

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami retensi nasabah Bank Syariah Indonesia menggunakan layanan pra dan pasca merger selama 3 tahun. Peneliti mengambil 6 partisipan. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang dapat menggambarkan retensi nasabah pasca merger secara detail. Metode pengumpulan data dengan cara wawancara semi berstruktur dimana proses wawancara sesuai dengan pedoman wawancara. Dalam mengeksplorasi pertanyaan penelitian diambil beberapa tema utama antara lain: Hasil penelitian ini mengenai nasabah yang masih menggunakan BSI memiliki alasan karena BSI menjaga retensinya pasca merger adalah unsur syariah, kepedulian staff dengan nasabah, layanan mobile banking, variasi produk BSI, kantor BSI yang nyaman dan dekat dengan fasilitas umum, dan transaksi yang aman. Sedangkan informan yang sudah tidak lagi menggunakan BSI memiliki alasan sudah tidak lagi menjaga retensinya pasca menjadi BSI adalah kerahasiaan nasabah yang tidak terjaga, *mobile banking sering error*, dan pelayanan karyawan kurang responsif. Kualitas pelayanan yang dirasakan pasca merger dari BSI adalah pelayanan staff BSI yang cepat, Staff yang ramah, adanya kepedulian staf dengan nasabah, kantor yang nyaman, transaksi yang aman, kepuasan transaksi, transaksi layanan menggunakan *mobile banking*, dan lokasi ATM yang tersebar banyak.

Kata Kunci: *customer relationship, customer retention, perilaku pembelian, dan Bank Syariah Indonesia.*