

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPATUHAN SYARIAH
DAN *CUSTOMER VALUE* TERHADAP LOYALITAS NASABAH
DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(STUDI KASUS PEGADAIAN SYARIAH CABANG BLAURAN)**

SKRIPSI

Oleh:

SISKA DWI OKTAVIA

NIM: 08020422067



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
SURABAYA
2026**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

PERNYATAAN

Saya, Siska Dwi Oktavia, 08020422067, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 03 Maret 2026



Siska Dwi Oktavia

NIM.0802422067

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 25 Februari 2026

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,



Muhammad Iqbal Surya Pratiko S.Pd., M.SEL.
NIP. 199103162019031011

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPATUHAN SYARIAH, DAN *CUSTOMER VALUE* TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PEGADAIAN SYARIAH CABANG BLAURAN)

Oleh

Siska Dwi Oktavia

NIM: 08020422067

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
tanggal 10 Maret 2026 dan dinyatakan memenuhi syarat
untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Muhammad Iqbal Surya Pratikto S.Pd.,M.SEI.,
199103162019031013
(Penguji 1)
2. Dr. M. Luthfillah Habibi, SEI, MSA, Ak.
198101222023211008
(Penguji 2)
3. Dimiyati, M.E.I.
197708262005011006
(Penguji 3)
4. Nurul Lathifah,S.A., M.A.
198905282018012001
(Penguji 4)

Tanda Tangan



Surabaya, 10 Maret 2026

Shajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
197005142000031001 ✓

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Siska Dwi Oktavia
NIM : 08020422067
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
E-mail address : siskadwi885@gmail.com

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPATUHAN SYARIAH, DAN CUSTOMER VALUE TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PEGADALAN SYARIAH CABANG BLAURAN)

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 22 April 2026

Penulis

(Siska Dwi Oktavia)

ABSTRAK

Perkembangan industri keuangan syariah yang semakin kompetitif menuntut lembaga untuk mampu mempertahankan loyalitas nasabah. Loyalitas dipengaruhi oleh kualitas layanan, kepatuhan terhadap prinsip syariah, serta nilai yang dirasakan nasabah, dengan kepuasan nasabah sebagai faktor mediasi. Peningkatan jumlah nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Blauran menunjukkan perlunya analisis empiris mengenai faktor-faktor pembentuk loyalitas tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kepatuhan syariah, dan *customer value* terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi pada Pegadaian Syariah Cabang Blauran. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausalitas. Populasi berjumlah 4.358 nasabah dengan sampel sebanyak 160 responden yang diperoleh melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan SEM-PLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, kepatuhan syariah, dan *customer value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, sedangkan kepatuhan syariah dan *customer value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas serta memediasi secara penuh pengaruh kualitas layanan dan secara parsial pengaruh kepatuhan syariah serta *customer value* terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan temuan tersebut, Pegadaian Syariah disarankan untuk meningkatkan kualitas layanan yang berorientasi pada kepuasan nasabah, menjaga konsistensi penerapan prinsip syariah, serta mengoptimalkan *customer value* sebagai strategi utama dalam membangun loyalitas nasabah secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepatuhan Syariah, *Customer value*, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

The increasingly competitive development of the Islamic financial industry requires institutions to maintain customer loyalty. Customer loyalty is influenced by service quality, compliance with Sharia principles, and customer value, with customer satisfaction acting as a mediating factor. The increasing number of customers at Pegadaian Syariah Blauran Branch indicates the need for empirical analysis of the factors influencing customer loyalty.

This study aims to analyze the effect of service quality, Sharia compliance, and customer value on customer loyalty with customer satisfaction as a mediating variable at Pegadaian Syariah Blauran Branch. This research employs a quantitative approach with a causal research design. The population consists of 4,358 customers, with a sample of 160 respondents obtained through purposive sampling technique. Data were collected using questionnaires and analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS).

The results show that service quality, Sharia compliance, and customer value have a positive and significant effect on customer satisfaction. Service quality does not have a significant effect on customer loyalty, while Sharia compliance and customer value have a positive and significant effect on customer loyalty. Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty and fully mediates the effect of service quality, as well as partially mediates the effect of Sharia compliance and customer value on customer loyalty.

Based on these findings, Pegadaian Syariah is recommended to improve service quality oriented toward customer satisfaction, maintain consistency in implementing Sharia principles, and optimize customer value as the main strategy to build sustainable customer loyalty.

