

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh penerapan *sharia governance* terhadap loyalitas nasabah dengan variabel kepuasan sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BNI Syariah KC Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan data primer. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 47 responden. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS 16.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *sharia governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar 84,4 %, dengan kata lain semakin baik penerapan *sharia governance* maka loyalitas nasabah pun akan semakin meningkat. Begitu juga dengan variabel kepuasan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar 16 %. Semakin nasabah tersebut puas dengan bank maka nasabah pun akan semakin loyal. Adapun variabel kepuasan memoderasi pengaruh penerapan *sharia governance* terhadap loyalitas nasabah sebesar 51,2 %. Jenis moderasi yang terbentuk dalam penelitian ini adalah quasi moderasi dimana kepuasan dapat memoderasi hubungan antara variabel independen (*sharia governance*) dengan variabel dependen (loyalitas nasabah) namun dapat juga bertindak sebagai variabel independen.

Kata Kunci : Sharia Governance, Loyalitas, Kepuasan

ABSTRACT

This research aims at testing the influence of the implementation of sharia governance towards customer loyalty with satisfaction variable as moderation variable. The population in this research was all customers of BNI Syariah of Yogyakarta Branch Office. The method used in this research was quantitative with primary data. The sample collection technique in this research used accidental sampling technique. The respondents involved in this research were 47. The analysis tool used was SPSS 16.0. The result of the research shows that the implementation of sharia governance has positive and significant influence towards customer loyalty as much as 16%. The more satisfied the customers towards the bank are, the more loyal the customers are. Meanwhile, the satisfaction variable moderates the influence of the implementation of sharia governance towards customer loyalty as much as 51.2%. The kind of moderation formed in this research is quasi moderation in which satisfaction can moderate the relationship between independent variable (sharia governance) and dependent variable (customer loyalty) that also can act as independent variable.

Keywords: *Sharia Governance, Loyalty, Satisfaction*