

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN
NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Bank Syariah Indonesia Tbk Kota Surabaya)**

SKRIPSI

Oleh

NISFUIZZA RARA NUR SA'BANIA

NIM: 08020421078



**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**

2025

PERNYATAAN

Saya, Nisfuizza Rara Nur Sa'bania, 08020421078, 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 Oktober 2024



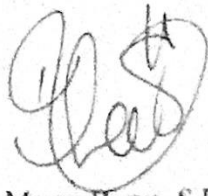
Nisfuizza Rara Nur Sa'bania
NIM. 08020421078

LEMBAR PERSETUJUAN

Surabaya, 30 Januari 2025

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Maziyah' followed by a stylized flourish.

Maziyah Mazza Basya, S.HI., M.SEI

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Tbk Kota Surabaya)

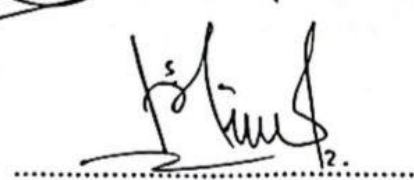
oleh
Nisfuizza Rara Nur Sa'bania
NIM: 08020421078

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
tanggal 11 Maret 2025 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

Tanda Tangan:

1. Maziyah Mazza Basya, S.HI., M.SEI
NIP. 199001092019032014
(Penguji 1)
2. Dr. Bakhrul Huda, Lc., M.E.I.
NIP. 198509042019031005
(Penguji 2)
3. Rianto Anugerah Wicaksono, S.T., M.SEI
NIP. 198508222019031011
(Penguji 3)
4. Ismatul Khayati, ME
NIP. 199010132022032001
(Penguji 4)



Surabaya, 11 Maret 2025



Dr. Surajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.

NIP. 197005142000031001 ✓

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Nisfuizza Rara Nur Sa'bania

NIM : 08020421078

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

E-mail address : nisfuizza1@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 *Word Of Mouth* dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan

Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Tbk Kota Surabaya)

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, 19 Mei 2025

Penulis



(Nisfuizza Rara Nur Sa'bania)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji “Pengaruh *Word of Mouth* dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai variabel intervening”. Dalam studi ini peneliti ingin mengetahui apakah *word of mouth*, kualitas layanan dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah pada pengguna produk tabungan dan layanan *mobile banking* BSI di kota Surabaya.

Studi ini menerapkan metode kuantitatif dengan teknik non probability sampling dengan pemilihan sample menggunakan purposive sampling atau sampel yang diambil sesuai pertimbangan tertentu dan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Taro Yamane. Sementara itu responden yang digunakan sebanyak 100 responden pengguna produk dan layanan *mobile banking* BSI di Kota Surabaya khususnya KCP Manukan dan KCP HR Muhammad selama lebih dari setahun. Hasil penelitian akan di analisis menggunakan aplikasi SPSS v. 25. Metode analisis menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji path dan sobel test.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa *word of mouth* tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan untuk variabel *word of mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kemudian variabel kualitas layanan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah. Kemudian kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah juga memiliki pengaruh mediasi antara variabel *word of mouth* dan loyalitas nasabah. Terakhir kepuasan nasabah mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan studi yang telah dilakukan, diharapkan kepada pihak bank untuk meningkatkan strategi pemasaran, seperti memperkuat hubungan dengan nasabah, memberikan pelayanan yang lebih personal, menciptakan pengalaman positif bagi nasabah, serta memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan loyalitas nasabah secara jangka panjang, sekaligus memperluas jangkauan promosi melalui rekomendasi nasabah kepada calon nasabah lainnya.

Kata Kunci: *Word Of Mouth*, Kualitas layanan, Loyalitas Nasabah, Kepuasan

ABSTRACT

This study aims to test "The Influence of Word of Mouth and Service Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable". In this study, the researcher wanted to find out whether word of mouth, service quality and customer satisfaction had an influence on customer loyalty in users of BSI's savings products and mobile banking services in the city of Surabaya.

