

Pengaruh Kepatuhan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediasi Pada Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya

The Effect of Sharia Compliance on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction as a Mediating Variable at Bank Syariah Indonesia in Surabaya City

Febrina Rahmatika, Fira Nurafini, Achmad Ajib Ridlwan, Rachma Indrarini

Ekonomi Islam, Universitas Negeri Surabaya

INFO ARTIKEL

Riwayat artikel:

Received 10 April 2026

Revised 15 April 2026

Accepted 20 April 2026

Available online 30 April 2026

Keywords: kepatuhan syariah;
kepuasan nasabah; loyalitas nasabah

Keywords: sharia compliance;
customer satisfaction; customer loyalty



Artikel ini merupakan artikel akses terbuka di bawah lisensi [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2026 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRACT

Bank Syariah Indonesia (BSI) is the largest Islamic financial institution in Indonesia, which still faces issues related to customer doubts regarding sharia compliance, particularly in terms of contract transparency, product conformity, and consistency in implementing sharia principles. Additionally, customer satisfaction is not yet optimal, especially in service quality and digital services, which impacts the relatively weak level of customer loyalty. This study aims to analyze the effect of sharia compliance on customer satisfaction and customer loyalty, as well as the role of customer satisfaction as a mediating variable among BSI customers in Surabaya City. This study employs a quantitative method using purposive sampling with 130 respondents. Data analysis was conducted using Partial Least Square – Structural Equation Model (PLS-SEM). The results indicate that sharia compliance has a positive and significant effect on customer satisfaction and customer loyalty. Customer satisfaction also has a positive and significant effect on customer loyalty and is able to mediate the relationship between sharia compliance and customer loyalty.

ABSTRACT

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan lembaga keuangan syariah terbesar di Indonesia yang masih menghadapi permasalahan terkait keraguan nasabah terhadap kepatuhan syariah, khususnya terkait transparansi akad, kesesuaian produk, dan konsistensi penerapan prinsip syariah. Selain itu, kepuasan nasabah juga belum optimal, terutama pada

kualitas pelayanan dan layanan digital, yang berdampak pada belum kuatnya loyalitas nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepatuhan syariah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, serta peran kepuasan sebagai variabel mediasi pada nasabah BSI di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling terhadap 130 responden. Analisis data menggunakan Partial Least Square – Structural Equation Model (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, serta mampu memediasi pengaruh kepatuhan syariah terhadap loyalitas nasabah.

PENDAHULUAN

Dalam lima tahun terakhir, sektor perbankan syariah Indonesia telah mengalami peningkatan yang signifikan. Data dari Otoritas Jasa Keuangan (2024) menjelaskan bahwa sektor keuangan syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang positif. Meskipun sektor keuangan syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang positif, perkembangannya masih menghadapi berbagai tantangan

pra survei menunjukkan bahwa terdapat tiga permasalahan utama yang menjadi fokus penelitian, yaitu kepatuhan syariah, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah. Dalam aspek kepatuhan syariah, ditemukan adanya keraguan nasabah terhadap transparansi akad, efisiensi prosedur pembiayaan, serta konsistensi produk terhadap fatwa DSN-MUI. Pada dimensi kepuasan, nasabah menyoroti belum optimalnya internalisasi nilai-nilai syariah seperti kejujuran dan keadilan dalam standar pelayanan, serta infrastruktur digital banking yang dinilai belum mencerminkan keunggulan kompetitif sistem syariah. Kondisi tersebut berimplikasi pada rendahnya loyalitas nasabah, yang ditandai dengan keraguan untuk bertahan dan keengganan merekomendasikan layanan akibat persepsi ketidakonsistenan penerapan prinsip syariah secara menyeluruh. Temuan ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah sangat bergantung pada integritas implementasi prinsip syariah yang dipadukan dengan kualitas layanan yang modern dan transparan.

Survei Populix (2023) melibatkan 1014 panelis beragama Muslim menunjukkan bahwa di antara berbagai bank syariah yang ada di Indonesia, Bank Syariah Indonesia (BSI) berada di puncak. Sebanyak 51% responden Muslim di Indonesia memilih BSI, jauh di atas bank syariah lainnya di Indonesia. Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah lembaga keuangan syariah terbesar di Indonesia yang didirikan pada tanggal 1 Februari 2021 dari hasil penggabungan tiga bank syariah milik negara, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah (Dianita *et al.*, 2021). Jumlah nasabah BSI terlihat mengalami fluktuasi dengan penurunan pada tahun 2022, namun kembali meningkat secara signifikan pada tahun 2023 dan 2024. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sempat menghadapi tantangan dalam mempertahankan jumlah nasabah, BSI mampu melakukan perbaikan strategi hingga berhasil menarik lebih banyak nasabah di periode berikutnya. Dengan mempertimbangkan dominasi BSI dalam pangsa pasar dan jumlah nasabah, bank ini ditetapkan sebagai subjek penelitian ini karena dinilai paling relevan untuk merepresentasikan dinamika perbankan syariah di Indonesia. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kepatuhan syariah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, pengaruh kepuasan terhadap loyalitas, serta peran kepuasan nasabah dalam memediasi pengaruh kepatuhan syariah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya.

