

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis atau mengetahui bagaimana pengaruh pelayanan prima dan etika bisnis islam terhadap *customer retention* dengan kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening* pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang karena tidak semua nasabah menganggap pelayanan prima dan etika bisnis islam mampu membuat nasabah bertahan, dengan kepuasan nasabah sebagai pembuktian untuk membuat nasabah menjadi *customer retention* pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang yang berjumlah 3.853 nasabah, penelitian ini menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner yang disebar ke 97 responden, selanjutnya dilakukan analisis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM)

Hasil dari uji analisis data, variabel Pelayanan Prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Retention* pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang. Variabel Etika Bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Retention* pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang. Variabel Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Retention* pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang. Variabel Pelayanan Prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang. Variabel Etika Bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang. Variabel Kepuasan Nasabah mampu memediasi pengaruh Pelayanan Prima terhadap *Customer Retention* pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang. Variabel Kepuasan Nasabah tidak mampu memediasi pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap *Customer Retention* pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang.

Kata kunci : Pelayanan Prima, Etika Bisnis Islam, *Customer Retention*,
Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

This research aims to analyze or find out how excellent service and Islamic business ethics influence customer retention with customer satisfaction as an intervening variable at Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang because not all customers think that excellent service and Islamic business ethics are able to make customers stay, with customer satisfaction as proof to make customers become customer retention at Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang.

This research uses quantitative methods. The population in this research is all savings customers at Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang, totaling 3,853 customers. This research uses primary data through distributing questionnaires distributed to 97 respondents, then analysis is carried out using the Structural Equation Model (SEM).

The results of the data analysis test show that the Excellent Service variable has a positive and significant effect on Customer Retention at Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang. The Islamic Business Ethics variable has a positive and significant effect on Customer Retention at Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang. The Customer Satisfaction variable has a positive and significant effect on Customer Retention at Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang. The Excellent Service variable has a positive and significant effect on Customer Satisfaction at Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang. The variable Islamic Business Ethics has a positive and significant effect on Customer Satisfaction at Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang. The Customer Satisfaction variable is able to mediate the influence of Excellent Service on Customer Retention at Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang. The Customer Satisfaction variable is unable to mediate the influence of Islamic Business Ethics on Customer Retention at Bank Syariah Indonesia KCPalembang Demang.

Keywords: Excellent Service, Islamic Business Ethics, Customer Retention, Customer Satisfaction