This study applies a quantitative method with a non-probability sampling technique with sample selection using purposive sampling or samples taken according to certain considerations and sampling techniques using the Taro Yamane formula. Meanwhile, the respondents used were 100 respondents who used BSI's mobile banking products and services in the city of Surabaya, especially KCP Manukan and KCP HR Muhammad for more than a year. The results of the study will be analyzed using the SPSS v. 25 application. The analysis method uses validity and reliability tests, classical assumption tests, hypothesis tests, path tests and sobel tests.

The results of the study indicate that word of mouth has no influence and is not significant on customer loyalty, while the word of mouth variable has a positive and significant influence on customer satisfaction. Then the service quality variable has an influence and is significant on customer loyalty and customer satisfaction. Then customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty. Customer satisfaction also has a mediating effect between word of mouth variables and customer loyalty. Finally, customer satisfaction is able to mediate the influence of service quality on customer loyalty

.Based on the studies that have been conducted, it is expected that the bank will improve its marketing strategy, such as strengthening customer relationships, providing more personalized service, creating a positive experience for customers, and utilizing technology to increase interaction and engagement. Thus, the company can increase customer loyalty in the long term, while expanding the reach of promotions through customer recommendations to other potential customers.

Keywords: Word Of Mouth, Service Quality, Customer Loyalty, Satisfaction

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Teori Loyalitas Konsumen.....	9
2.1.1. Pengertian Loyalitas.....	9
2.1.2. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah	10
2.1.3. Indikator Loyalitas Nasabah	11
2.2. Kepuasan.....	12
2.2.1. Pengertian Kepuasan.....	12
2.2.2. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah.....	12
2.2.3. Indikator Kepuasan Nasabah.....	13
2.3. Kualitas Layanan	14
2.3.1. Pengertian Kualitas Layanan.....	14
2.3.2. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan	15
2.3.3. Indikator Kualitas Layanan	15
2.4. Word of Mouth	16
2.4.1. Pengertian Word of Mouth.....	16
2.4.2. Faktor yang Mempengaruhi Word of Mouth	16
2.4.3. Indikator Word of Mouth	17
2.5. Penelitian Terdahulu	18
2.6. Kerangka Konseptual	23
2.7. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	28

3.1. Jenis Penelitian	28
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian.....	28
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	29
3.4. Teknik Pengumpulan Data	31
3.5. Variabel Penelitian	32
3.6. Definisi Operasional.....	33
3.7. Teknik Analisis data	34
3.1. Uji Validitas.....	34
3.2. Uji Reliabilitas	35
3.3. Uji Asumsi Klasik	35
3.4. Uji Hipotesis.....	37
3.5. Analisis Jalur (Path Analysis)	38
3.6. Uji Sobel.....	40
3.8 Alat Analisis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN	42
4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian	42
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	42
4.1.2 Visi dan Misi PT. Bank Syariah Indonesia Tbk	44
4.2 Hasil Penelitian.....	45
4.2.1 Karakteristik Responden	45
4.2.2 Analisis Deskriptif	48
4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian	52
4.3.1. Uji Validitas.....	52
4.3.2. Uji Realibilitas	53
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	54
4.4.1 Uji Normalitas.....	54
4.4.2 Uji Multikolonieritas.....	56
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	57
4.5 Uji Hipotesis.....	57
4.5.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	57
4.5.2 Uji F	58
4.5.3 Uji T	60
4.6 Analisis Jalur (Path Analysis)	62
4.7 Uji Sobel	67