LANDASAN TEORI

Grand Theory: Expectation Confirmation Theory

Expectation Confirmation Theory (ECT) merupakan teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan pelanggan terbentuk melalui proses evaluasi antara harapan awal dengan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan produk atau jasa (Oliver, 1980). Dalam konteks perilaku konsumen, ECT menjelaskan bahwa sebelum melakukan pembelian atau kunjungan, pelanggan memiliki harapan tertentu terhadap suatu produk atau layanan (Xu *et al.*, 2025). Pada penelitian ini, kepatuhan syariah berperan sebagai faktor yang mempengaruhi persepsi kinerja yang dirasakan nasabah. Kepatuhan syariah menunjukkan sejauh mana operasional bank dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti terhindar dari riba, gharar, dan maisir, dan menjalankan transaksi yang adil dan transparan. Apabila praktik kepatuhan syariah yang dirasakan nasabah sesuai atau melebihi harapan awal, maka akan terjadi konfirmasi positif yang meningkatkan kepuasan nasabah. Selanjutnya, kepuasan nasabah dalam penelitian ini merupakan hasil dari proses konfirmasi antara harapan dengan kinerja aktual yang dirasakan selama menggunakan layanan perbankan syariah. Kepuasan tersebut kemudian akan mempengaruhi loyalitas nasabah sebagai bentuk respons perilaku

setelah pengalaman menggunakan layanan. Loyalitas nasabah ditunjukkan melalui kecenderungan untuk tetap menggunakan layanan bank, melakukan transaksi secara berulang, serta merekomendasikan bank kepada pihak lain.

Kepatuhan Syariah

Kepatuhan syariah adalah ketaatan bank syariah terhadap prinsip-prinsip Islam (Rochmad *et al.*, 2023). Kepatuhan syariah merujuk pada kepatuhan terhadap hukum Islam yang didasarkan pada ajaran Al-Qur'an dan Sunnah (Ahmed *et al.*, 2022). Terdapat lima indikator dalam variabel kepatuhan syariah menurut Rochmad *et al.* (2023), antara lain: *sharia supervisory board* (dewan pengawas syariah), *shariah-based operational activities* (kegiatan operasional sesuai prinsip syariah), *profit and loss sharing system* (sistem bagi hasil atau bebas bunga), *shariah-compliant products and services* (produk dan layanan sesuai syariah), dan *shariah branding* (penggunaan identitas syariah).

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah dalam konteks perbankan syariah merupakan tingkat pemenuhan harapan nasabah terhadap kualitas layanan, produk, dan tanggung jawab sosial yang diberikan oleh bank (Moosa dan Kashiramka, 2023). Kepuasan nasabah juga dapat dipahami sebagai evaluasi kognitif yang dirasakan konsumen setelah menggunakan produk atau layanan dimana layanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan nasabah (Zouari dan Abdelhedi, 2021). Terdapat empat indikator kepuasan nasabah menurut Moosa dan Kashiramka (2023), antara lain *service quality* (kualitas layanan), *product and service satisfaction* (kepuasan terhadap produk dan layanan), *financial advice satisfaction* (kepuasan terhadap nasihat keuangan), dan *social responsibility* (tanggung jawab sosial).

Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah merupakan komitmen pelanggan untuk terus menggunakan layanan perbankan syariah secara konsisten dalam jangka panjang (Moosa dan Kashiramka, 2023). Loyalitas nasabah adalah komitmen nasabah untuk tetap menggunakan layanan bank serta merekomendasikannya kepada orang lain, yang didorong oleh kepuasan, kepercayaan, dan pengalaman positif nasabah (Santoso dan Ibrahim, 2022). Terdapat empat indikator loyalitas nasabah menurut Moosa dan Kashiramka (2023), antara lain *positive word of mouth* (rekomendasi positif), *family and friend recommendation* (rekomendasi kepada keluarga dan teman), *advisory recommendation* (rekomendasi kepada pihak lain), dan *continuity of banking* (kesetiaan menggunakan layanan).

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang pertama dilakukan oleh Moosa dan Kashiramka (2023) yang menganalisis pengaruh tujuan bank syariah (*objectives of Islamic banking*) terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Selain itu, penelitian ini juga menguji hubungan antara kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah bank syariah yang beragama Muslim dan berlokasi di Afrika Selatan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tujuan bank syariah (*objectives of Islamic banking*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Selain itu, kepuasan nasabah secara signifikan memengaruhi loyalitas nasabah. Persamaan dalam penelitian tersebut terdapat variabel kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Perbedaan penelitian ini adalah tidak terdapat variabel kepatuhan syariah dan objek yang diteliti berbeda.

Penelitian terdahulu kedua dilakukan oleh Santoso dan Ibrahim (2022) yang menganalisis pengaruh kepatuhan syariah, kualitas layanan, kepercayaan nasabah, dan kepuasan nasabah

memengaruhi loyalitas nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepatuhan syariah, kualitas layanan, kepercayaan nasabah, dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Persamaan dalam penelitian tersebut terdapat pada variabel kepatuhan syariah, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah. Subjek penelitian yang digunakan juga memiliki persamaan yaitu bank syariah. Perbedaan penelitian ini adalah tidak adanya penggunaan variabel kepuasan pelanggan sebagai mediasi pengaruh kepatuhan syariah terhadap loyalitas nasabah.

Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis

Pengaruh Kepatuhan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah

Ahmed *et al.*, (2022) menyatakan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah pada perbankan syariah. Semakin tinggi tingkat kepatuhan bank syariah terhadap prinsip Islam, maka semakin besar pula kepuasan nasabah terhadap layanan yang diterima (Dalimunthe dan Bastian, 2023). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dimungkinkan adanya pengaruh antara kepatuhan syariah terhadap kepuasan nasabah, sehingga hipotesis yang didapatkan yaitu:

H1: Kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah

Pengaruh Kepatuhan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah

Santoso dan Ibrahim (2022) menyatakan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah. Semakin tinggi tingkat kepatuhan bank syariah terhadap prinsip syariah, semakin besar kepercayaan dan loyalitas nasabah terhadap bank (Siregar, 2022). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dimungkinkan adanya pengaruh antara kepatuhan syariah terhadap loyalitas nasabah, sehingga hipotesis yang didapatkan yaitu:

H2: Kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah

Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

Moosa dan Kashiramka (2023) menyatakan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah. Semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan, semakin besar pula kemungkinan nasabah untuk tetap setia menggunakan layanan bank syariah (Asyiva dan Murtaza, 2021). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dimungkinkan adanya pengaruh antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah, sehingga hipotesis yang didapatkan yaitu:

H3: Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah

Pengaruh Kepatuhan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Syariah

Chan *et al.* (2022) menyatakan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah. Kepatuhan syariah tidak hanya berdampak langsung terhadap loyalitas nasabah, tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan kepuasan nasabah (Oktapiani dan Anggraini, 2022). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dimungkinkan bahwa kepatuhan syariah dan loyalitas nasabah saling berpengaruh satu sama lain serta kepuasan nasabah dapat memediasi antara keduanya, sehingga didapatkan hipotesis sebagai berikut:

H4: Kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan syariah

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana data yang dikumpulkan dari kuesioner akan dianalisis secara statistik dengan menggunakan analisis regresi berganda. Metode kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh kepatuhan syariah terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah. Kepatuhan syariah sebagai variabel bebas pertama (X), kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi (M), dan loyalitas nasabah sebagai variabel terikat (Y).

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia di Surabaya. Dalam penelitian ini, *sampling* yang digunakan adalah teknik probabilitas yaitu dengan rumus Hair karena ukuran populasi belum diketahui secara pasti. Penelitian ini menggunakan 10 dari 10 parameter dengan 13 indikator yang dikalikan dengan 10 sehingga total sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 130 sampel dengan menggunakan *purposive sampling* yang dipilih dari nasabah Bank Syariah Indonesia yang berdomisili di Kota Surabaya menggunakan *google form*. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah individu yang berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Kota Surabaya, dan telah menggunakan produk serta layanan Bank Syariah Indonesia selama minimal satu tahun.

Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Data primer pada penelitian ini diperoleh langsung dari nasabah Bank Syariah Indonesia untuk menjawab pernyataan yang telah disusun dalam kuesioner dan dibagikan kepada konsumen. Data sekunder pada penelitian bersumber dari data eksternal. Data eksternal tersebut merupakan data yang mendukung penelitian ini seperti jurnal, artikel, dan buku. Dalam penelitian ini skala pengukuran menggunakan skala likert dengan skala 1-5. Skala 1 berarti sangat tidak setuju dan skala 5 berarti sangat setuju. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada nasabah Bank Syariah Indonesia berupa daftar pernyataan atau pertanyaan yang disebarlang langsung kepada responden dengan memilih alternatif jawaban yang tersedia dari lima pilihan. Metode analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square – Structural Equation Model* (PLS-SEM).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Berdasarkan olahan data primer, ditunjukkan bahwa nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam penelitian ini adalah laki-laki (53,1%) dengan dominasi kelompok usia 17-26 tahun (60,8%). Karakteristik pekerjaan didominasi oleh pelajar atau mahasiswa sebesar 47,7%, diikuti oleh wiraswasta (23,8%) dan pegawai swasta (22,3%). Seluruh responden (100%) berdomisili di Surabaya dan telah memiliki pengalaman menggunakan produk serta layanan BSI, dengan durasi penggunaan terbanyak selama satu tahun (33,1%). Adapun produk yang paling banyak diminati oleh responden adalah BSI Tapenas Reguler (26,9%), disusul oleh BSI Tabungan Berencana (15,4%) dan BSI OTO (11,5%). Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa profil nasabah BSI di Kota Surabaya didominasi oleh segmen usia muda yang berstatus akademis dengan preferensi pada produk tabungan berjangka.

Uji Kelayakan Instrumen

Uji validitas dalam penelitian ini diuji dengan menerapkan analisis *bivariate*. Penelitian dilakukan menggunakan *software* SPSS dan suatu *item* dianggap valid apabila memiliki nilai sig. $<0,05$ (Ghozali, 2021). Berdasarkan pengolahan data yang dihasilkan melalui aplikasi SPSS, hasilnya menunjukkan bahwa seluruh *item* dari kepatuhan syariah, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah memiliki nilai Sig. $<0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa setiap *item* pernyataan adalah valid. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas diuji menggunakan *Cronbach's Alpha*. Instrumen dianggap reliabel atau konsisten apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $>0,6$ (Ghozali, 2021). Seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $>0,6$. Dapat dianggap bahwa seluruh variabel tersebut dapat diandalkan atau konsisten.

Outer Model

Uji Validitas

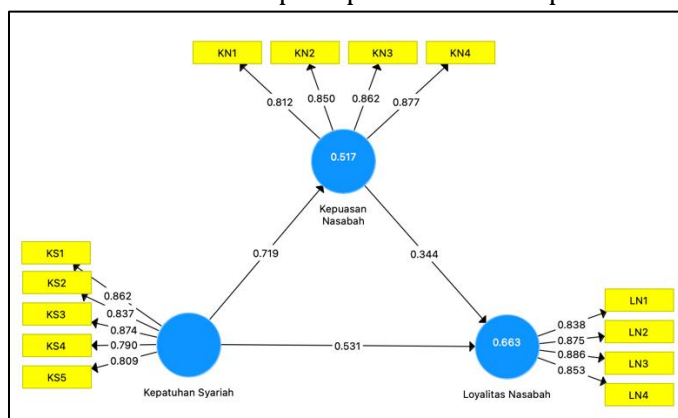
Uji validitas dibagi menjadi dua, yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan.

