



Contents list available at: <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index/>
Journal of Institution and Sharia Finance
Journal homepage: https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/sharia_finance



Bank Sharia Indonesia Strategy in Palopo City in Increasing Customer Loyalty

Salma Aulia

Institusi Agama Islam Negeri Palopo, Palopo, Indonesia

Article Info	Abstract
<p>Keywords: Strategy, Customer Loyalty</p> <p>Paper type: Research Paper</p> <p>*Corresponding author: salmaaulia@gmail.com</p>	<p><i>Unsatisfactory bank service will cause customers to switch to other banks, on the contrary, satisfactory bank service will make customers loyal. This study aims to determine the strategy of Indonesian Islamic banks in Palopo city in maintaining customer loyalty. this research was conducted at the Islamic Bank of Palopo city. The data collection technique is to use interviews with BSI and become informants researchers are employees and customers of BSI, documentation to collect written data. The results of this study show that the strategy used by BSI is very important through the services provided by BSI. The loyalty of customers themselves can be seen from their persistence in order to continue to use BSI services even though many other institutions offer the same product but they still survive in BSI. The quality of services provided by the bank is one of the main concerns of customers in choosing a bank.</i></p>

Cite this document:

Aulia, S. (2021). Strategi Bank Syariah Indonesia Kota Palopo dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah. *Journal of Institution and Sharia Finance*, 4 (2). 90-100. <https://doi.org/10.24256/joins.v4i2.3386>

Strategi Bank Syariah Indonesia Kota Palopo dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah

Abstrak

Pelayanan bank yang tidak memuaskan akan menyebabkan nasabah beralih pada bank lain, sebaliknya layanan bank yang memuaskan akan membuat nasabah menjadi loyal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bank syariah Indonesia kota Palopo dalam menjaga loyalitas nasabah. penelitian ini dilaksanakan di Bank Syariah kota Palopo. Teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan wawancara ke BSI dan menjadi informan peneliti adalah pegawai dan nasabah BSI, dokumentasi untuk mengumpulkan data-data yang tertulis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan BSI sangatlah penting melalui pelayanan yang diberikan oleh BSI. Loyalitas nasabah sendiri dapat dilihat dari bertahannya mereka agar tetap menggunakan jasa BSI meskipun banyaknya lembaga-lembaga lain yang menawarkan produk yang sama tetapi mereka tetap bertahan di BSI. Kualitas pelayanan yang diberikan bank adalah salah satu perhatian utama nasabah dalam memilih bank.

Keywords:

Kata kunci: Strategi, Loyalitas Nasabah

PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri perbankan nasional dari waktu ke waktu semakin menggembirakan terutama lembaga keuangan syariah. Saat ini pelaku bisnis industri perbankan sangat merasakan tingkat persaingan yang semakin ketat. Situasi yang seperti ini menjadikan suatu kewajiban bagi para pelaku bisnis untuk mendapatkan keunggulan bersaing sehingga dapat memenangkan persaingan tersebut. Pelaku bisnis industri perbankan syariah wajib memperhatikan pengaruh, kualitas jasa dan loyalitas nasabah. (Palilati, 2014)

Salah satu tantangan terbesar dalam bisnis di era global seperti saat ini adalah menciptakan dan mempertahankan kepuasan serta loyalitas nasabah, karena tidak ada perusahaan yang mampu bertahan dalam jangka panjang tanpa adanya kepuasan dan loyalitas dari nasabah. (Kadir, 2014)

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang yang beroperasi yang disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah, yang bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Daya tarik bank syariah terdapat pada perbedaan pemberian keuntungan bank kepada nasabah dengan sistem bagi hasil dan pelayanan yang terkait erat dengan karakteristik konsumen sebagai salah satu alasan agar nasabah tetap memilih jasa perbankan syariah sebagai alternatif utama dalam menabung.

