

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. & Joachimsthaler, E. (2000). *The Brand Relationship Spectrum: The Key to the Brand Architecture Challenge*. *California Management Review*.
- Akyuwen, R. (2020). *Lebih Mengenal Digital Banking Manfaat, Peluang dan Tantangan* (Yogyakarta: Sekolah Pascasarjana UGM).
- Alfiatin, A., Handayani, Y. I., & Dimiyati, M. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Menabung Dengan Reputasi Sebagai Variabel Intervening Pada Bank BNI KCP. Univ. Jember. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 17(2).
- Argenti, P. Aand Druckenmiller, B. (2004). *Reputation And The Corporate Brand*, *Corporate reputation Review* 6 (4),
- Artha, C.M. (2020). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Internet Banking Bank Syariah Di Surabaya Dan Sidoarjo, (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya).
- Aurellia, P. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Digital Banking dan Nisbah Bagi Hasil Tabungan Mudharabah terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Medan Iskandar Muda 2 (*Doctoral dissertation*, Universitas Medan Area).
- Bachri, N. (2018). *Loyalitas Nasabah Bank Syariah* (Aceh: CV. Sefa Bumi Persada).
- Basoeky, U. dkk, (2021). *Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Berbagai Aspek Kehidupan Masyarakat* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia).
- BSI, Bank, “*Sejarah Perusahaan*”, Artikel diakses dari <https://www.bankbsi.co.id/>, pada tanggal 26 Februari 2024.

- BSI, Bank, “*Visi dan Misi*”, Artikel diakses dari <https://www.bankbsi.co.id/>, pada tanggal 26 Februari 2024.
- Casey, B. *Expectations And Reputations Go Hand in the Hand. Retailing Today*.
- Cindy, A. (2022). Pengaruh Pengungkapan Islamic Corporat Social Responsibility (ICSR) Terhadap Reputasi Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) Periode 2017-2020. Diss. UIN Raden Intan Lampung, (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Charles, Fombrun, (1996). *Reputation: Realizing Value From the Corporate Image*. Cambridge: Harvard Business School Press.
- Fitri, Y. (2020). Pengaruh Reputasi dan Produk Bank Terhadap Keputusan Menabung pada Bank Muamalat Palopo. Diss. Institut agama islam Negeri (IAIN Palopo).
- Gaffar, Vanessa. (2007). *Costumer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Bandung: Alfabeta.
- Ginanjari, M. G., Rasbi, M., Tahir, A., & Ali, L. A. (2024). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Diskon Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pascasarjana IAIN Palopo. *Moneta: Jurnal Manajemen & Keuangan Syariah*, 2(2).
- Greyser, A. Stephen. (1999). *Corporate Reputations As Economic Assets*, California Management Review.
- Griffin. 2005. *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Hasriani, H. (2023). Pengaruh Reputasi Bank dan Produk Bank Terhadap Keputusan Menabung pada Bank BSI. Diss. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.
- Hermanto, (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan* (Surabaya: CV. Jakad Publishing).

- Hie, B. P. (2021), *Panduan Transformasi Digital Bank di Indonesia* (Malang: Media Nusantara Creative).
- Husnah, N. (2023). Pengaruh Layanan Prima Dan Reputasi Bank Terhadap Kepercayaan Nasabah. *Indonesian Scientific Journal of Islamic Finance*, 1(2).
- Indonesia, CNN. (2023). *Lockbit 3.0 Diduga Curi Data dan Password 15 Juta Nasabah*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230513102703-92-949058/lockbit-30-diduga-curi-data-dan-password-15-juta-nasabah-bsi>.
- Istan, M., & Saputra, A. D. (2023). Strategi Layanan Digitalisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Curup dalam Menjaga Loyalitas Nasabah (*Doctoral dissertation*, Institut Agama Islam Negeri Curup).
- Kane, C. Gerald. (2015), "Staretegy, Not Technology, Drives Digital Transformation." MIT Sloan Management Review
- Kussujaniatun, S., (2022). *Digitalisasi Layanan Keuangan Pada Lembaga jasa keuangan Mikro* (Yogyakarta: Zahir Publishing).
- Lailatun, L.N., (2024), Pengaruh Kualitas nasabah, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna BSI Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia Di Kota Semarang. Diss. STIE Bank BPD Jateng.
- Royani, A. Margi. (2020), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada KC Bank Muamalat Purwokerto). Institut Agama Islam Purwokerto.
- Mamun, S., & Ningsih, T. H. (2021). Implementasi Strategi Layanan Teknologi Digital Banking dan Service Quality dalam Perspektif Nasabah pada Perbankan Syariah (Study kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Tomang). *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02).