Convergent Validity

Validitas konvergen dapat dilihat dengan mencari nilai *outer loading* dari masing-masing indikator dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE). variabel memenuhi kriteria validitas konvergen apabila memiliki nilai *outer loading* di atas 0,7 dan nilai AVE minimal 0,5 (Ghozali, 2021).

Outer loading

Setelah dilakukan perhitungan menggunakan algoritma PLS, didapatkan nilai *outer loading* untuk masing-masing indikator. Model awal pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Model Awal dengan Seluruh Indikator

Sumber: Data Diolah (2026)

Loading factor pada model tersebut menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai *outer loading* di atas 0,7 dan telah memenuhi kriteria sehingga seluruh indikator dapat dikatakan valid.

Average Variance Extracted

Setelah mendapatkan nilai *outer loading* yang sesuai dengan kriteria, uji validitas dilanjutkan dengan melihat nilai AVE. Konstruk dapat dinyatakan baik dan diterima dalam uji validitas apabila memiliki nilai AVE di atas 0,5 (Ghozali, 2021). Hasil pengolahan data menggunakan aplikasi SmartPLS menunjukkan hasil *average variance extracted* dari penelitian ini. Nilai A

Discriminant Validity

Validitas diskriminan pada penelitian ini berupa *cross loading* dimana indikator dikatakan valid apabila memiliki faktor *loading* tertinggi pada variabel latennya dibandingkan dengan variabel laten lainnya. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa semua indikator valid karena memiliki faktor *loading* tertinggi pada variabel latennya dibandingkan dengan variabel laten lainnya.

Uji Reliabilitas

Composite Reliability

Reliabilitas komposit memiliki nilai 0 hingga 1. Indikator dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai sama dengan atau lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2021). Pengolahan data menunjukkan hasil *composite reliability* variabel kepatuhan syariah, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah bernilai 0,920, 0,913, dan 0,921 yang nilainya lebih besar dari 0,6 sehingga kuesioner penelitian ini dinyatakan konsisten atau reliabel.

Cronbachs Alpha

Uji *Cronbachs Alpha* menunjukkan nilai yang dapat diterima apabila mendapatkan nilai di atas 0,6 (Ghozali, 2021). Pengolahan data menunjukkan hasil *cronbachs alpha* variabel kepatuhan syariah, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah bernilai 0,891, 0,873, dan 0,886 yang nilainya lebih besar dari 0,6 sehingga kuesioner penelitian ini dinyatakan konsisten atau reliabel.

Inner Model

R-Square (Koefisien Determinasi)

Uji *R-Square* menunjukkan nilai pengaruh keseluruhan model struktural. Nilai *R-Square* sejumlah 0,67 berarti kuat atau baik, 0,33 berarti cukup atau sedang, dan 0,19 berarti lemah (Ghozali, 2021). Pengolahan data menunjukkan hasil perhitungan uji *R square* variabel kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah sebesar 0,517 dan 0,663 yang berarti bahwa sebesar 51,7% variabel kepuasan nasabah dipengaruhi oleh variabel kepatuhan syariah. Sebesar 66,3% variabel loyalitas nasabah dipengaruhi oleh variabel kepatuhan syariah dan kepuasan nasabah, sisanya sebesar 33,7% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

Koefisien Jalur (Path Coefficient)

Nilai koefisien jalur menunjukkan arah dan kekuatan pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Nilai positif dan negatif menggambarkan efek negatif atau positif yang dihasilkan. Semakin mendekati 1, maka jalur semakin kuat dan sebaliknya, semakin mendekati 0, maka semakin lemah. Berdasarkan pengolahan data dapat diketahui bahwa koefisien jalur menunjukkan nilai positif, sehingga menunjukkan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh positif kepuasan nasabah dengan nilai koefisien jalur 0,719. Kepatuhan syariah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dengan nilai koefisien jalur 0,531. Kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dengan nilai koefisien jalur 0,344. Kepatuhan syariah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah dengan nilai koefisien jalur 0,247.

Q-Square (blindfolding)

Uji *Q-Square (Blindfolding)* berkaitan dengan tingkat relevansi prediktif pada model penelitian. Apabila nilai yang ditunjukkan >0 , maka dapat dikatakan bahwa nilai dalam penelitian telah direkonstruksi dengan baik (Ghozali, 2021). Pengolahan data menyatakan hasil dari pengujian *Q-Square* pada penelitian ini, diperoleh nilai *Q-Square* variabel kepatuhan syariah, kepuasan nasabah,

dan loyalitas nasabah bernilai 0,540, 0,521, dan 0,562 secara berurutan yang nilainya >0 pada setiap variabel. Hal ini menunjukkan bahwa model yang diteliti telah memiliki relevansi prediktif yang baik.