Menurut UU No. 21 Tahun 2008, Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. (Marlius,

2018) Perusahaan jasa perbankan, saat ini dihadapkan pada persaingan dalam dunia perbankan antara bank konvensional dan bank syariah yang sangat tajam, kompleks dan perubahan lingkungan bisnis yang cepat. Disisi lain, perubahan lingkungan yang sangat pesat semakin mendorong kompetisi yang sedang terjadi saat ini. Salah satu indikator keberhasilan dapat dilihat dengan pencapaian loyalitas pelanggan melalui strategi pemasaran dan kepuasan pelanggan dalam hal ini yaitu nasabah bank. Loyalitas pelanggan merupakan suatu faktor penting bagi suatu perusahaan jasa perbankan untuk dapat terus bertahan dalam persaingan bisnis. (Nurhayati dan Suketi, 2016)

Jadi untuk meningkatkan kinerja perbankan dan kepercayaan nasabah, dikarenakan perbankan merupakan Bank jasa. Maka pelayanan yang diberikan harus dapat memberikan kepuasan terhadap nasabahnya. Pelayanan merupakan satu jalan untuk mempertahankan Bank agar selalu didekati dan diangkat oleh nasabah yang diberikan adalah pelayanan terbaik sehingga nasabah tersebut tidak akan pindah ke Bank lain. Selanjutnya pelayanan yang baik juga harus diikuti oleh tersediannya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan dan keakrutan data pekerjaan. Saranan dan prasaranan yang dimiliki harus dioperasikan manusia yang berkualitas juga. (Hashmi,1997)

Bank syariah Indonesia kota Palopo merupakan salah satu lembaga keuangan yang berbasis Syariah. Setelah Bank Syariah Indonesia konversi ke sistem syariah secara menyeluruh, maka BSI memerlukan perencanaan strategi demi mempertahankan nasabahnya ditengah persaingan perbankan yang ketat. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis ingin meneliti lebih lanjut terhadap strategi Bank Syariah Indonesia dalam mempertahankan loyalitas nasabahnya yang dituangkan dalam bentuk proposal penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Bank Syariah Indonesia Kota Palopo Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Nasabah”

LITERATUR REVIEW

Puji Khikmawati dalam penelitian berjudul “*Strategi Bank Syariah Mandiri KCP Pemalang Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah*”. Pada Tahun 2019, menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, dengan hasil penelitian yaitu dengan melakukan perlindungan nasabah dalam menyimpan uang, serta terdapat bentuk-bentuk loyalitas nasabah di bank syariah mandiri KCP Pemalang yaitu keinginan mereka untuk terus menggunakan jasa dari bank syariah tersebut yang ditunjukkan dengan adanya kepuasan nasabah atas layanan yang diberikan dan adanya sikap loyal dari nasabah terhadap Bank Syariah Mandiri. (Khikmawati, 2019)

Berdasarkan penelitian ini terdapat persamaan yaitu sama-sama membahas mengenai strategi bank syariah dalam menjaga loyalitas nasabah secara kualitatif. Adapun perbedaan penelitiannya terlihat pada tinjauan objek penelitian, pada penelitian in tinjauan objek penelitian terhadap Bank Syariah Mandiri KCP Pemalang, sedangkan penelitian penulis tinjauan objek penelitian terhadap Bank Syariah Indonesia Kota Palopo.

Annisa Dyah Utami dalam penelitian berjudul “Strategi Pelayanan Customer Service dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Unit Pituruh”. Pada tahun 2021, menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, dengan hasil penelitian yaitu strategi pelayanan customer service harus bersikap ramah kepada nasabah terkait kegiatan perbankan, berkonsultasi tentang produk dan menyampaikan keluhan. Jadi, customer service perlu memiliki keahlian komunikasi yang baik karena berhadapan langsung dengan nasabah yang memiliki sifat berbeda-beda. Adapun kendala saat melakukan pelayanan yaitu keterbatasan waktu, koneksi internet yang kurang bagus, dan sikap nasabah yang bervariasi. (Utami, 2021)