- Manap, A et al, (2023), *Manajemen Pemasaran Jasa* (Konsep Dasar dan Strategi) (Purbalingga: Eureka Media Aksara).
- Marconi, J. (2002), *Beyond Branding*. Malaysia: Prentice Hall.
- Marlyna, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Panin, Tbk. Di Kota Batam (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1).
- Nurdiah, S. (2023). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan dan Lokasi Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Kantor Cabang Adisucipto Yogyakarta.
- Novrianda, H., Fitri, M., & Fuadi, S. (2023). Reputation Dan Relationship Marketing Terhadap Customer Loyalty Pada Bank Mega Syariah Di Kota Bengkulu. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 17(2).
- Oliver, R.L. (1999). *Whence Consumer Loyalty? Journal of Marketing*, (special issue).
- Otoritas Jasa Keuangan (2018), POJK Nomor 12/POJK.03 2018, “*Tentang Penyelenggara Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum*”, Ojk RI.
- Priadana, S & Denok S, (2021), *Metode Penelitian Kuantitatif* (Cipayung: Pascal Books).
- Rahayu, S. S. (2020). Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Manfaat yang Dirasakan dari Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Surabaya dan Sidoarjo (*Doctoral dissertation*, STIE Perbanas Surabaya).

- Rahman, M. T. (2023). Loyalitas Nasabah dari Citra Merek dan Kepercayaan Merek Bank Syariah Indonesia cabang Jombang. *JoEMS (Journal of Education and Management Studies)*, 6(3).
- Ramlah, R., Bakri, A. N., & Munir, N. F. (2020). Perception of Sharia Banks Comparison Between Baby Boomers Generations and Millennial Generations. *Jurnal Iqtisaduna*, 43-52.
- Sahyu, S. (2023). Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital Bank Syariah Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Kabanjahe (*Doctoral dissertation*).
- Setiagraha, Dika, Ilham Prawidi Sakti, and Mail Hilian Batin. (2023), Pengaruh Layanan Digital Mobile Banking dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting* 4.1.
- Setiawan, E. I., Surahman, E., & Rifuddin, B. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada PT. Semen Tonasa, Tbk di Kota Palopo. *Jurnal of Islamic Economic and Bussiness*, 2(2).
- Sihabudi, (2021). *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktek Berbasis SPSS* (Banyumas: CV. Pena Persada).
- Singgih, C. T. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Syariah Di Kabupaten Jombang Yang Dimediasi Variabel Kepuasan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(2).
- Siregar, I. N. (2022). Pengaruh Syariah Compliance, Promosi dan Teknologi Terhadap Reputasi Bank Syariah Indonesia dan Dampaknya terhadap Loyalitas Nasabah. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1).

- Siregar, M. R. H., & Sihotang, M. K. (2023). Pengaruh Reputasi Dan Pembiayaan Murabahah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BPRS Puduarta Insani. *Business and Investment Review*, 1(4).
- Sriani, (2020), Peluang dan Tantangan Bank Syariah di Era Industri. Transformasi: *Jurnal Studi Agama Islam*.
- Subhan, M. 2006. *Analisis Faktor-faktor Yang Berpengaruh Terhadap Reputasi Suatu Perusahaan*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Sugiyono, (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta).
- Sugiyono, (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta).
- Sutojo, S, (2004). *Membangun Citra Perusahaan* (Jakarta: PT Damar Mulia Pustaka).
- Spss Indonesia, “Cara Melakukan Uji F Simultan dalam Analisis Regresi Linear Berganda”, Mei 26, 2023, <https://www.spssindonesia.com/2016/08/cara-melakukan-uji-f-simultan-dalam.html>.
- Tusyanah, (2022). *Eksplorasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Adopsi Transaksi Nontunai Dengan Model Utaut Pada Generasi Millennial* (Pasuruan: Qiara Media).
- Wahyuddin, (2023). *Layanan Digital di Era 5.0* (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi).
- Wahyudi, D, (2023), Pengaruh Reputasi dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Panorama).”Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Fatmawari Sukarno Bengkulu.