4.8 Pembahasan	70
4.8.1 Pengaruh Word of Mouth terhadap Loyalitas Nasabah	71
4.8.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah	72
4.8.3 Pengaruh Word of Mouth terhadap Kepuasan Nasabah.....	74
4.8.4 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah	75
4.8.5 Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah.....	77
4.8.6 Pengaruh Word Of Mouth terhadap Loyalitas nasabah saat dimediasi oleh Kepuasan Nasabah	79
4.8.7 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas nasabah saat dimediasi oleh Kepuasan Nasabah	80
BAB V PENUTUP	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
DAFTAR LAMPIRAN	89

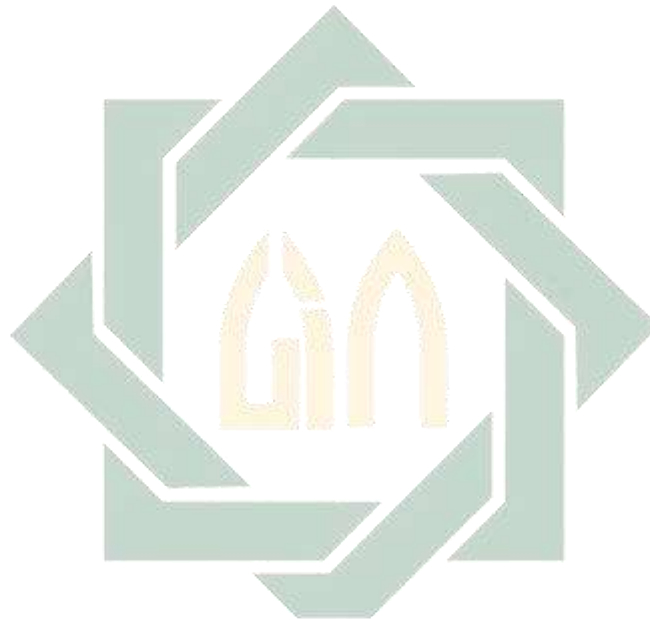
UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	33
Tabel 4. 1 Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4. 2 Karakteristik berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4. 3 Karakteristik berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 4. 4 Karakteristik berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4. 5 Karakteristik berdasarkan Domisili.....	47
Tabel 4. 6 Deskripsi Item Pertanyaan Variabel	49
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4. 8 Hasil Uji Realibilitas.....	54
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4. 10 Hasil Uji multikolonieritas.....	56
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	58
Tabel 4. 13 Uji F Persamaan I dan II.....	59
Tabel 4. 14 Uji T Persamaan I terhadap Z.....	60
Tabel 4. 15 Uji T Persamaan II terhadap Y	61
Tabel 4. 16 Analisis Jalur Persamaan I	63
Tabel 4. 17 Model Summary Analisis Jalur Persamaan I.....	63
Tabel 4. 18 Analisis jalur persamaan II.....	65
Tabel 4. 19 Model Summary Analisis Jalur Persamaan II	65
Tabel 4. 20 Uji Sobel Pengaruh Langsung X1,X2 ke Z	68
Tabel 4. 21 Uji Sobel Pengaruh Tidak Langsung X1, X2, Z ke Y.....	68

