

**PENGARUH PENGETAHUAN TENTANG PRODUK BANK  
SYARIAH, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN *WEEKEND*  
*BANKING* TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK  
SYARIAH INDONESIA**

**SKRIPSI**

Oleh

**FAIZATUN KHASANAH**

**NIM: 08040421139**



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

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

**2024**

## PERNYATAAN

Saya, Faizatun Khasanah, 08040421139, 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 Desember 2024



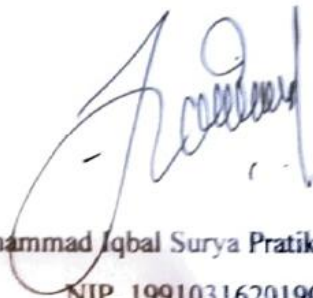
Faizatun Khasanah

NIM. 08040421139

Surabaya, 03 Desember 2024

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

Dosen Pembimbing,



Muhammad Iqbal Surya Pratikto, S.Pd., M.SEI

NIP. 199103162019031013

## LEMBAR PENGESAHAN

# PENGARUH PENGETAHUAN TENTANG PRODUK BANK SYARIAH, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN *WEEKEND BANKING* TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA

Oleh  
Faizatun Khasanah  
NIM : 08040421139

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada tanggal 20 Desember 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

### Susunan Dewan Penguji :

1. Muhammad Iqbal Surya Pratikto, M.SEI  
NIP. 199103162019031013  
(Penguji 1)
2. Dr. Hj. Fatmah, ST., MM., RSA.  
NIP. 197507032007012020  
(Penguji 2)
3. Rianto Anugerah Wicaksono, M.SEI  
NIP. 198508222019031011  
(Penguji 3)
4. Siti Kalimah M.Sy  
NIP. 198707272022032001  
(Penguji 4)

### Tanda Tangan

.....  
.....  
.....  
.....

Surabaya, 20 Desember 2024

Dekan,



Dr. Sirajul Arfin, S.Ag., S.S., M.E.I.  
NIP. 197005142000031001



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**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](mailto: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 : Faizatun Khasanah

NIM : 08040421139

Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

E-mail address : faizatun060@gmail.com

Demi 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 PENGETAHUAN TENTANG PRODUK BANK SYARIAH, PROMOSI DAN KUALITAS  
LAYANAN WEEKEND BANKING TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA

beserta 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,

Penulis

( Faizatun Khasanah )

*nama terang dan tanda tangan*



## ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan tentang Produk Bank Syariah, Promosi dan Kualitas Layanan *Weekend Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia” ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang apakah terdapat pengaruh antara pengetahuan tentang produk bank syariah, promosi dan kualitas layanan *weekend banking* yang diukur secara parsial dan simultan terhadap loyalitas nasabah.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*. Pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner yang disebar kepada 384 responden yakni nasabah BSI KCP Mojokerto Gajah Mada.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan ada pengaruh secara simultan antara variabel pengetahuan tentang produk bank syariah, promosi dan kualitas layanan *weekend banking* terhadap loyalitas nasabah. Hasil uji secara simultan menunjukkan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Hasil uji secara parsial pada variabel pengetahuan tentang produk bank syariah diperoleh nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,008 < 0,05$ ); variabel promosi sebesar  $0,000 < 0,05$ ; dan variabel kualitas layanan *weekend banking* sebesar  $0,006 < 0,05$ . Maka, ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap loyalitas nasabah. Nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,419. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan tentang produk bank syariah, promosi dan kualitas layanan *weekend banking* terhadap loyalitas nasabah sebesar 41,9% dan sisanya dipengaruhi variabel lain.

Dengan ini diharapkan Bank Syariah Indonesia KCP Mojokerto Gajah Mada dapat meningkatkan faktor-faktor yang mampu menumbuhkan rasa kelayalitan nasabah sehingga dapat bertahan dan bersaing ditengah pesatnya persaingan perbankan syariah.

Kata Kunci: Loyalitas nasabah, pengetahuan, promosi, *weekend banking*.