Berdasarkan penelitian ini terdapat persamaan yaitu sama-sama membahas mengenai strategi bank dalam menjaga loyalitas nasabah secara kualitatif. Adapun perbedaan penelitiannya terlihat pada fokus strategi dimana pada penelitian tersebut focus terhadap customer service sedangkan pada penelitian penulis focus pada pelayanan secara umum, serta pada tinjauan objek penelitian, pada penelitian ini tinjauan objek penelitian terhadap PT Bank Rakyat Indonesia Unit Pituruh, sedangkan penelitian penulis tinjauan objek penelitian terhadap Bank Syariah Indonesia Kota Palopo.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Strategi Bank Syariah Indonesia kota Palopo Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah

Strategi bank syariah Indonesia dalam menjaga loyalitas nasabah merupakan kunci sukses dan dasar untuk membangun keberhasilan bank tersebut. Oleh karena itu, segala kegiatan yang dilakukan harus berjalan dengan baik dan bermutu demi terciptanya kepuasan pelanggan. Karena pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan akan datang kembali untuk mencoba produk lain yang ditawarkan oleh bank dan berbagai kebaikan tersebut kepada rekan lain.

Adapun strategi bank syariah Indonesia kota Palopo dalam menjaga loyalitas nasabah, yaitu :

Melakukan jaminan perlindungan nasabah

Uang yang disimpan melalui LPS. Sebagaimana yang dijelaskan dalam undang-undang No. 24 Tahun 2004 tentang lembaga penjamin simpanan (LPS) yaitu berbunyi: fungsi LPS adalah menjamin simpanan nasabah penyimpan, turut aktif dalam memelihara stabilitas sistem perbankan sesuai dengan kewenangannya. (Undang-undang No. 24 Tahun 2004) dengan memberikan jaminan perlindungan simpanan akan meningkatkan kepercayaan terhadap perbankan.

Meningkatkan kualitas pelayanan

Menurut Tjiptono yang mengatakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan yang baik akan meningkatkan kepuasan nasabah sehingga bersedia untuk melakukan transaksi secara berulang. (Tjiptono, 2001)

Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung dan tidak langsung. Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk setia kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan market share suatu produk. Kualitas layanan terutama pada perusahaan jasa sangat penting dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Kualitas layanan akan menentukan performa perusahaan.

Kualitas pelayanan memegang peranan yang sangat penting guna menjamin kelangsungan hidup suatu usaha terutama perusahaan bergerak dibidang jasa. tujuan perusahaan jasa disamping untuk mendapatkan laba juga memberikan kepuasan kepada pelanggan mereka, baik itu dari segi kualitas maupun pelayanan yang mereka sediakan untuk pelanggan tersebut.

Tingkat kualitas layanan tidak dapat dilihat berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang pelanggan. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelanggan.

Adapun kualitas pelayanan yang dilakukan bank mandiri syariah adalah:

Memberikan servis yang memuaskan

Salah satu cara bank mandiri syariah agar penjualan jasa atau produknya lebih unggul adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan bermutu yang memenuhi tingkat konsumen. tingkat kepentingan konsumen terhadap jasa yang akan mereka terima dapat dibentuk berdasarkan pengalaman dan saran yang mereka peroleh. Konsumen memilih pemberi jasa berdasarkan peringkat kepentingan, dan setelah menikmati jasa tersebut mereka cenderung akan membandingkannya dengan yang mereka harapkan.

Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilihan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. (Soegito, 2007)

Suatu pelayanan yang baik sangatlah penting dalam suatu perbankan karena disitu juga sebagai bentuk promosi bagi calon-calon nasabah. service yang memuaskan bagi suatu pelayan untuk memenuhi kepuasan nasabah agar mendapatkan apa yang mereka inginkan dengan mudah bahkan mendapatkan lebih dari apa yang diinginkan maka dari service yang baik sangat diharapkan oleh nasabah.

