ABSTRAK

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat baik. Menurut Otoritas Jasa Keuangan di situsnya OJK (2020) pada tahun 2019 di Indonesia terdapat 14 Bank Umum Syariah dan 20 Bank Umum Konvensional yang memiliki Unit Usaha Syariah Syariah yang beroperasi sampai saat ini. Terlebih pertumbuhan aset Bank Syariah yang signifikan setiap tahunnya. Bank Syariah perlu keunggulan dalam persaingan yang kompetitif, dalam memperkuat keunggulan persaingan, loyalitas merupakan hal penting dengan faktor *Halal Brand Association* (HalBA) sebagai dimensi penting karena mencakup seluruh ingatan nasabah mengenai Bank Syariah tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganailis pengaruh faktor Halal Brand Association (HalBA) terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Semarang. Metode pengumpulan data diperoleh melalui pengambilan kuesioner secara *Accidental Sampling*. Populasi penelitian ini yaitu nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Semarang dengan sampel sebanyak 130 responden yang dilakukan selama enam bulan. Penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda dan pengujian data dengan menggunakan program *SPSS Statistics 22*.

Hasil analisis regresi linier berganda dan pengujian data dengan menggunakan program *SPSS Statistics 22* menunjukkan bahwa faktor Halal Brand Association (halBA) memiliki 19 indikator yang terdiri dari: aspek kepatuhan syariah, aspek keandalanan, aspek *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Halal Brand Association, sementara 6 indikator pada loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini yaitu: terdapat pengaruh positif dan signifikan antara aspek kepatuhan syariah terhadap Loyalitas Nasabah, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara aspek keandalan terhadap Loyalitas Nasabah, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara aspek *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Loyalitas Nasabah, sementara terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Halal Brand Association (Halba) secara simultan terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci: Halal Brand Association (HalBA), Loyalitas Nasabah, Aspek Kepatuhan Syariah, Aspek Keandalan, Aspek Corporate Social Responsibility (CSR), SPSS

FEB UNDIP