## ABSTRACT

*The thesis entitled "The Influence of Knowledge about Sharia Bank Products, Promotion and Quality of Weekend Banking Services on Customer Loyalty of Bank Syariah Indonesia" is a quantitative study that aims to answer the question of whether there is an influence between knowledge about sharia bank products, promotion and quality of weekend banking services measured partially and simultaneously on customer loyalty.*

*The research method used in this study is a quantitative method. The sampling technique in this study uses probability sampling technique with simple random sampling type. Data collection using questionnaires distributed to 384 respondents, namely BSI KCP Mojokerto Gajah Mada customers.*

*The results of the study obtained showed that there was a simultaneous influence between the variables of knowledge about sharia bank products, promotion and quality of weekend banking services on customer loyalty. The results of the simultaneous test showed a significance value of less than 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ). The results of the partial test on the variable of knowledge about sharia bank products obtained a significance value of less than 0.05 ( $0.008 < 0.05$ ); promotion variable of  $0.000 < 0.05$ ; and weekend banking service quality variable of  $0.006 < 0.05$ . Thus, the three variables have a significant influence simultaneously and partially on customer loyalty. The R Square ( $R^2$ ) value is 0.419. These results indicate that the variables of knowledge about Islamic banking products, promotion and quality of weekend banking services on customer loyalty are 41.9% and the rest is influenced by other variables.*

*With this, it is hoped that Bank Syariah Indonesia KCP Mojokerto Gajah Mada can improve factors that can foster a sense of customer loyalty so that they can survive and compete amidst the rapid competition in Islamic banking.*

*Keywords: Customer loyalty, knowledge, promotion, weekend banking.*

## DAFTAR ISI

### HALAMAN JUDUL

<b>PENGARUH PENGETAHUAN TENTANG PRODUK BANK SYARIAH, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN <i>WEEKEND BANKING</i> TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
2.1. Loyalitas Nasabah .....	14
2.1.1. Definisi Loyalitas Nasabah.....	14
2.1.2. Indikator Loyalitas Nasabah .....	16
2.2. Pengetahuan tentang Produk Bank Syariah.....	18
2.2.1. Definisi Pengetahuan .....	18
2.2.2. Indikator Pengetahuan.....	20
2.3. Promosi.....	22
2.3.1. Definisi Promosi.....	22
2.3.2. Indikator Promosi.....	23
2.4. Kualitas Layanan <i>Weekend Banking</i> .....	25
2.4.1. Definisi Kualitas Layanan <i>Weekend Banking</i> .....	25
2.4.2. Indikator Kualitas Layanan <i>Weekend Banking</i> .....	26



2.5.	Penelitian Terdahulu .....	29
2.6.	Kerangka Konseptual .....	36
2.7.	Hipotesis Penelitian .....	37
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1.	Jenis Penelitian .....	42
3.2.	Waktu dan Lokasi Penelitian .....	43
3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	43
3.3.1.	Populasi Penelitian.....	43
3.3.2.	Sampel Penelitian.....	43
3.4.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
3.5.	Data dan Sumber Data.....	47
3.5.1.	Data Primer .....	47
3.5.2.	Data Sekunder .....	47
3.6.	Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.6.1.	Angket atau Kuesioner .....	48
3.6.2.	Dokumentasi .....	49
3.7.	Teknik dan Analisis Data.....	50
3.7.1.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	50
3.7.2.	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.7.3.	Uji Regresi Linier Berganda .....	53
3.7.4.	Uji Hipotesis.....	54
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
4.1.1.	Profil Bank Syariah Indonesia .....	56
4.1.2.	Visi dan Misi .....	57
4.2.	Deskripsi Hasil Penelitian .....	58
4.2.1.	Karakteristik Responden .....	58
4.3.	Analisis Hasil Pengujian.....	64
4.3.1.	Deskripsi Responden.....	64
4.3.2.	Uji Validitas.....	71
4.3.3.	Uji Reliabilitas .....	73
4.3.4.	Uji Asumsi Klasik .....	75

4.3.5.	Uji Regresi Linier Berganda .....	79
4.3.6.	Uji Hipotesis.....	81
4.4.	Pembahasan .....	85
4.4.1.	Pengaruh Pengetahuan Tentang Produk Bank Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah .....	85
4.4.2.	Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah .....	87
4.4.3.	Pengaruh Kualitas Layanan <i>Weekend Banking</i> Terhadap Loyalitas Nasabah .....	90
4.4.4.	Pengaruh Pengetahuan Tentang Produk Bank Syariah, Promosi dan Kualitas Layanan <i>Weekend Banking</i> Terhadap Loyalitas Nasabah.....	93
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>96</b>
5.1.	Kesimpulan.....	96
5.2.	Saran.....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>99</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>105</b>



