

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, religiusitas, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Aceh Syariah di Lhokseumawe. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya persaingan dalam industri perbankan syariah serta adanya fenomena penurunan jumlah rekening deposito yang mengindikasikan tantangan dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah Bank Aceh Syariah Lhokseumawe yang dipilih menggunakan teknik sampling tertentu. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta uji hipotesis melalui uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas layanan, religiusitas, dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah menjadi faktor penting dalam memperkuat hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas, sedangkan religiusitas berperan sebagai nilai yang memperkuat keterikatan nasabah terhadap bank syariah. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa peningkatan kualitas layanan yang konsisten, pemenuhan nilai-nilai religius, serta penciptaan kepuasan nasabah merupakan strategi penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada perbankan syariah.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Religiusitas, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah, Bank Syariah

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality, religiosity, and customer satisfaction on customer loyalty at Bank Aceh Syariah in Lhokseumawe. The background of this research is the increasing competition in the Islamic banking industry and the decline in the number of deposit accounts, which indicates challenges in maintaining customer loyalty. This research uses a quantitative approach with an associative research type. Data were collected through questionnaires distributed to customers of Bank Aceh Syariah Lhokseumawe using a specific sampling technique. The data analysis techniques include validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing using t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2). The results show that partially, service quality, religiosity, and customer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty. Simultaneously, these three variables also significantly influence customer loyalty. Customer satisfaction plays an important role in strengthening the relationship between service quality and loyalty, while religiosity acts as a value that enhances customer attachment to Islamic banking institutions. This study implies that improving consistent service quality, fulfilling religious values, and enhancing customer satisfaction are essential strategies to increase customer loyalty in Islamic banking.

Keywords: *service quality, religiosity, customer satisfaction, customer loyalty, Islamic banking*