Keywords: *Service Quality, Sharia Compliance, Customer value, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Masalah.....	14
1.4 Manfaat Masalah.....	16
BAB 2	18
LANDASAN TEORI	18
2.1 Teori Berkaitan.....	18
2.1.1 <i>Consumer Behavior Theory</i>	18
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	22
2.1.3 Kepatuhan Syariah.....	34
2.1.4 Nilai Nasabah (<i>Customer value</i>).....	40
2.1.5 Kepuasan Nasabah.....	48
2.1.6 Loyalitas Nasabah.....	54
2.2 Penelitian Terdahulu.....	62
2.3 Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	67

2.3.1	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah.....	67
2.3.2	Pengaruh Kepatuhan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah	68
2.3.3	Pengaruh <i>Customer value</i> Terhadap Kepuasan Nasabah.....	69
2.3.4	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah.....	69
2.3.5	Pengaruh Kepatuhan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah	71
2.3.7	Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah	73
2.3.8	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah.....	74
2.3.9	Pengaruh Kepatuhan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah.....	75
2.3.10	Pengaruh <i>Customer value</i> Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah.....	76
2.4	Kerangka Konseptual	77
BAB 3	79
METODE PENELITIAN	79
3.1	Jenis Penelitian	79
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	80
3.3	Populasi dan Sampel	81
3.3.1	Populasi.....	81
3.3.2	Sampel.....	81
3.4	Teknik Pengumpulan Data	83
3.4.1	Observasi.....	83
3.4.2	Kuesioner	83
3.5	Variabel Penelitian	86
3.5.1	Variabel Independen (X).....	86
3.5.2	Variabel Dependen (Y)	86
3.5.3	Variabel Intervening (Z)	86
3.6	Operasional Variabel	87
3.7	Model Penelitian dan Teknik Analisis Data.....	89
3.8	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer model</i>).....	91

3.8.1	Uji Validitas	92
3.8.2	Uji Reliabilitas	93
3.9	Uji Model Struktural (<i>Inner model</i>)	94
3.9.1	Koefisien Determinasi (R^2).....	94
3.9.2	<i>Effect size</i> (f^2).....	95
3.9.3	Predictive Relevance (Q^2).....	95
3.9.4	Uji Hipotesis (Uji t).....	96
BAB 4	98
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	98
4.1	Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	98
4.1.1	Sejarah Pegadaian Syariah Cabang Blauran	98
4.1.2	Produk Pegadaian Syariah Cabang Blauran.....	99
4.1.3	Karakteristik Responden	102
4.2	Analisis Data	109
4.2.1	Hasil model Pengukuran (<i>Outer model</i>)	110
4.2.2	Hasil Model Struktural (<i>Inner model</i>).....	121
4.2.3	Uji Hipotesis	125
4.2.4	Pembahasan.....	133
BAB 5	161
PENUTUP	161
5.1	Kesimpulan.....	161
5.2	Saran.....	163
DAFTAR PUSTAKA	xiv
LAMPIRAN-LAMPIRAN	xxi
DOKUMENTASI	lx
BIODATA PENULIS	lxi

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Asset Keuangan Syariah Tahun 2020-2024	1
Gambar 1. 2 Perkembangan Asset Pegadaian Syariah Tahun 2020-2024	2
Gambar 1. 3 Penyaluran Pembiayaan Tahun 2020-2024.....	3
Gambar 2. 1 Bagan Karangka Konseptual.....	78



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Nasabah Tahun 2020-2022 (per 25 Mei)	12
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	62
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	103
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	104
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	105
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jangka Waktu Menjadi Nasabah	106
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk	107
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Transaksi.....	108
Tabel 4. 7 Hasil Outer Loading Uji Validitas Konvergen Tahap 1	111
Tabel 4. 8 Hasil Outer Loading Uji Validitas Konvergen Tahap 2	113
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian AVE Uji Validitas Konvergen.....	114
Tabel 4. 10 Hasil Cross loading Uji Validitas Diskriminan.....	115
Tabel 4. 11 Hasil Uji HTMT Validitas Diskriminan	116
Tabel 4. 12 Hasil Uji Fornell-Larcker Uji Validitas	117
Tabel 4. 13 Hasil Uji Cronbarch's Alpha	119
Tabel 4. 14 Hasil Uji Composite Reliability.....	120
Tabel 4. 15 Hasil Uji R-square.....	121
Tabel 4. 16 Hasil Uji Effect size	123
Tabel 4. 17 Hasil Uji Q-Square.....	124
Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis Langsung	126
Tabel 4. 19 Hasil Uji Hipotesis Tidak Langsung.....	131