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Presentase Agama/Kepercayaan Penduduk Indonesia (2022) .....	3
Gambar 1. 2 Presentase Bank Syariah di Indonesia (Maret 2023) .....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	36
Gambar 4. 1 Logo Bank Syariah Indonesia .....	56
Gambar 4. 2 Jenis Kelamin Responden .....	59
Gambar 4. 3 Usia Responden.....	60
Gambar 4. 4 Pekerjaan Responden .....	61
Gambar 4. 5 Tingkat Pendidikan Responden.....	63
Gambar 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengetahuan Tentang Produk Bank Syariah (X1).....	65
Gambar 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi (X2).....	67
Gambar 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan <i>Weekend Banking</i> (X3).....	68
Gambar 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Nasabah (Y) ..	70

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan Jaringan Kantor dan Tenaga Kerja Bank Umum Syariah Indonesia Periode 2020-Mei 2024 .....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
Tabel 3. 2 Klasifikasi Skala Likert.....	49
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	59
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	60
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden .....	62
Tabel 4. 4 Tingkat Pendidikan Responden.....	63
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengetahuan Tentang Produk Bank Syariah (X1).....	65
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi (X2).....	66
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan <i>Weekend Bnaking</i> (X3).....	68
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Nasabah (Y) .....	69
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Pengetahuan Tentang Produk Bank Syariah (X1) .	71
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Promosi (X2).....	72
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan <i>Weekend Banking</i> (X3) .....	72
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah (Y) .....	73
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Tentang Produk Bank Syariah (X1) .....	74
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Promosi (X2) .....	74
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan <i>Weekend Banking</i> (X3) .....	74
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Nasabah (Y) .....	75
Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas (Kolmogorof Smirnov) .....	76
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	76
Tabel 4. 19 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser) .....	78
Tabel 4. 20 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	79
Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R Square).....	80

Tabel 4. 22 Hasil Uji F (Simultan)..... 84



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Qawi Othman, L. O. (2004). Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House. *Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, 3(1), 1–12. <https://www.academia.edu/download/30469924/10.1.1.201.1893.pdf>
- Amelia, A. (2022). *Pengaruh Teknologi, Kepercayaan, dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah BSI Dalam Menggunakan M-Banking (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo)*. *Ekonomi*. [http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/5412/1/SKRIPSI\\_AYU\\_AMELIA%2818%20402%20140%29\\_stor.pdf](http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/5412/1/SKRIPSI_AYU_AMELIA%2818%20402%20140%29_stor.pdf)
- Anisa Nuri Lutfiani, M. F. S. M. (2022). *Pengaruh Kepercayaan dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah*. 2, 50–64.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Arif Rachman, Yochanan, A. I. S., & Purnomo, H. (2024). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. In M. S. : Dr. Bambang Ismaya, S.Ag., M.Pd. (Ed.), *Japanese Journal of Allergology* (Vol. 54, Issue 8). CV Saba Jaya Publisher.
- Asmuni, A. (2020). Problematika Pembelajaran Daring di Masa Pandemi Covid-19 dan Solusi Pemecahannya. *Jurnal Paedagogy*, 7(4), 281. <https://doi.org/10.33394/jp.v7i4.2941>
- Aulia, P. R. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Peningkatan Minat Nasabah untuk Menabung pada Produk Tabungan Simpel (Simpanan Pelajar) IB DI BANK KB Bukopin Syariah KC SURABAYA-DARMO*. 14(5), 1–23.
- Budiman. (2018). *Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Faedah di BRI Syariah KC Sidoarjo*. 30–31.
- Dita Permata Syafitri, A. S. (2014). *Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Donatur Baitul Maal Hidayatullah Cabang Kediri*. 1(Februari), 1–43.
- Evi Yupitri, R. L. S., & Ari. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan. *Ekonomi Dan Keuangan*, 1(Desember), 46–60.
- Fajar Sodik, M. Akrom Hidayat, Rikhadatun Abir Al Farda, & Raida Nadia Syahita. (2022). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 4(2), 123–143. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v4i2.132.123-143>