F-Square (Effect Size)

F-Square digunakan untuk mengetahui kebaikan model. Berdasarkan penjelasan terkait kekuatan pengaruh variabel eksogen dan variabel endogen, nilai *f-square* sebesar 0,02, 0,15, dan 0,35 secara berturut turut dikategorikan sebagai pengaruh lemah, moderat, dan kuat (Ghozali, 2021). Pengolahan data menunjukkan hasil dari *f-square* yang menunjukkan efek kepatuhan syariah terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah adalah besar karena nilainya 1,069 di atas 0,35. Efek kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah adalah moderat karena nilainya 0,169 di atas 0,15.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui signifikansi hipotesis penelitian. Variabel dinyatakan baik dan signifikan apabila memiliki nilai uji *t* di atas 1,96 (Ghozali, 2021). Pengolahan data menunjukkan hasil uji *t* atau uji hipotesis pada penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kepatuhan syariah terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai sebesar 12,675 dan merupakan hasil yang signifikan dan positif karena memiliki nilai $>1,96$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima. Pengaruh variabel kepatuhan syariah terhadap loyalitas nasabah memiliki nilai sebesar 6,974 dan merupakan hasil yang signifikan dan positif karena memiliki nilai $>1,96$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 diterima. Pengaruh variabel kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah memiliki nilai sebesar 4,023 dan merupakan hasil yang signifikan dan positif karena memiliki nilai $>1,96$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima. Pengaruh variabel kepatuhan syariah terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi memiliki nilai sebesar 3,649 dan merupakan hasil yang signifikan dan positif karena memiliki nilai $>1,96$ sehingga dapat disimpulkan hipotesis 4 diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kepatuhan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat dilihat bahwa variabel kepatuhan syariah memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Chan *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah. Jika Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya mampu meningkatkan penerapan prinsip syariah dalam setiap produk dan layanannya, maka tingkat kepuasan nasabah akan semakin meningkat. Hal ini sesuai dan sejalan dengan penelitian ini karena ketika bank syariah mampu menjalankan prinsip syariah secara konsisten dalam setiap produk dan layanan, maka nasabah akan merasa layanan yang diberikan sudah sesuai dengan yang diharapkan sehingga kepuasan nasabah menjadi lebih tinggi. Dalam fenomena yang dialami oleh Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya mengenai kepatuhan syariah, pernyataan kuesioner dengan nilai rata-rata terendah adalah mengenai nasabah yang menilai kegiatan operasional Bank Syariah Indonesia Kota Surabaya telah dijalankan sesuai prinsip syariah secara umum. Namun nilai rata-rata tersebut tetap menunjukkan penilaian yang baik karena berada pada kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat keyakinan tersebut masih lebih rendah dibandingkan indikator kepatuhan syariah lainnya, sehingga Bank Syariah Indonesia Kota Surabaya untuk perlu memperkuat pemahaman dan kepercayaan nasabah terhadap penerapan prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya. Kondisi ini berkaitan dengan karakteristik responden yang

didominasi usia 17–26 tahun dan berjenis kelamin laki-laki. Kelompok usia muda cenderung lebih kritis dan aktif mencari informasi, sedangkan responden laki-laki cenderung mempertimbangkan aspek rasional dan kejelasan sistem dalam menilai layanan.

Hasil penelitian ini juga dapat dijelaskan melalui *Expectation Confirmation Theory* (ECT), di mana kepuasan nasabah terbentuk dari perbandingan antara harapan awal dengan kinerja yang dirasakan setelah menggunakan layanan. Dalam konteks ini, kepatuhan syariah menjadi salah satu bentuk kinerja yang dinilai oleh nasabah. Ketika penerapan prinsip syariah yang dirasakan telah sesuai dengan harapan nasabah, maka hal tersebut akan mendorong terbentuknya kepuasan. Sebaliknya, apabila tingkat keyakinan terhadap penerapan prinsip syariah masih belum sepenuhnya kuat, maka kepuasan yang dirasakan belum optimal. Semakin baik kesesuaian antara harapan nasabah dengan penerapan prinsip syariah oleh bank, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah yang dihasilkan.

Relevansi pada ekonomi Islam menunjukkan bahwa kepatuhan syariah merupakan wujud nyata dari sikap amanah dan kejujuran dalam bertransaksi. Allah SWT menekankan pentingnya memenuhi komitmen dan janji dalam setiap akad (perjanjian), karena kepatuhan terhadap prinsip syariah bukan hanya merupakan kewajiban regulasi, melainkan bentuk tanggung jawab moral yang melahirkan ketenangan dan kepuasan bagi pihak yang bertransaksi. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam Al-Qur'an Surah Al-Ma'idah (5:1):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya:

"Wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah janji-janji (akad)."

Berdasarkan tafsiran dari Kementerian Agama RI (2022), ayat ini mengandung makna bahwa setiap orang yang beriman perlu memenuhi janji-janji yang telah diikrarkan, baik janji kepada Allah maupun janji kepada sesama manusia. Ayat ini menjelaskan bahwa setiap institusi keuangan syariah, termasuk Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya, wajib memenuhi setiap akad dan prinsip syariah yang telah disepakati. Ketika bank konsisten menjalankan operasional sesuai syariat, rasa percaya dan kepuasan nasabah akan dapat meningkat.

Pengaruh Kepatuhan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat dilihat bahwa variabel kepatuhan syariah memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rochmad *et al.*, (2023) yang menyatakan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah. Implementasi prinsip syariah yang konsisten dapat meningkatkan keyakinan nasabah untuk tetap menggunakan layanan bank syariah. Hal ini sesuai dan sejalan dengan penelitian ini karena ketika bank syariah mampu menerapkan prinsip syariah secara konsisten dalam setiap kegiatan operasional, produk, dan layanan yang diberikan, maka nasabah akan merasa bahwa bank telah menjalankan nilai-nilai yang sesuai dengan harapan. Kondisi tersebut mendorong munculnya rasa percaya dan keterikatan nasabah terhadap bank syariah yang membuat nasabah cenderung untuk tetap menggunakan layanan yang ada serta tidak mudah beralih ke bank lain. Dalam fenomena yang dialami oleh Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya mengenai kepatuhan syariah, pernyataan kuesioner dengan nilai rata-rata terendah adalah mengenai nasabah yang menilai kegiatan operasional Bank Syariah Indonesia Kota Surabaya telah dijalankan sesuai prinsip syariah secara