- Wallin, A. T. (1994). Satisfaction, Loyalty, and Reputation as Indicators of Customer Orientation in the Public Sector, *International Journal of Public Sector Management* Vol 7.
- Wardani, N. K. (2023). Pengaruh Pengalaman Nasabah Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Warsito, C, (2021). *Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek Toko Islami* (Purwokerto: STAIN Press).
- Warta, W, (2017). *Manajemen Reputasi*. Bandung: Simbiosis Rakatama Media.
- Wibowo, S. H., (2023). *Teknologi Digital di Era Modern* (Padang: PT. Global Eksekutif Tekonologi).
- Windi, (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada BSI Kota Palopo).
- W.W, Chin, (2003). *The Partial Least Square Aproach to structural Equation Modeling Modern Methods for Business Research*.
- Zahriyah, A, (2021). *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi SPSS* (Jember: Mandala Press).
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. and Gremler, D. D. (2009), *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, 5th edition, New York: McGraw-Hill*.

**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**



**KUESIONER PENELITIAN**

**PENGARUH REPUTASI BANK DAN LAYANAN DIGITAL TERHADAP  
LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DI KOTA  
PALOPO**

---

Kepada Yth. Saudara(i)  
Nasabah Bank BSI KCP Ratulangi Palopo  
Di tempat

Assalamu'alaikum wr.wb.

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, maka saya ingin mengadakan penelitian mengenai loyalitas nasabah dengan judul "Pengaruh Reputasi Bank dan Layanan Digital Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Palopo". Sehubungan dengan itu, saya membutuhkan sejumlah data untuk diolah dan kemudian akan dijadikan sebagai bahan penelitian melalui kerjasama dan kesediaan saudara(i) mengisi kuesioner ini dengan sungguh-sungguh agar didapatkan data yang valid.

Atas perhatian dan kesediaan saudara(i) sekalian mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

**IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nama nasabah
2. Usia
3. Pendidikan terakhir:
  - a. SMA
  - b. Diploma

- c. S1
- d. S2
- 4. Pekerjaan:
  - a. PNS
  - b. Karyawan swasta
  - c. Wiraswasta
  - d. IRT
  - e. Mahasiswa
  - f. Belum bekerja
- 5. Jenis kelamin:
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan

### Lampiran 1: Daftar Pernyataan

#### A. Reputasi Bank

No	Pernyataan	SB	B	TB	STB
<b>Nama baik</b>					
1	Seberapa baik bank BSI memiliki nama baik yang kuat dan terpercaya di kalangan masyarakat				
2	Penilaian Anda tentang bank BSI telah menjadi bagian dari citra dan identitas perbankan di Indonesia				
<b>Dikenal luas</b>					
1	Seberapa baik bank BSI memiliki reputasi yang kuat dan dikenal luas di masyarakat				
2	Penilaian Anda tentang bank BSI merupakan salah satu bank yang dikenal luas di masyarakat				
<b>Kemudahan diingat</b>					
1	Seberapa baik Anda mengingat nama bank BSI ketika membutuhkan layanan perbankan				
2	Bagaimana penilaian Anda terhadap logo atau merek bank BSI dalam hal kemudahan diingat				

## B. Layanan Digital

No	Pernyataan	SB	B	TB	STB
<b><i>Efficiency</i></b>					
1	Seberapa efisien menurut Anda sistem online atau mobile banking yang disediakan oleh bank BSI				
2	Bagaimana penilaian Anda terhadap kecepatan tanggapan dari layanan digital bank BSI dalam menangani keluhan atau masalah Anda				
<b><i>Fulfillment</i></b>					
1	Bagaimana ketersediaan fitur-fitur layanan yang ditawarkan dalam platform digital di bank BSI				
2	Bagaimana layanan digital bank BSI menyediakan pesanan yang memadai				
<b><i>System availability</i></b>					
1	Bagaimana penilaian Anda terhadap ketersediaan layanan <i>mobile banking</i> dari bank BSI				
2	Bagaimana pengalaman Anda dengan ketersediaan sistem saat melakukan transaksi perbankan dalam jam sibuk, misalnya saat akhir pekan atau pada hari libur				
<b><i>Privacy</i></b>					
1	Bagaimana pengalaman Anda dengan sistem keamanan seperti otentikasi dua faktor atau enkripsi data yang digunakan oleh bank BSI dalam layanan digital				
2	Seberapa baik bank BSI menjaga privasi data pribadi Anda				