Apabila dalam suatu perusahaan pelayanan tidak baik atau kurang memuaskan maka nasabah enggan untuk bersosialisasi dengan suatu perusahaan tersebut. pelayanan yang begitu ramah dan baik adalah sangat dinomor satukan oleh pelanggan ataupun nasabah. nasabah akan malas apabila dalam sebuah perusahaan tidak melayani dengan baik.

Meningkatkan kepercayaan nasabah

Kepercayaan nasabah dapat dibangun dari sikap karyawan yang mengedepankan kejujuran dan tidak mengambil keuntungan jangka pendek sehingga hubungan yang telah terjalin dengan nasaba dapat dipertahankan.

Menurut Mowen mengatakan kepercayaan nasabah adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah dan semua kesimpulan yang dibuat nasabah tentang objek, atribut, dan manfaatnya. (Mowen, 2002)

Melakukan hubungan personal

Hubungan personal yang dilakukan oleh bank mandiri syariah adalah dengan menjalin hubungan kekeluargaan. Hubungan yang lebih mengutamakan pertemuan langsung dengan nasabah agar komunikasi tetap baik.

Hubungan antar manusia adalah interaksi antar seseorang dengan orang lain dalam situasi kerja dan dalam organisasi kekerjaan. Ditinjau dari kepemimpinannya, yang bertanggungjawab dalam suatu kelompok merupakan interaksi orang-orang menuju situasi kerja yang memotivasi untuk bekerja sama secara produktif, sehingga dicapai kepuasaan ekonomi, psikologis dan sosial. (Davis, 2000)

Melakukan hubungan yang saling menguntungkan

Loyalitas pelanggan tentunya tidak hanya menuntungkan satu pihak aja melainkan kedua belah pihakpun diuntungkan, pihak pelanggan diuntungkan karena kenyamanan, kemudahan dan segala faktor yang menunjang dari produk atau jasa tersebut. begitu juga pihak perusahaan atau produsen, dengan kesetiaan pelanggan tersebut akan menamba income yang didapat oleh sebuah perusahaan demi keberlangsungan hidup sebuah perusahaan.

Pola kemitraan secara umum untuk dapat diartikan sebagai bentuk kerja sama yang saling menguntungkan antara dua pihak atau lebih untuk mencapai tujuan bersama. Kemitraan adalah suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk menarik manfaat bersama sesuai prinsip saling membutuhkan dan saling mengisi kesepakatan yang muncul. (Hafsah, 13).

Meningkatkan acara-acara special

BSI kota Palopo dalam menjaga loyalitas nasabanya dengan tetap mengingatkan nasabah mengenai acara-acara penting, bahkan pihak BSI akan memberikan ucapan selamat terhadap acara-acara tersebut dan pihak bank juga akan memberikan hadiah kepada nasabah yang roya. Contohnya ucapan selamat ulang tahun dan selamat tahun baru. Dengan melakukan cara ini nasabah akan merasa senang dan akan tetap loyal di BSI. Program loyalitas pelanggan dapat ditawarkan perusahaan melalui program frekuensi, program frekuensi adalah suatu program yang dirancang untuk memberikan penghargaan atau ucapan kepada pelanggan yang membeli dan jumlah yang besar. Program ini dapat membantu membangun loyalitas jangka panjang dengan pelanggan. (Philip dan Keller). Selain melihat dari segi pelayanan yang diberikan BSI kota Palopo

kepada nasabah, hal lain yang dapat meningkatkan loyalitas nasabah yaitu dari segi produk jasa yang ditawarkan kepada nasabah. Produk yang ditawarkan nasabah yaitu produk-produk yang memang menjadi produk unggulan yang ada di PT. Bank Syariah Indonesia Kota Palopo. Produk yang diberikan disesuaikan dengan kebutuhan nasabah terkait produk yang ingin dipergunakannya. Hal ini diharapkan agar nasabah dimudahkan dalam menggunakan produk yang dibutuhkan. Untuk menjaga kualitas produk dari segi pelayanan maupun kepuasan nasabah BSI pun mempersiapkan sistem manajemen produk sehingga mutu dan kualitas produk tetap terjaga.