umum. Nilai rata-rata terendah pada pernyataan tersebut masih termasuk pada kategori setuju. Hal ini berarti secara umum, nasabah telah menilai penerapan prinsip syariah berjalan dengan baik, namun masih terdapat ruang bagi bank untuk meningkatkan pemahaman dan keyakinan nasabah terhadap konsistensi penerapan prinsip syariah agar loyalitas nasabah dapat semakin meningkat. Kondisi ini juga berkaitan dengan karakteristik responden yang didominasi oleh usia 17–26 tahun dan berjenis kelamin laki-laki, di mana kelompok usia muda cenderung lebih selektif dan kritis dalam mempertimbangkan kesesuaian nilai pada layanan, sedangkan responden laki-laki cenderung mempertimbangkan aspek rasional dalam menentukan keputusan untuk tidak beralih dari suatu merek perbankan.

Hasil penelitian ini juga dapat dijelaskan melalui *Expectation Confirmation Theory* (ECT), di mana loyalitas nasabah merupakan respons lanjutan setelah nasabah melakukan evaluasi terhadap kinerja yang dirasakan. Kepatuhan syariah menjadi salah satu bentuk kinerja yang dinilai oleh nasabah dalam menggunakan layanan bank syariah. Ketika penerapan prinsip syariah yang dirasakan telah sesuai dengan harapan, maka akan terbentuk penilaian positif yang memperkuat kepercayaan dan mendorong nasabah untuk tetap menggunakan layanan bank secara berkelanjutan. Sebaliknya, apabila kesesuaian tersebut belum sepenuhnya terpenuhi, maka kecenderungan untuk tetap setia juga dapat menjadi lebih rendah. Semakin baik kesesuaian antara harapan nasabah dengan penerapan prinsip syariah oleh bank, maka semakin kuat pula loyalitas nasabah yang terbentuk.

Relevansi pada ekonomi Islam menunjukkan bahwa kepatuhan syariah yang konsisten merupakan dasar dalam membangun loyalitas nasabah. Label "Syariah" yang disandang oleh bank merupakan sebuah janji dan akad (kontrak) kepada publik bahwa seluruh operasionalnya akan berjalan sesuai tuntunan agama. Allah SWT memerintahkan setiap pihak untuk tetap teguh pada komitmen atau janji yang telah dibuat dan tidak melanggarnya, karena konsistensi dalam memenuhi janji adalah kunci utama dalam menjaga kepercayaan dan loyalitas. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam Al-Qur'an Surah An-Nahl (16:91):

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا

Artinya:

"Dan tepatilah janji dengan Allah apabila kamu telah berjanji dan janganlah kamu melanggar sumpah-sumpahmu itu sesudah meneguhkannya."

Berdasarkan tafsiran dari Kementerian Agama RI (2022), ayat ini mengandung makna bahwa janji yang telah diikrarkan dengan Allah SWT perlu ditepati dengan sungguh-sungguh karena Allah telah dijadikan saksi atas janji dan sumpah tersebut. Ayat ini menegaskan bahwa Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya harus menjaga konsistensi penerapan prinsip syariah sebagai bentuk penepatan janji kepada nasabah dan Allah SWT.

Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat dilihat bahwa variabel kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Albaity dan Rahman (2021) yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah. Pengalaman positif yang nasabah alami saat berinteraksi dengan bank syariah akan menumbuhkan komitmen untuk terus menggunakan layanan serta merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini sesuai dan sejalan dengan penelitian ini karena ketika nasabah merasakan kepuasan atas layanan

yang diterima, baik dari segi kualitas pelayanan, kemudahan transaksi, dan kepatuhan syariah sebuah bank syariah, maka akan muncul kecenderungan untuk meningkatnya loyalitas untuk terus menggunakan layanan bank syariah tersebut secara berkelanjutan. Dalam fenomena yang dialami oleh Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya mengenai kepuasan nasabah, pernyataan kuesioner dengan nilai rata-rata terendah adalah mengenai kepuasan nasabah terhadap produk atau layanan yang disediakan Bank Syariah Indonesia Kota Surabaya. Meskipun memiliki nilai rata-rata terendah, pernyataan ini masih berada pada kategori setuju.

Hal ini menunjukkan bahwa nasabah telah merasa puas terhadap produk dan layanan yang diberikan Bank Syariah Indonesia Kota Surabaya, namun tingkat kepuasan tersebut masih relatif lebih rendah dibandingkan indikator kepuasan lainnya, seperti layanan konsultasi keuangan yang memperoleh nilai rata-rata tertinggi. Peningkatan kualitas produk dan layanan perlu untuk dilakukan agar kepuasan nasabah dapat semakin meningkat dan dapat memperkuat loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia Kota Surabaya untuk jangka panjang. Kondisi ini berkaitan dengan karakteristik responden yang didominasi usia 17–26 tahun dan berjenis kelamin laki-laki, di mana kelompok usia muda cenderung memiliki standar kepuasan yang tinggi terhadap inovasi layanan digital, dan responden laki-laki cenderung memperhatikan efisiensi layanan dalam menentukan loyalitasnya untuk terus menggunakan Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya.