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, A., Patrisia, D., Engriani, Y., Idris, I., & Dastgir, S. (2022). Islamic Bank *Trust*: The Roles of Teligiosity, Perceived Value and Satisfaction. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(2), 368–384. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/APJML-10-2020-0715>
- Albaity, M., & Rahman, M. (2021). Customer Loyalty towards Islamic Banks : The Mediating Role of *Trust* and Attitude. *Economic and Business Aspects of Sustainability*, 13(19), 1–19. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su131910758>
- Amah, N. (2017). Determinan Minat Nasabah Pengguna Jasa Rahn dan Ijarah pada Kantor Cabang Pegadaian Syariah Madiun. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 2(2), 132–142.
- Andespa, R. (2016). Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Industri Perbankan Syariah dengan Konvensional. *Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan Syariah Dengan Konvensional*, 1(1).
- Arianto, N., & Nirwana, Y. K. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Simpanan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 7(2), 179–192. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v7i2.658
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Cetakan ke). PT Rineka Cipto.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view/2713>
- Azmi, N. A. (2022). Pengaruh Kepatuhan Syariah, Kualitas Pelayanan dan Pemasaran Relasional terhadap Loyalitas Nasabah Pegadaian Syariah UPS BEUREUNUEN. In *UIN Ar-Raniry Banda Aceh*. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Bungin, B. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Edisi Dua). Prenamedia Group.
- Desmi Ristia, N., & Marlien. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Nilai Pelanggan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Albania Coffee Boja). *YUME : Journal of Management*, 5(3), 1–16. <https://doi.org/2614-851X>
- Elfandi, K. A. (2022). Pengaruh Kepatuhan Syariah terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat melalui Kualitas Layanan. In *UIN Syarif Hidayatullah* (Vol. 33, Issue 1). UIN Syarif Hidayatullah.
- Fadla, A. (2016). Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia Pekanbaru Menurut Perspektif

Ekonomi Islam. In *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.

- Fiiwe, J. L., Egele, A. E., & Ozo, J. U. (2023). Customer Relationship Management and Customers Repeat Purchase Behavior in Nigeria. *Scholars Journal of Economics, Business and Management*, 10(1), 19–28. <https://doi.org/10.36347/sjebm.2023.v10i01.002>
- Firman, N. F., Rafidah, R., & Agusriadi, A. (2025). Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Pegadaian Syariah Ups Simpang Mayang. *ECo-Fin*, 7(1), 494–509. <https://doi.org/10.32877/ef.v7i1.1613>
- Gallarza, M. G., Saura, I. G., & Moreno, F. A. (2013). The Quality Value Satisfaction Loyalty Chain: Relationships and Impacts. *Journal of Tourism Research*, 68(01). <https://doi.org/10.1108/16605371311310048>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_7
- Halimatussakhiah, Suryani, I., & Zuhra, S. E. (2023). The Customer Perceived Orientation Effect on Perceived Value and Customer Satisfaction and Its Influence on Customer Trust. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 14(1), 111–124. <https://doi.org/10.18196/mb.v14i1.14615>
- Hamsia, Maradita, F., & Rusni, A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Perumahan Air Minum Batulanteh Cabang Sumbawa. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis ISBN*, 4(1), 121–138. <https://doi.org/10.1016/j.cell.2017.12.025> <http://www.depkes.go.id/resources/download/info-terkini/hasil-risikesdas-2018.pdf> <http://www.who.int/about/licensing/>
- Handayani, S. D. (2020). Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus BRI Syariah KCP Magelang). In *IAIN Salatiga*. IAIN Salatiga.
- Haryono, S. (2016). Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS 22.00, LISREL 8.80 dan Smart PLS 3.0. In *PT. Intermedia Personalia Utama* (Cetakan Pe). PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hasan, E. (2021). *Pengaruh Responsiveness dan Tangible Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Riak Danau Pelalawan menurut Ekonomi Islam*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Hasfar, Militina, T., & Achmad, G. N. A. (2020). Effect Of Customer value And Customer Experience On Customer Satisfaction And Loyalty PT Meratus

