

## ABSTRAK

Selama bertahun-tahun industri di dunia perbankan syariah semakin berkembang. Salah satunya adalah Bank Syariah Indonesia. Persaingan terbesar suatu perusahaan adalah mempertahankan nasabah saat ini agar tidak beralih ke bank lain. Tujuan asal penelitian ini artinya buat mengetahui imbas penanganan keluhan dan gambaran perusahaan terhadap loyalitas nasabah menggunakan kepuasan menjadi variabel intervening. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan sumber data primer berupa tanggapan responden. Jumlah populasi sebanyak 50.126 nasabah dan sampel berjumlah 90 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *accidental sampling* dan teknis analisis data menggunakan *path analysis*. Hasil penelitian berdasarkan analisis data bisa disimpulkan bahwa Penanganan Keluhan (X1) berpengaruh positif serta signifikan terhadap Kepuasan (Z) di Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Palembang Sudirman, menggunakan t hitung > t tabel bernilai (2,394 > 1,66256) serta nilai sig. sebanyak 0,019 < 0,05. *Corporate Image* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan (Z) pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Palembang Sudirman, yang diperoleh nilai t hitung > t tabel (3,303 > 1,66256) menggunakan jumlah Sig. sebanyak 0,001 < 0,05. Penanganan Keluhan (X1) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Loyalitas nasabah (Y) Bank Syariah Indonesia KC Palembang Sudirman, dengan memperoleh nilai t hitung < t tabel yaitu 1,079 < 1,66277 dengan nilai Sig. sebanyak 0,284 > 0,05. *Corporate Image* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y) Bank Syariah Indonesia KC Palembang Sudirman, yang membagikan t hitung > t tabel yaitu 2,088 > 1,66277 dengan nilai Sig. Sebesar 0,040 < 0,05. Kepuasan (Z) berpengaruh positif serta signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y) Bank syariah Indonesia KC Palembang Sudirman, dengan nilai t hitung > t tabel yaitu 7,892 > 1,66277 dengan nilai Sig. Sebesar 0,000 < 0,05. Penanganan Keluhan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y) melalui Kepuasan (Z) menjadi variabel *Intervening* (Z) di Bank Syariah Indonesia KC Palembang Sudirman, dengan t tabel > t hitung yaitu senilai 2,403 > 1,66235. *Corporate Image* (X2) berpengaruh positif serta signifikan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan (Z) sebagai Variabel *Intervening* di Bank Syariah Indonesia KC Palembang Sudirman, dimana memperoleh nilai t tabel > t hitung yaitu sebesar 2,061 > 1,66235.

Kata Kunci : Penanganan Keluhan, citra perusahaan, Kepuasan serta Loyalitas Nasabah.