

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh implementasi syariah governance terhadap loyalitas nasabah. Objek dalam penelitian ini adalah perbankan syariah di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda dengan program SPSS 15. Pengujian kualitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, sedangkan pengujian hipotesis menggunakan metode analisis uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji t), hipotesis 1 yang menyatakan bahwa transparansi berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam penelitian ini **ditolak**. Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa akuntabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam penelitian ini **ditolak**. Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa tanggung jawab berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam penelitian ini **ditolak**. Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa kemandirian berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam penelitian ini **ditolak**. Hipotesis 5 yang menyatakan bahwa keadilan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam penelitian ini **diterima**. Hipotesis 6 yang menyatakan bahwa *syariah compliance* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam penelitian ini **diterima**.

Kata kunci: Transparansi, Akuntabilitas, Tanggung Jawab, Kemandirian, Keadilan, *Syariah Compliance*, *Syariah Governance*, Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

The research aims to examine the effect of sharia governance implementation on customer loyalty. The research used purposive sampling method. The analysis tool used is multiple regression with SPSS 15. Testing the quality of the data used in this research is a classic assumption test, while the hypothesis testing used the t test analysis method.

The results partial (t test) showed that the hypothesis 1 expressing that the transparency doesn't has a positive significant effect on customer loyalty. Hypothesis 2 expressing that the accountability doesn't has a positive significant effect on customer loyalty. Hypothesis 3 expressing that the responsibility doesn't has a positive significant effect on customer loyalty. Hypothesis 4 expressing that the independency doesn't has a positive significant effect on customer loyalty. Hypothesis 5 expressing that the fairness has a positive significant effect on customer loyalty. Hypothesis 6 expressing that the syariah compliance has a positive significant effect on customer loyalty.

Keywords: *Transparency, Accountability, Responsibility, Independency, Fairness, Syariah Compliance, Syariah Governance, Customer Loyalty*