- Samarinda. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(1).
- Hendrik Sahat Marasi, J., Tito Rosfader, L., Putri Audina, Z., Waillisa, R., & Muhammad Alfiansyah, A. (2025). Implementasi Pegadaian Syariah Sebagai Lembaga Keuangan Syariah dalam Kajian Hukum. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(2), 1925–1936.
- Hou, A., & Lisa, M. (2023). Pengaruh Nilai Nasabah terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervenin pada PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar Cabang Hamparan Perak Deli Serdang. *Jurnal Ekonomis Bisnis*, 169, 231–232.
- Ilyas, R. (2015). Kontrak Pembiayaan Murabahah dan Musawamah. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(2).
- Irwandi, & Ruswanti, E. (2024). the Influence of Service Quality and Customer value on Customer Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 8(1), 9791–9804. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v8i1.11995>
- Khumaedi, M. (2012). Reliabilitas Instrumen Penelitian Pendidikan (The Reliability of Education Research Instruments). *Jurnal Pendidikan Teknik Mesin*, 12(1), 26. <http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>
- Lubis, N. S. D., & Gunawan, D. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus PT Pegadaian Kantor Cabang Tebing Tinggi). *Management And Business Progress*, 2(1), 25–33. www.journal.stie-binakarya.ac.id
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif* (Cetakan 3). Fakultas Ilmu Trabyiah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Makudza, F. (2021). Augmenting Customer Loyalty Through Customer Experience Management in the Banking Industry. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 28(3), 191–203. <https://doi.org/10.1108/JABES-01-2020-0007>
- Maresinta, A. E. (2024). *Pengaruh kualitas layanan, produk dan promosi terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada bank pembiayaan rakyat syariah Lampung Barat*.
- Mashuri. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64.
- Ningsih, E. R., Haryono, T., Runing, H. S., & Harsono, M. (2016). Pengaruh Kualitas

Pelayanan B2B Perbankan Syariah dan Cultural Fit pada Kepuasan, Loyalitas, dan Rekomendasi Positif. *Iqtishadia*, 9(1).

Nur, F. S. (2019). *Tinjauan hukum Islam dan Fatwa DSN-MUI nomor 92 tahun 2014 terhadap praktik produk amanah di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Nurhadi. (2020). Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah. *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 137–150. <https://doi.org/10.14421/ekbis.2018.2.2.1100>

Nurhalizah, S., Kholijah, G., & Gusmanely, Z. (2023). Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square pada Kinerja Pegawai PT. Bank Pembangunan Daerah Jambi. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 6(2), 125–135. <https://doi.org/10.13057/ijas.v6i2.78921>

Nurhisam, L. (2016). Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance) dalam Industri Keuangan Syariah. *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, 23(1), 77–96. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol23.iss1.art5>

Nurjanah, M. F. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada BMT Amanah Sejahtera Kudus [Universitas Semarang]. In *Universitas Semarang*. <https://eskripsi.usm.ac.id/detail-B11A-801.html>

Nurjannah, A., Junaidi, H., & Maulana, C. Z. (2023). Pengaruh *Shariah compliance* dan Spiritual Marketing terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palembang Sudirman. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 4(2), 148. <https://doi.org/DOI: http://dx.doi.org/10.31000/almaal.v4i2.7616>

Nursiyono, J. A., & Wahyuningtyas, F. (2017). *Pengantar Statistika Dasar*. IN MEDIA.

Oktapiani, A. A., & Anggraini, T. (2022). Pengaruh Relationship Marketing, Corporate Image dan Syariah Compliance Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT BSI KCP Gunung Tua. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3423. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6803>

Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif (Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen)* (Edesis 3). Widya Gama Press.

Pebiola, Suhar, & Ismail, M. (2023). Pengaruh Sistem Pelayanan Bank Syariah Indonesia Sarolangun terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Bisnis (JIMEB)*, 2(3), 154–170. <https://doi.org/https://doi.org/10.51903/jimeb.v2i1>