Adapun contoh produk-produk unggul yang dimiliki oleh BSI kota Palopo antara lain pada tabungan yaitu Tabungan Mudharabah, dimana keunggulan dari produk ini adalah gratis biaya Tarik tunai diseluruh ATM BSM serta ATM Bank Mandiri, kemudahan dalam bertransaksi melalui mobile banking ataupun net banking dan tentunya bebas biaya administrasi, sehingga nasabah tidak khawatir lagi akan biaya administrasi setiap bulannya seperti di bank lainnya. Produk lainnya yang berkaitan dengan pembiayaan yaitu BSI Mitraguna Berkah yakni memiliki keunggulan limit pembiayaan dokter sampai dengan Rp. 2 Miliar, dan pegawai sampai dengan Rp.1.5 miliar, dengan tenor hingga 15 tahun, serta prosesnya mudah dan cepat dan angsurannya yang ringan dan tetap. Dan produk lainnya dalam kategori Giro yaitu BSI Giro Pemerintah dengan keunggulan yaitu dapat dijadikan sebagai agunan, system bagi hasil setara dengan saving account sesuai saldo rata-rata nasabah dan akan mendapatkan account statement setiap bulannya.

Analisis Bentuk-bentuk Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia kota Palopo

Loyalitas nasabah adalah kunci sukses suatu usaha dalam menjalani hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggannya. Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya. (Hurriyati) Demikian pula dengan bank syariah Indonesia kota Palopo yang berupaya untuk menjalani hubungan kerjasama tersebut dengan sebaik-baiknya dengan para nasabahnya. Dari hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan peneliti pada bank syariah Indonesia kota Palopo tentang bentuk-bentuk nasabah maka selanjutnya peneliti akan menganalisis dan membahas data tersebut.

Melakukan pembelian secara teratur

Nasabah yang melakukan pembelian produk secara teratur adalah termasuk nasabah yang loyal. Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih. Tingkat kepuasan terhadap toko akan mempengaruhi mereka untuk melakukan pembelian kembali. (Jill, 2002)

Melakukan pembelian disemua produk atau jasa

Nasabah membeli semua produk atau jasa yang ditawarkan dan yang mereka butuhkan. Mereka membeli secara teratur, hubungan jenis pelanggan ini sudah kuat dan berlangsung lama, dan membuat mereka tidak terpengaruh produk pesaing.

Merekomendasikan produk kepada orang lain

Adanya kepuasan pelanggan akan dapat menjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen. menciptakan dasar yang baik bagi pembeli ulang serta terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan.

Menunjukkan kebebasan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing

Produk dan layanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas produk dan layanan yang diberikan perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Kemauan nasabah untuk tetap memanfaatkan pelayanan yang disediakan oleh perusahaan dimasa datang dan enggan untuk beralih sebagai pelanggan tersebut.