- Farhah, R. (2014). Efektivitas Layanan Weekend Banking (Studi Bank Muamalat Kcp Pondok Indah Mall). *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 6(1), 70–81. <https://doi.org/10.15408/ijies.v6i1.1370>
- Fatmah. (2005). Pengaruh Persepsi Religiusitas, Kualitas Layanan Dan Inovasi Produk Terhadap Kepercayaan Dan Komitmen Serta Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah Di Jawa Timur. *Disertasi Universitas Airlangga Surabaya, April 2005*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.15078.98882>
- Fatmah, F., & Virdiany, F. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Preferensi Anggota Dalam Pengajuan Pembiayaan Mudharabah Di Kjks Bmt-Mmu Cabang Sidogiri Pasuruan. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 4(1), 735–762. <https://doi.org/10.15642/elqist.2014.4.1.735-762>
- Fitri, F. (2016). *Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Teknologi Informasi, Kepercayaan dan Mutu E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Onlien (Studi Kasus Nasabah BNI Syariah Medan)*. 1–23.
- Flury, B., Murtagh, F., & Heck, A. (1988). Multivariate Data Analysis. In *Mathematics of Computation* (Vol. 50, Issue 181). <https://doi.org/10.2307/2007941>
- Gremler, D. D., & Brown, S. W. (1996). Service loyalty: Its Nature, Importance, and Implications. *Advancing Service Quality: A Global Perspective, June*, 171–180.
- Harga, P., & Taman, W. (2021). *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Taman Sari di Yogyakarta*. 2(1), 85–100.
- Heni Iswati, N. I. L. (2021). Pengaruh Display, Promosi Penjualan dan Kualitas Produk pada Toko Online terhadap Loyalitas Konsumen dengan Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen*, 11(4), 124–134. <https://doi.org/10.31857/s013116462104007x>
- Iqbal, K., Munawar, H. S., Inam, H., & Qayyum, S. (2021). Promoting customer loyalty and satisfaction in financial institutions through technology integration: The roles of service quality, awareness, and perceptions. *Sustainability (Switzerland)*, 13(23). <https://doi.org/10.3390/su132312951>
- Ishak, M. Z., & Azzahroh, E. P. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 3(1), 26. <https://doi.org/10.20473/jebis.v3i1.3599>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.

- Kaharuddin. (2021). Equilibrium : Jurnal Pendidikan Kualitatif : Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi. *Jurnal Pendidikan*, IX(1), 1–8. <http://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium>
- Khairawati, S. (2020). Research in Business & Social Science Effect of customer loyalty program on customer satisfaction and its impact on customer loyalty. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 9(1), 15–23.
- Koyong, M. D., Sumayku, S., & Kalangi, J. (2016). Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Di Pt. Bank Mandiri Kantor Cabang Dotulolong Lasut Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 4(4), 1–7.
- Lestari, D. R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Mobile Banking BSI (Bank Syariah Indonesia) Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. In *Repository UIN Walisongo Semarang*.
- Maheswari Dewi Ayu Larasati, L. H. (2022). *Pengaruh Spiritualitas dan Pengetahuan Perbankan Syariah pada Loyalitas Nasabah Bank Non Syariah*. Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK).
- Mahfuz. (2021). The Effect Of Knowledge And Promotion On Interest in Saving In Sharia Bank : Case Study Of AL Barkah Mosque Contributors, Bekasi City. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Perbankan Syariah*, 5(1), 48–61. <https://doi.org/10.34005/elarbah.v5i1.1573>
- Mubarak, M. H. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nasabah, Ekspetasi Nasabah dan Loyalitas Nasabah terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah pada Bank BRI KCP Ampera Cabang Palembang A'Rivai*.
- Mubarak, M. R. (2023). *Pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, reputasi dan literasi keuangan syariah terhadap minat menabung masyarakat jawa timur pada bank syariah*.
- Mujahid, A. A. (2017). *Pengaruh Waktu dan Lokasi Terhadap Preferensi Nasabah Dalam Layanan Weekend Banking pada BSI Syariah Surabaya*. <https://core.ac.uk/download/pdf/196255896.pdf>
- Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2), 167. <https://doi.org/10.56174/pjieb.v2i2.61>
- Nafiah, N., & Nugraha Pratama, A. A. (2021). Pengaruh Customer Intimacy, Promosi, dan Citra Merek Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Godean 3 dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Transformatif*, 5(2), 177–190. <https://doi.org/10.23971/tf.v5i2.3182>