- Purwani, N. K. I. M., Anggraini, N. P. N. A., & Gama, A. W. S. (2025). The Influence of *Customer value* and Service Quality on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction at BRI Bank , Tabanan Branch Office. *JEMS: International Journal of Economics and Management Sciences*, 2(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/ijems.v2i3.927>
- Rahayu, S., & Afrilliana, N. (2021). *Buku Ajar Perilaku Konsumen* (Cetakan 1). CV. Penerbit Anugrah Jaya.
- Rahayu, Y. S., Setiawan, M., Irawanto, D. W., & Rahayu, M. (2020). Muslim Customer Perceived Value on Customer Satisfaction and Loyalty: Religiosity as a Moderation. *Management Science Letters*, 10, 1011–1016. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.11.009>
- Rahim, R., Fatira AK, M., & Karina, N. A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dalam Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Mobile Banking BSI. *Konferensi Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*.
- Rahmawati, D. A. (2023). Pengaruh Customer Value dan Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konter Bintang Phone Cell-Tegowanu). In *Universitas Semarang* (Vol. 183). Universitas Semarang.
- Ratnasari, R. T., & Aksa, M. H. (2011). *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Ghalia Indonesia.
- Rifa'i, K. (2019). Membangun Loyalitas Pelanggan. In *Pustaka Ilmu*. Pustaka Ilmu. http://digilib.iain-jember.ac.id/693/1/BUKU_MEMBANGUN_LOYALITAS_PELANGGAN_OLEH_Dr._KHAMDAN_RIFA'I%2C_SE.%2CM.Si.pdf
- Rinanda, Y., & Heni Saputri, N. (2021). Sistem Akuntansi Pembiayaan Pegadaian Emas Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Tapi Bandar Padang. *Jurnal Akademi Akuntansi Indonesia Padang*, 1(1), 29–37. <https://doi.org/10.31933/jaaip.v1i1.263>
- Rusdiyanto, W., & Suranti, S. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi*, 18(1), 15–28. <https://doi.org/https://doi.org/10.21831/efisiensi.v18i1.37406>
- Safitri, N. D., & Wati, A. (2023). Analisis Perkembangan Pegadaian Syariah Di Indonesia. *Muàsarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 5(1), 22–32. <https://doi.org/10.18592/msr.v5i1.9375>
- Sari, N., Nasution, A. I. L., & Hasibuan, R. R. A. (2024). Pengaruh *Customer value* Dan *Shariah compliance* Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah).

Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI), 4(3), 713–730.

- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif* (Edisi Pert). Graha Ilmu.
- Siregar, Z. M. E., Perlaungan, A., Supriadi, Y. N., Ende, & Pristiyono. (2012). *Structural Equation Modeling* (Cetakan Pe). Deepublish Publisher.
- Sodriyatun, S. (2010). Penerapan Fatwa DSN-MUI Nomor 25 Dan 26 Tahun 2002 di Pegadaian Syari'ah Kusumanegara Yogyakarta. *Al-Mawarid*, 11(1), 39–51. <https://doi.org/10.20885/almawarid.vol11.iss1.art3>
- Soemitra, A. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Edisi Pert). PRENAMEDIA GROUP.
- Sriani, E., Hasanah, N., & Mustofa, U. (2022). The Role of Sharia Compliance in Online Shop Applications in Improving Consumers' Trust. *Iqtishadia*, 15(2), 309. <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v15i2.13606>
- Sudirjo, F., Aslichah, Sari, M. D., Muhammadong, & Siregar, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dan Religiustitas Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Edunomika*, 8(1), 1–9.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Edisi Kedu, Vol. 17). ALFABETA.
- Suhardi, D., & Gadzali, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt.Bank Mandiri Republik Indonesia Unit Tanjung Siang. *The World of Business Administration Journal*, 1(1), 20–42. <https://doi.org/10.37950/wbaj.vi.745>
- Suhastomo, R., & Khasanah, I. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 4(September), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sulaeman, M. D., Pramono, S. E., & Anwar, S. (2021). the Effect of Governance and Sharia Compliance Implementation Towards the Level of Customer Trust in Islamic Bank. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 14(1), 91–100. <https://doi.org/10.30993/tifbr.v14i1.235>
- Sulistiyowati, W. (2018). *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya* (S. B. Sartika (ed.)). UMSIDA PRESS.
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran* (D. Pratama (ed.); Vol. 17). UIR PRESS.
- Tjiptono, F. (2000). *Perspektif Manajemen & Pemasaran Kontemporer* (1st, Cetakan

ed.). ANDI.

Uswatun Chasanah, & Haikal, M. R. (2023). Literasi Sebagai Strategi Menarik Minat Menabung Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya. *Al Itmamiy Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)*, 5(2), 28–43. <https://doi.org/10.55606/ai.v5i2.697>

Waluyo, A. (2016). Kepatuhan Bank Syariah Terhadap Fatwa Dewan Syariah Nasional Pasca Transformasi Ke Dalam Hukum Positif. *Inferensi*, 10(2), 517. <https://doi.org/10.18326/infs13.v10i2.517-538>

Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen di Era Digital (Pertama)*. EURIKA MEDIA AKSARA.

Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer & Praktis (Edisi 1, C)*. PT RajaGrafindo Persada.

Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A