DAFTAR GAMBAR

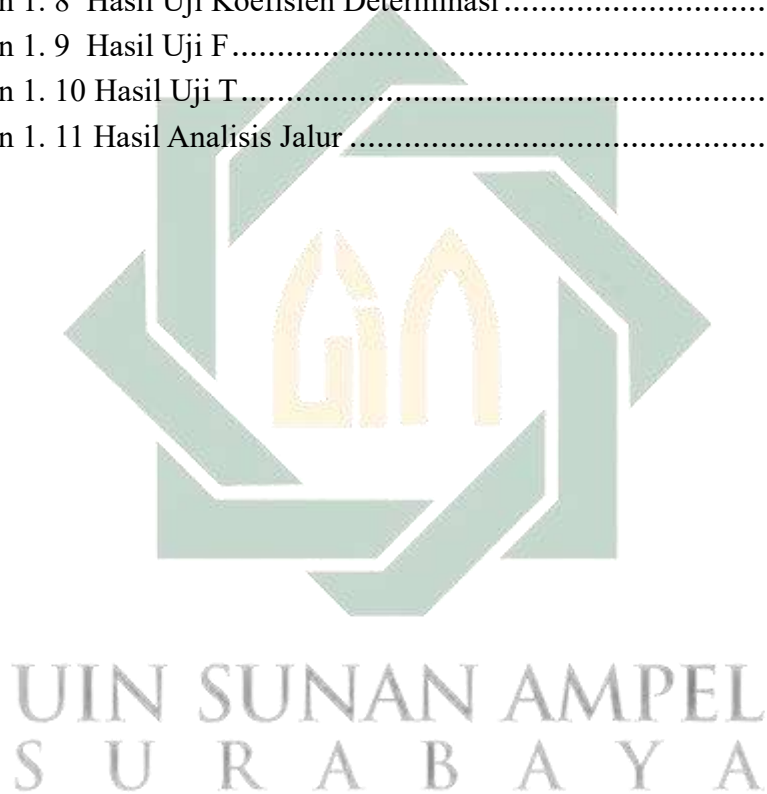
Gambar 1. 1 Bank Syariah Paling Banyak Digunakan di Indonesia Tahun 2023	2
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	23
Gambar 3. 1 Struktur Persamaan I	39
Gambar 3. 2 Struktur Persamaan II	39
Gambar 4. 1 Model I Analisis Jalur (Path Analysis)	64
Gambar 4. 2 Model II Analisis Jalur (Path Analysis)	66



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuosioner Penelitian.....	89
Lampiran 1. 2 Data Kuosioner Responden.....	91
Lampiran 1. 3 Hasil Uji Validitas.....	95
Lampiran 1. 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	97
Lampiran 1. 5 Hasil Uji Normalitas	98
Lampiran 1. 6 Hasil Uji Multikolonieritas	99
Lampiran 1. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	99
Lampiran 1. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi	100
Lampiran 1. 9 Hasil Uji F.....	100
Lampiran 1. 10 Hasil Uji T.....	101
Lampiran 1. 11 Hasil Analisis Jalur	101



DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, L. (2023). *Bank Syariah Paling Banyak Digunakan di Indonesia*. GoodStats. <https://goodstats.id/infographic/bank-syariah-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-ZMc3>
- Aspiani, A. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Jasa Transportasi Grab Online di Kota Makassar* [Universitas Negeri Makassar]. <https://eprints.unm.ac.id/11038/>
- Astianita, A. D., & Lusia, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Word of Mouth dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 3(3), 370–380. <https://doi.org/10.36418/jist.v3i3.382>
- Astuti, M. (2019). *Faktor-faktor yang mempengaruhi fluktuasi jumlah nasabah di Bank BNI Syariah Singkut*.
- Azizah, A. A., Adha, M. A., & Wahyudi, R. (2024). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh E-Word of Mouth dan Kualitas Layanan Financial Technology Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(No. 2).
- Balqis, F. (2017). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Word Of Mouth Terhadap Proses Keputusan dan Loyalitas Nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada Produk Tabungan Bank Bri Syariah Jakarta*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Bankbsi. (2023). *Sejarah dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia—Edukasi Syariah | Bank Syariah Indonesia*. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/edukasi/sejarah-dan-perkembangan-bank-syariah-di-indonesia>
- Chang, H. H., Wang, Y.-H., & Yang, W.-Y. (2016). The impact of e-service quality, customer satisfaction and loyalty on e-marketing: Moderating effect of perceived value. *Total Quality Management & Business Excellence*, 20(4), 423–443. <https://doi.org/10.1080/14783360902781923>
- Dash, G., Kiefer, K., & Paul, J. (2021). Marketing-to-Millennials: Marketing 4.0, customer satisfaction and purchase intention. *Journal of business research*, 122, 608–620.
- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian Ilmiah*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Dwinanto, A. N. (2021). *Pengaruh Electronic Customer Relationship Management, Kualitas Pelayanan Dan Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Melalui*

Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. Nstitut Agama Islam Negeri Salatiga.

