah Satu Keuntungan Bila BSI Jadi BUMN* / *Republika Online*.
<https://www.republika.co.id/berita/r9t2gq349/modal-jumbo-jadi-salah-satu-keuntungan-bila-bsi-jadi-bumn>
- Mursid, F. (2021, February 25). *Lima Pesan Wapres untuk Bank Syariah Indonesia Pascamerger* / *Republika Online*.
<https://www.republika.co.id/berita/qp2f2f370/lima-pesan-wapres-untuk-bank-syariah-indonesia-pascamerger>
- Puspasyifa. (2022, March 16). *Perkembangan Produk Halal di Indonesia* / *kumparan.com*. <https://Kumparan.Com/>. <https://kumparan.com/puspasyifa/perkembangan-produk-halal-di-indonesia-1xhAtkGSNxl>
- Ramdhani, M. A., Ramdhani, A., & Kurniati, D. M. (2011). The influence of service quality toward customer satisfaction of Islamic sharia bank. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(9), 1099–1104.
- Safitri, K. (2022). *BSI “Go International”, Buka Kantor Cabang di Dubai* *Halaman all - Kompas.com*.
<https://money.kompas.com/read/2022/05/14/150000826/bsi-go-international-buka-kantor-cabang-di-dubai-?page=all>
- Afifah, A., & Kurniawati, N. A. (2021). Influence of Service Quality Dimensions of Islamic Banks on Customer Satisfaction and Their Impact on Customer Loyalty. *Journal of Islamic Economic Laws*, 4(2), 105–136.
<https://doi.org/10.23917/jisel.v4i2.15089>
- Awaliyah, A., Permatasari, D., & Widodo, S. (2022). *Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi melalui Instagram terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus PT. XYZ Wilayah Pemasaran Purwakarta)*.
- Butt, M. M., & Aftab, M. (2012). *Incorporating attitude towards Halal banking in an integrated service quality, satisfaction, trust and loyalty model in online Islamic banking context*. <https://doi.org/10.1108/02652321311292029>
- Indrajaya, I. N. (2022, October 31). *97 Persen Nasabah BSI Telah Beralih ke e-Channel untuk Aktivitas Perbankan - Trenasia.com*.
<https://www.trenasia.com/97-persen-nasabah-bsi-telah-beralih-ke-e-channel-untuk-aktivitas-perbankan>
- Jabar Ekspres. (2022, February 14). *Ridwan Kamil Dorong Pengembangan Industri Halal Lewat Pergub*. *Jabarekspres.Com*.
<https://jabarekspres.com/berita/2022/02/14/ridwan-kamil-dorong-pengembangan-industri-halal-lewat-pergub/>

- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2022, September 30). *Kemenperin: Industri Halal Berperan Penting dalam Pemulihan Ekonomi, Kemenperin Luncurkan IHYA 2022*. <https://Kemenperin.Go.Id/>.
<https://kemenperin.go.id/artikel/23586/Industri-Halal-Berperan-Penting-dalam-Pemulihan-Ekonomi,-Kemenperin-Luncurkan-IHYA-2022>
- Kurnia, D. (2022, April 4). *Modal Jumbo Jadi Salah Satu Keuntungan Bila BSI Jadi BUMN | Republika Online*.
<https://www.republika.co.id/berita/r9t2ggq349/modal-jumbo-jadi-salah-satu-keuntungan-bila-bsi-jadi-bumn>
- Mursid, F. (2021, February 25). *Lima Pesan Wapres untuk Bank Syariah Indonesia Pascamerger | Republika Online*.
<https://www.republika.co.id/berita/qp2f2f370/lima-pesan-wapres-untuk-bank-syariah-indonesia-pascamerger>
- Puspasyifa. (2022, March 16). *Perkembangan Produk Halal di Indonesia | kumparan.com*. <https://Kumparan.Com/>. <https://kumparan.com/puspa-syifa/perkembangan-produk-halal-di-indonesia-1xhAtkGSNxl>
- Ramdhani, M. A., Ramdhani, A., & Kurniati, D. M. (2011). The influence of service quality toward customer satisfaction of Islamic sharia bank. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(9), 1099–1104.
- Safitri, K. (2022). *BSI “Go International”, Buka Kantor Cabang di Dubai Halaman all - Kompas.com*.
<https://money.kompas.com/read/2022/05/14/150000826/bsi-go-international-buka-kantor-cabang-di-dubai-?page=all>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *An easy way to help students learn, collaborate, and grow*. www.wileypluslearningspace.com
- Afifah, A., & Kurniawati, N. A. (2021). Influence of Service Quality Dimensions of Islamic Banks on Customer Satisfaction and Their Impact on Customer Loyalty. *Journal of Islamic Economic Laws*, 4(2), 105–136.
<https://doi.org/10.23917/jisel.v4i2.15089>
- Awaliyah, A., Permatasari, D., & Widodo, S. (2022). *Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi melalui Instagram terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus PT. XYZ Wilayah Pemasaran Purwakarta)*.
- Butt, M. M., & Aftab, M. (2012). *Incorporating attitude towards Halal banking in an integrated service quality, satisfaction, trust and loyalty model in online Islamic banking context*. <https://doi.org/10.1108/02652321311292029>

- Indrajaya, I. N. (2022, October 31). *97 Persen Nasabah BSI Telah Beralih ke e-Channel untuk Aktivitas Perbankan - Trenasia.com*.
<https://www.trenasia.com/97-persen-nasabah-bsi-telah-beralih-ke-e-channel-untuk-aktivitas-perbankan>
- Jabar Ekspres. (2022, February 14). *Ridwan Kamil Dorong Pengembangan Industri Halal Lewat Pergub*. Jabarekspres.Com.
<https://jabarekspres.com/berita/2022/02/14/ridwan-kamil-dorong-pengembangan-industri-halal-lewat-pergub/>
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2022, September 30).
Kemenperin: Industri Halal Berperan Penting dalam Pemulihan Ekonomi, Kemenperin Luncurkan IHYA 2022. <https://Kemenperin.Go.Id/>.
<https://kemenperin.go.id/artikel/23586/Industri-Halal-Berperan-Penting-dalam-Pemulihan-Ekonomi,-Kemenperin-Luncurkan-IHYA-2022>
- Kurnia, D. (2022, April 4). *Modal Jumbo Jadi Salah Satu Keuntungan Bila BSI Jadi BUMN | Republika Online*.
<https://www.republika.co.id/berita/r9t2gq349/modal-jumbo-jadi-salah-satu-keuntungan-bila-bsi-jadi-bumn>
- Mursid, F. (2021, February 25). *Lima Pesan Wapres untuk Bank Syariah Indonesia Pascamerger | Republika Online*.
<https://www.republika.co.id/berita/qp2f2f370/lima-pesan-wapres-untuk-bank-syariah-indonesia-pascamerger>
- Puspasyifa. (2022, March 16). *Perkembangan Produk Halal di Indonesia | kumparan.com*. <https://Kumparan.Com/>. <https://kumparan.com/puspasyifa/perkembangan-produk-halal-di-indonesia-1xhAtkGSNxl>
- Ramdhani, M. A., Ramdhani, A., & Kurniati, D. M. (2011). The influence of service quality toward customer satisfaction of Islamic sharia bank. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(9), 1099–1104.
- Safitri, K. (2022). *BSI “Go International”, Buka Kantor Cabang di Dubai Halaman all - Kompas.com*.
<https://money.kompas.com/read/2022/05/14/150000826/bsi-go-international-buka-kantor-cabang-di-dubai-?page=all>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *An easy way to help students learn, collaborate, and grow*. www.wileypluslearningspace.com