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa bentuk-bentuk loyalitas nasabah adalah cenderung pelanggan untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut secara berulang-ulang, kemudian pelanggan tersebut akan menyampaikan dan merekomendasikan kepada orang lain atas produk atau jasa yang telah diterimanya. Pada akhirnya pelanggan akan setia kepada produk atau jasa tersebut serta menolak produk atau jasa sejenis yang ditawarkan oleh perusahaan yang berbeda.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa penelitian dengan judul “Strategi Bank “Syariah Indonesia Kota Palopo Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Nasabah: yaitu sebagai berikut: Strategi bank syariah Indonesia kota Palopo dalam menjaga loyalitas nasabah yaitu melalui pelayanan dan juga produk yang diberikan kepada nasabah. Dari segi pelayanan yang diberikan berupa melakukan jaminan perlindungan kepada nasabah yan berupa perlindungan atas uang yang disimpan melalui LPS sehingga nasabah akan merasa nyaman menyimpan uangnya di bank mandiri syariah kota Palopo karena ada hukum yang melindungi, memberikan kualitas pelayanan berupa pelayanan yang ramah dan baik kepada nasabah karena memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah adalah kunci sukses dalam bisnis sehingga timbul tingkat kepercayaan nasabah terhadap BSI Kota Palopo, menjalin hubungan secara personal sehingga timbul rasa kekeluargaan dengan nasabah serta hubungan yang saling menguntungkan antar kedua pihak, dan menandai hingga ikut merayakan hari-hari penting nasabah Bank Syariah Kota Palopo. Sedangkan dari segi produk, produk yang ditawarkan kepada nasabah merupakan produk unggulan yang ada di BSI Kota Palopo, contohnya pada produk tabungan satu diantaranya yaitu Tabungan

Mudharabah, produk pembiayaan yaitu BSI Mitraguna Berkah dan produk giro yaitu BSI Giro Pemerintah. Bentuk-bentuk loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia Kota Palopo dapat yaitu : (1) adanya keinginan nasabah dalam melakukan pembelian secara teratur, (2) nasabah melakukan pembelian disemua produk atau jasa yang ditawarkan, (3) nasabah cenderung merekomendasikan produk tersebut ke orang sekitarnya dan (4) nsabah akan menunjukkan daya tarik produk sejenis dari produk pesaing lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Hasymi All (1997) American Institute Of Bancing, Dasar-Dasar Operasional Bank, (Jakarta, Media)
- Adhim Bari, wawancara pada tanggal 17 maret 2020
- Ali Hasan (2010) Marketing Bank Syariah, Bogor : Ghalis Indonesia..
- Alida Palilati (2014)“Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan”, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.
- Andre Nusawangsa Sandewang, wawancara pada tanggal 23 maret 2020
- Andi Julita (2014) Analisis Pengaruh Citra, Pelayanan, Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Palopo, Skripsi, (Palopo, STAIN Palopo).
- Anonim, 4 Faktor yang Mempengaruhi Terbentuknya Loyalitas Pelanggan, <http://portalpengusaha.com/marketing.4-faktor-yang-mempengaruhi-terbentuknya-loyalitas-pelanggan>, diakses pada tanggal 10 /01/ 2020
- Anonim, Loyalitas Konsumen, [http://Untro wordpress.com](http://Untro.wordpress.com) 2009/09/11/loyalitas konsumen. di akses tanggal 24/01/2020
- Ariyanti Sunarno (2011) Pengaruh Kualitas Pelay anan Frontliner terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BTN Syariah Cabang Bandung, Skripsi, (Universitas Islam Bandung)
- Bank Mandiri Syariah, wawancara pada tanggal 17 maret 2020
- Bagyo Mujiharjo, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya Terhdap Loyalitas Pelanggan, Indonesia Journal Of Marketing Science, vol.5,no.2,pp.(Universitas Diponegoro)
- Budi Setiawan, M., & Ukudi, U. (2007) Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Pd. Bpr Bank Pasar Kendal). Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE).
- Christopher Lovelock (2010) Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia (Jakarta:Erlangga)
- Crown Dirgantoro (2001) Manajemen Stratejik, (Jakarta:Grasindo)
- Departemen Agama RI, (2008) Al-Qur'an dan Terjemahnya, Bandung: CV Penerbit Diponegoro)
- Departemen Agama RI (2007) Al Qur'an dan Terjemahnya, Bandung: Syaamil Al Qur'an.
- Didin Hafidhuddin (2003) Manajemen Syariah dan Praktik, Jakarta:Gema insani. Djaslim
- Saladin (1994) Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Bank, Jakarta:CV.Rajawali.