Familiar, K., & Maftukhah, I. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan*.

Farizky, A., Setyawan, A., Alifatul Mujahadah, & Bakhrul Huda. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Era New Normal Restoran Korea “Kimchi-Go” Di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran (JUMPER)*, 1(2). <https://doi.org/10.51771/jumper.v1i2.415>

Firdaus, M. Y. A., & Rachmawati, I. (2024). The Influence of E-Service Quality on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction Among Livin’ by Mandiri Users. *International Journal of Social Science and Business*, 8(1).

Fitri Nurul Alfiah, & Samsuri, A. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 7(2), 1–21. <https://doi.org/10.15642/manova.v7i2.1007>

Ghoniya, N. (2016). *Menciptakan Positive Word Of Mouth Intention Melalui Reputasi, Kepuasan Relasional Dan Customer-Company Identification*. 8(1).

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi kesembilan). Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

Iswara, P. (2022, Mei). *Promosikan Produk, BSI Gelar Pameran Life with BSI Expo di Surabaya*. <https://katadata.co.id/finansial/korporasi/62902df772764/promosikan-produk-bsi-gelar-pameran-life-with-bsi-expo-di-surabaya>

Jatim Newsroom. (2024). Di HUT ke-79 Jatim, Kota Surabaya Berhasil Raih Juara Umum Syariaah Award 2024. *Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur*. <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/di-hut-ke-79-jatim-kota-surabaya-berhasil-raih-juara-umum-syariaah-award-2024>

Joesyiana, K. (2018). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru*. 4(1).

John Budiman. (2021). *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Jakad Media Publishing.

- Kadi, D. C. A., Purwanto, H., & Ramadani, L. D. (2021). Pengaruh E-Promotion, E-WOM dan lokasi terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening. *MBR (Management and Business Review)*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5833>
- Kurniawan, G. (2017). *Peran Word Of Mouth, Kepercayaan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Batik Pada Pengrajin Kampoeng Batik Jetis-Sidoarjo*. Mitra Sumber Rejeki.
- Larasati, S. D., & Saputro, E. P. (2023). The Influence Of Service Quality, Brand Image, And E-Wom On Consumer Satisfaction. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 7(2), 265–276. <https://doi.org/10.30741/adv.v7i2.1185>
- Lestari, S. S., & Arif, M. (2020). Positive Word of Mouth (WOM) Sebagai Komunikasi Pemasaran Universitas Abdurrahman Pekanbaru Saat Pandemi Covid-19. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 2(1), 30. <https://doi.org/10.24014/kjcs.v2i1.10538>
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga.
- Ma'Rifa, H. S. F. (2023). *Pengaruh Kebocoran Data (Ransomware) Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Provinsi Jawa Tengah*. Universitas Diponegoro.
- Marlina, L. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Di Koperasi Polda Jawa Barat. *Jurnal Studi Multidisipliner*, 8(No. 12).
- Mowen, J., & Minor, M. (2015). *Perilaku Konsumen* (5 Jilid 1 & 2. (Alih Bahasa Lina Salim)). Erlangga.
- Muhtarom, A., Cholidah, L. N., & Priambodo, W. (2022). Pengaruh Komunikasi Word of Mouth, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Konsumen dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepuasan Pelanggan UMKM Kerupuk Tempe pada UD Dua Putra Desa Menongo Kecamatan Sukodadi (Analisis Metode Partial Least Square (PLS) – Structural Equation Modelling (SEM)). 7(2).
- Mulazid, A. S. (2018). Analisis Pengaruh Service Quality, Customer Relationship Management dan Keunggulan Produk Tabungan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Bri Syariah. *Islamadina*, 19(1), 89–106. <https://doi.org/10.30595/islamadina.v19i1.2352>