- Nasir, M., Fatmah, Laili, U. F., & Fanani, A. (2020). Pengaruh Product Knowledge, Orientations Dan Capabilities Tentang Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Transaksi Ekonomi. *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 4(1), 72–95. <https://doi.org/10.30762/istithmar.v4i1.5>
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>
- Nasution, I. H., & Frimayasa, A. (2022). “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT Bank Rakyat Indonesia KCP Kota Wisata Kabupaten Bogor.” *Portofolio: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 123–132.
- Niken Nastiti, Arif Hartono, I. F. U. (2018). *Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk perbankan, pengetahuan Pelayanan Perbankan, dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Preferensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah*. *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis*.
- Nofian Tripitoko. (2016). *Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Penabung Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun*. 1–23.
- Nur Sulistiyaningsih, S. T. A. S. (2021). *Potensi Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Nasional*. <https://doi.org/10.15642/alqanun.2021.24.1.33-58>
- Nurni Lamsari, Rafidah Rafidah, & M. Taufik Ridho. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Layanan Pegadaian Syariah Di Kota Jambi. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 1(4), 19–38. <https://doi.org/10.59031/jkpim.v1i4.226>
- Oktarina, A., & Asnaini, A. (2020). Potensi Kontribusi Institusi Pendidikan Islam Terhadap Perkembangan Bank Syari’ah di Indonesia. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 51. <https://doi.org/10.29300/aij.v6i1.2834>
- Paulina, A., Hal, T., Pelanggan, P. N., & Siburian, M. S. (2021). *Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada KSP (CU) Maju Bersama Kasikan, Tapung Hulu, Kabupaten Kampar, Riau*. 7(2), 114–123.
- Pratikto, M. I. S., & Afiq, M. K. (2021). Analisis Tingkat Kesehatan Bank Dan Potensi Financial Distress Menggunakan Metode Rgec Dan Zmijewski Pada Bank Bni Syariah Tahun 2015-2019. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(5), 570. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20215pp570-581>

- Pratiwi, A. D. (2023). Pengaruh Digital Banking Terhadap Loyalitas Pengguna Layanan Digital Bank Syariah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Purwokerto. *Alkasb: Journal of Islamic Economis*, 2(2), 129–153.
- Purwanto, P., Kuswandi, K., & Fatmah, F. (2020). Interactive Applications with Artificial Intelligence: The Role of Trust among Digital Assistant Users. *Foresight and STI Governance*, 14(2), 64–75. <https://doi.org/10.17323/2500-2597.2020.2.64.75>
- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*.
- Rahmawati, L., Sholikhah, F., Muslimah, H., Amalia, I. R., & Maghfiroh, L. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Nasabah Pada Asuransi Syariah Pt Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Surabaya. *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 30–43. <https://doi.org/10.33650/profit.v5i2.3201>
- Resti, E., Aravik, H., & Choirunnisak, C. (2021). Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Ex Bank Syariah Mandiri KCP Palembang KM6). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 1(2), 135–144. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v1i2.31>
- Riska Nuari, Disfa Lidian Handayani, & Abubakar Sidik. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel Syariah Kcp Uin Raden Fatah Palembang. *Journal of Economics and Business*, 1(2), 85–95. <https://doi.org/10.61994/econis.v1i2.203>
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22.
- Santosa, J., Mahendra, D., & Haryanto, A. T. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Tabungan Pada Pd Bpr Bank Daerah Klaten. *Excellent*, 6(2), 124–135. <https://doi.org/10.36587/exc.v6i2.591>
- Setiawan, J. A., & Mugiyati, M. (2023). Peluang dan Tantangan Bank Syariah di Indonesia Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 834–845. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.2396>
- Setyawan, R. A., & Atapukan, W. F. (2018). Pengukuran Usability Website E-Commerce Sambal Nyoss Menggunakan Metode Skala Likert. *Compiler*, 7(1), 54–61. <https://doi.org/10.28989/compiler.v7i1.254>



- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Issue January).
- Tiaras, I., & Wijaya, H. (2017). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Manajemen Laba, Komisaris Independen Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi*, 19(3), 380. <https://doi.org/10.24912/ja.v19i3.87>
- Usmadi, U. (2020). Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas Dan Uji Normalitas). *Inovasi Pendidikan*, 7(1), 50–62. <https://doi.org/10.31869/ip.v7i1.2281>
- Utamy, O. D. B., & Widhiastuti, R. (2020). The effect of Sharia bank knowledge, promotion, and facilities on savings decisions at Sharia banks with savings interest as mediation variables. *Journal of Islamic Economics, Management, and Business (JIEMB)*, 1(1), 1–28. <https://doi.org/10.21580/jiemb.2019.1.1.3986>
- Utamy, O. dhea budi. (2017). Pengaruh Pengetahuan Bank Syariah, Digital Marketing, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Purwokerto Tahun Angkatan 2016/2017). *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 6–7.
- Wahyuna, S., & Zulhamdi, Z. (2022). Perbedaan Perbankan Syariah dengan Konvensional. *Al-Hiwalah : Journal Syariah Economic Law*, 1(2), 183–196. <https://doi.org/10.47766/alhiwalah.v1i2.879>
- Yoesoep Edhie Rachmad, D. (2023). *Manajemen Pemasaran Digital Terkini* (E. Sepriano (ed.)). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Zakiy, M., & Azzahroh, E. P. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 26–38.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46. <https://doi.org/10.2307/1251929>