- Edy Wibowo (2005) Mengapa Memilih Bank Syariah, Bogor:Ghalia Indonesia Faisal Afif (1984), Strategi Menurut Para Ahli, Bandung:Angkasa
- Fandy Tjiptono (2001), Manajemen Jasa , Yogyakarta: Andi
- Griffin Jill (2002) Customer Loyalty Terjemahan Dwi Kartini Yahya(Jakarta:Erlangga.
- Hasrida Kadir (2014) “Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Palopo”, skripsi, (Palopo, STAIN Palopo)
- Hendradimanja, A, Pemasaran bank: Performa Customer service Pembinaan Serius dan Peningkatan Performa,
<http://agushendradimadja.blogspot.co.id./2009/08/pemasaran-bank-performa-customer.html> diakses tanggal 24/01/2020
- Hendrawan, Definisi Loyalitas Nasabah dari <http://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/2009/11/10/definisi-loyalitas-pelanggan>, diakses tanggal 20/01/2020
- Hermawan Kartajaya (2006) Syariah Marketing, (Bandung: mizan)
- Heri Sudarsono (2008) Bank & Lembaga Keuangan Syariah Cetakan ke-2 (Yogyakarta:Ekonisa)
- Herry Sutanto, Manajemen Pemasaran Syari’ah.
- Indriyo Gitosudarmo (2001) Manajemen Strategis, (Yogyakarta:BPFE-UGM) James G.Barne (2003) Secrets of Customer Relationship Manajemen, Yogyakarta: Andi.
- John C. Mowen (2002) Perilaku Kondumen Alih Bahasa Lina Salim ,Jakarta:Erlangga.
- Keith Davis (2000) Perilaku dalam Organisasi, Alih Bahasa Agus Darman, Jakarta:Erlangga.
- Kasmir (2010) Manajemen Perbankan. (Jakarta: Rajawali pers) Kasmir (2005) Pemasaran Bank (Jakarta).
- Komaruddin (1994) Kampus Perbankan, Jakarta:CV.Rajawali, 1994. Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran Jilid 10
- Marlius, D. (2018) Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat Dari Kualitas Pelayanan. Jurnal Pundi.
- Moh. Nazir (2014) Metode Penelitian, (Bogor: Ghalia Indonesia) Muhammad (2014) Manajemen Bank Syariah, (Jakarta : Rajawali Pers)
- Muhammad Jafar Hafsa (2000) Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi, Jakarta:Pustaka Sinar Harapan.
- Philip Kotler, dan A.B Susanto (1999) Manajemen Pemasaran di Indonesia. Jilid II, Jakarta: Salemba Empat.
- Philip Kotler (2005) Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II, Jakarta:PT.Indeks
- R. Lukman Fauroni (2006) Etika bisnis dalam AL-Qur’an, Yogyakarta: Pustaka pesantren.
- Rambat Lupiyodo (2006) Manajemen Pemasaran Jasa. (Jakarta: salemba Empat) Ratih Hurriyati, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen.

- Ridayani, wawancara pada tanggal 28 september 2021 Riska, wawancara pada tanggal 28 september 2021 Salmi, wawancara pada tanggal 28 september 2021 Sapira, wawancara pada tanggal 28 september 2021
- Sartika Andini, wawancara pada tanggal 28september 2021
- Siagian P. Sondang (2004) Manajemen Strategi, Jakarta:bumi aksara
- Sri Khaerani (2018) Strategi Bank Syariah Mandiri Cabang Mataram Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah. Jurnal Cendekia.
- Soegito (2007) Marketing Reasech: Panduan Bagi Manajer, Pemimpin Perusahaan Organisasi,Jakarta:Elex Media Komputindo.
- Sugiyono (2011) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Cet. XIII; Bandung: Alfabeta)
- Sultan Remy Shahdeiny (2007), Perbankan Islam, Jakarta:PT Pusat Utara Grafiti
- Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah., Pasal 3
- Undang-undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sisdiknas