- Nikmah, R., & Syarifudin, S. (2021). Service Quality And Corporate Image To The Customer Loyalty Of BPRS Baktimakmur Indah Sepanjang Sidoarjo. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.24252/al-mashrafiyah.v5i1.20022>
- Oktavia, V. D., Sarsono, S., & Marwati, F. S. (2022). Loyalitas Pelanggan Ditinjau Dari Pelayanan, Kepuasan Dan Kepercayaan Pada Cv Cipta Kimia Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 540. <https://doi.org/10.29040/Jie.V6i1.4656>
- Prov Jawa Timur. (2022). Lampau Nasional, Pertumbuhan Ekonomi Kota Surabaya Naik 4,29%. *Info Publik*. <https://infopublik.id/kategori/nusantara/612445/lampau-nasional-pertumbuhan-ekonomi-kota-surabaya-naik-4-29?video>
- Putri, D. A. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Atribut Produk Terhadap Perilaku Word Of Mouth Yang Di Mediasi Oleh Variabel Kepuasan Konsumen Studi Pada Nasabah Tabungan Di Bank Lampung* [Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung].
- Putri, N. K. W., & Suartina, I. W. (2024). Pengaruh Word Of Mouth terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada The Angkal Resto & Grill. *Jurnal Manajemen*.
- Qur'an Kemenag*. (t.t.). Diambil 13 Maret 2025, dari <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/17?from=84&to=111>
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan* (1 ed.). Pustaka Ilmu Yogyakarta.
- Risal, T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bmt Kampoeng Syariah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(No. 1).
- Rohana, T. (2020). Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(No. 1), 28–32.
- Saputra, F. I. (2015). Kualitas layanan, citra dan pengaruhnya terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan (studi pada PT Bank BNI 46 sentra kredit kecil Surabaya). *Jurnal aplikasi manajemen*, 11(3), 445–457.
- Saputra, I. (2017). *Pengaruh Relasi Konsumen Dan Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bpd Bali Cabang Badung*.

- Sarianti, R., & Alivia, N. (2021). *The influence of brand attitude and e-wom on brand loyalty with consumer brand identification as a mediation variable*. 3(No. 4).
- Shihab, Q. (2021). *Tafsir Al Mishbah: Vol. Jilid 7* (hlm. 535).
- Sihombing, A. (2023). Pengaruh Sistem Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Sibolga. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 3(2), 1085–1092.
- Siregar, A. I., Mappadeceng, R., & Albetris, A. (2021). The Influence of Brand Image, Trust, Electronic Word of Mouth On Consumer Loyalty of Jambi Typical Souvenirs (Outlet Tempohoyac). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i2.407>
- Sugiyono, D. (2019). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syarifudin, M. S. (2019). *Pengaruh Brand Image, Word Of Mouth, Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bank Bni Syariah Kc Surakarta)*. Nstitut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Taufikurrahman. (2022). *IMAN YANG SEMPURNA*. <https://www.pasamarinda.go.id/publikasi-publikasi/arsip-artikel/738-iman-yang-sempurna-oleh-drs-h-taufikurrahman-m-ag>
- Veronica, D. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Development*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.53978/jd.v5i1.45>
- Wang, C., & Teo, T. S. (2020). Online service quality and perceived value in mobile government success: An empirical study of mobile police in China. *International Journal of Information Management*, 52, 102076.
- Warsito, C. (2021). *Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek Toko Islami*. Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri (UIN Saizu).
- Yazid, M., & Elly, M. I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kantor BMT NU Cabang Bantaran. *JUMAD: Journal Management, Accounting, & Digital Business*, 1(4), 551–560.
- 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 (Journal Of Islamic Economics And Business)*, 3(1), 26.
<https://doi.org/10.20473/Jebis.V3i1.3599>

Zikri, A., & Harahap, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), Article 1.

Zulkarnain, R., Taufik, H., & Ramdansyah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt Bank Syariah Mu'amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A