Hasil penelitian ini juga dapat dijelaskan melalui *Expectation Confirmation Theory* (ECT), di mana loyalitas nasabah merupakan kelanjutan dari kepuasan yang terbentuk setelah proses evaluasi antara harapan awal dan kinerja yang dirasakan. Ketika nasabah merasakan bahwa layanan yang diterima telah sesuai atau melebihi harapan, maka terjadi konfirmasi positif yang menghasilkan kepuasan. Kepuasan tersebut kemudian mendorong terbentuknya loyalitas sebagai respons perilaku, seperti keinginan untuk terus menggunakan layanan, melakukan transaksi berulang, dan tidak mudah beralih ke bank lain. Sebaliknya, apabila kepuasan yang dirasakan belum sepenuhnya optimal, maka dorongan untuk membentuk loyalitas juga menjadi kurang kuat. Semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah, semakin besar pula kemungkinan terbentuknya loyalitas terhadap bank syariah.

Relevansi pada ekonomi Islam menunjukkan bahwa kepuasan yang dirasakan nasabah merupakan bentuk *maslahah* (manfaat) yang diterima, yang kemudian direspons dengan sikap setia sebagai wujud rasa syukur. Dalam Islam, hubungan antara kepuasan dan loyalitas mencerminkan prinsip timbal balik atas kebaikan yang diterima. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam Al-Qur'an Surah Ibrahim (14:7):

وَإِذْ تَأْتِيَنَّكُمْ رُبُّكُمْ لِيُنْزِلَنَّ عَلَيْكُمْ لَكُمْ نِعْمَةً مِّنْ دُونِ ذَٰلِكَ وَلِتُكَفِّرَنَّ عَنْكُمْ سَيِّئَاتِكُمْ وَلِتَرْضَوْاْ بِحَبْلٍ مِّنْ لَّدُنْكُمْ وَلِتَكُونَ أَهْلَ الْحَقِّ

Artinya: "Dan (ingatlah) ketika Tuhanmu memaklumkan, sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya Aku akan menambah (nikmat) kepadamu."

Berdasarkan tafsiran dari Kementerian Agama RI (2022), ayat ini mengandung makna bahwa setiap nikmat yang disyukuri akan mendatangkan tambahan nikmat lainnya. Dalam hal hubungan bank dan nasabah, kepuasan atas layanan bank dipandang sebagai nikmat yang diperoleh nasabah. Rasa syukur nasabah atas kepuasan tersebut dapat diwujudkan melalui sikap loyalitas, yaitu dengan terus menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia Kota Surabaya.

Pengaruh Kepatuhan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel kepatuhan syariah terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah. Hasil penelitian

ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ahmed *et al.*, (2022) yang menyatakan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah pada perbankan syariah. Moosa dan Kashiramka (2023) menyatakan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah. Kepatuhan syariah tidak hanya berdampak langsung terhadap loyalitas nasabah, tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan kepuasan nasabah. Hal ini sesuai dan sejalan dengan penelitian ini karena penerapan prinsip syariah yang konsisten terlebih dahulu membentuk kepuasan nasabah karena nasabah merasa nilai dan keyakinannya dipenuhi, yang berikutnya akan mendorong terbentuknya loyalitas terhadap bank syariah. Dalam fenomena yang dialami oleh Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya, pernyataan kepatuhan syariah dengan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan bahwa kegiatan operasional bank dijalankan sesuai prinsip syariah. Meskipun masih berada pada kategori setuju, nilai tersebut menunjukkan bahwa persepsi terhadap implementasi prinsip syariah dalam operasional belum sepenuhnya optimal dibandingkan indikator lainnya. Pada variabel kepuasan nasabah, nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan mengenai kepuasan terhadap produk atau layanan yang disediakan bank. Bank Syariah Indonesia Kota Surabaya perlu untuk memperhatikan penerapan prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya dengan baik dan mengomunikasikannya kepada nasabah, sehingga kepuasan terhadap produk dan layanan dapat meningkat, yang pada akhirnya akan berdampak pada penguatan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kota Surabaya. Kondisi ini berkaitan dengan karakteristik responden yang didominasi usia 17–26 tahun dan berjenis kelamin laki-laki, di mana kelompok usia muda yang kritis memerlukan bukti nyata konsistensi syariah untuk merasa puas sebelum memutuskan loyalitas, sementara responden laki-laki cenderung mengevaluasi kepuasan layanan secara rasional sebagai dasar utama untuk membangun loyalitas dengan bank.

Hasil penelitian ini juga dapat dijelaskan melalui *Expectation Confirmation Theory* (ECT), di mana kepatuhan syariah berperan sebagai bentuk kinerja yang dievaluasi oleh nasabah terhadap harapan awal nasabah. Ketika penerapan prinsip syariah yang dirasakan sesuai atau melebihi harapan, maka terjadi konfirmasi positif yang menghasilkan kepuasan. Kepuasan tersebut kemudian menjadi faktor perantara yang mendorong terbentuknya loyalitas nasabah, seperti keinginan untuk terus menggunakan layanan dan tidak beralih ke bank lain. Sebaliknya, apabila kesesuaian antara harapan dan penerapan prinsip syariah belum optimal, maka kepuasan yang terbentuk juga belum maksimal, sehingga dampaknya terhadap loyalitas menjadi kurang kuat. Dalam kerangka ECT, kepatuhan syariah tidak hanya berpengaruh langsung, tetapi juga memperkuat loyalitas nasabah melalui proses terbentuknya kepuasan sebagai hasil dari konfirmasi harapan.

