

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji beberapa faktor brand image, kualitas layanan, dan religiusitas berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di DKI Jakarta. Populasi penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia. Sampel yang digunakan adalah 102 responden yang ditentukan dengan teknik *convenience sampling*. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan sebar kuesioner yang diisi oleh responden. Pengujian hipotesis menggunakan alat bantu SPSS. Dengan menggunakan beberapa uji, yaitu: uji validitas, uji reliabilitas, uji F, uji T, dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian ini menunjukkan brand image, kualitas layanan, dan religiusitas nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

**Kata kunci: Brand Image, Kualitas Layanan, Religiusitas Nasabah, Loyalitas Nasabah**