Relevansi pada ekonomi Islam menunjukkan bahwa perbankan syariah adalah lembaga yang mengelola Amanah nasabah, di mana keberlanjutan hubungan jangka panjang (loyalitas) sangat bergantung pada konsistensi bank dalam menjaga kepuasan nasabah melalui amanah (kepatuhan syariah). Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam Surah Al-Baqarah (2:283):

فَإِنْ آمَنَ بَعْضُكُم بِغُضٍّ فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ

Artinya: "...Akan tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah, Tuhannya..."

Berdasarkan tafsiran dari Kementerian Agama RI (2022), ayat ini mengandung makna bahwa dalam interaksi keuangan, hal yang penting diperhatikan adalah penunaian amanah yang didasari ketakwaan (kepatuhan pada aturan Allah). Dalam konteks Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya,

kepatuhan syariah merupakan bentuk dari penunaian amanah. Apabila bank konsisten menjalankan prinsip syariah, maka nasabah akan merasa puas. Nasabah yang merasa puas amanahnya ditunaikan dengan baik oleh bank cenderung tidak akan memiliki alasan untuk berpindah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepatuhan syariah berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya.
2. Kepatuhan syariah berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya.
3. Kepuasan nasabah berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya.
4. Kepatuhan syariah berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi.

IMPLIKASI

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya. Kedepannya, Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya perlu untuk memperkuat transparansi penerapan prinsip syariah dalam kegiatan operasional bank untuk memenuhi ekspektasi nasabah. Dengan meningkatnya keyakinan nasabah mengenai kepatuhan syariah Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya yang prosedur transaksinya telah bebas dari unsur yang dilarang agama, Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Hal ini terlihat dari masih adanya nasabah yang menilai bahwa penerapan prinsip syariah dalam kegiatan operasional bank perlu semakin diperjelas dan diperkuat.

Selanjutnya, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepatuhan syariah memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya. Kedepannya, Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya perlu untuk memastikan bahwa penerapan prinsip syariah tidak hanya formalitas untuk kualitas produk dan layanannya sehingga nasabah tetap setia menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya. Dengan menerapkan nilai-nilai syariah ke dalam inovasi produk dan jasa yang ada, Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya dapat mendapatkan loyalitas yang baik dari nasabah. Hal ini terlihat dari masih adanya nasabah yang menilai bahwa produk atau layanan yang diberikan belum sepenuhnya memenuhi harapan nasabah.

Terakhir, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya. Kedepannya, Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya perlu melakukan inovasi dan perbaikan terus-menerus pada produk serta kualitas layanan agar nasabah mendapatkan nilai manfaat (*maslahah*) yang maksimal. Nasabah yang terjawab kebutuhannya akan merasa puas dan pada akhirnya terikat untuk tetap setia terhadap produk dan layanan Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya. Hal ini terlihat dari masih adanya nasabah yang merasa bahwa produk atau layanan yang diberikan belum sepenuhnya memberikan kepuasan secara maksimal.

SARAN DAN KETERBATASAN

Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya perlu untuk meningkatkan kepatuhan syariah dengan menekankan transparansi pada kegiatan operasionalnya. Transparansi tersebut dapat dilakukan dengan menyediakan menu khusus pada aplikasi *mobile banking* tentang “Informasi Kesesuaian Syariah” yang berisi informasi terkait dengan kesesuaian syariah seperti ringkasan hasil pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS). Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya juga dapat memberikan pelatihan terhadap karyawan yang berhadapan langsung dengan nasabah agar dapat memberikan edukasi mengenai kepatuhan syariah seperti alur akad (*Murabahah* atau *Mudharabah*) untuk mengurangi keraguan tentang kesesuaian dengan fatwa DSN-MUI. Audit syariah internal perlu dilakukan secara berkala dan hasilnya dipublikasikan secara ringkas kepada nasabah sebagai bukti nyata bahwa kegiatan operasional bank dijalankan tanpa unsur *riba*, *gharar*, atau *masyir*.

Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya perlu untuk meningkatkan kepuasan nasabah dengan secara konsisten melakukan inovasi dan peningkatan kualitas produk dan layanannya untuk memenuhi harapan nasabah yang terus bergerak. Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya dapat melakukan pembaruan rutin pada aplikasi *mobile banking* agar lebih *user-friendly*, stabil, dan memiliki fitur yang lebih lengkap setara dengan bank konvensional. Penentuan biaya administrasi dan bagi hasil pada produk tabungan dan pembiayaan perlu untuk dievaluasi secara berkala agar tetap kompetitif. Bank Syariah Indonesia di Kota Surabaya juga dapat melakukan survei kepuasan pelanggan untuk mengetahui keluhan nasabah sehingga dapat segera diperbaiki kendalanya.

Saran untuk peneliti selanjutnya adalah peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas ruang lingkup penelitian dengan menggunakan variabel-variabel lain yang lebih variatif yang dapat memengaruhi loyalitas nasabah. Selain itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan pengumpulan data secara *offline* dengan terjun langsung ke lapangan untuk berinteraksi langsung dengan responden. Langkah ini penting untuk memastikan responden memahami dengan baik setiap butir pertanyaan terkait istilah-istilah teknis perbankan syariah yang mungkin membingungkan.

Selama menjalankan penelitian ini, peneliti menghadapi keterbatasan pada pembagian kuesioner yang harus dilakukan secara *online* sehingga terdapat risiko kesalahpahaman dari responden dalam menangkap maksud pernyataan kuesioner. Hal ini berdampak pada kualitas jawaban yang diberikan dari para responden dan terdapat persepsi responden yang berbeda ketika menjawab pertanyaan kuesioner. Selain itu, keterbatasan waktu penelitian menuntut peneliti untuk lebih disiplin dalam membagi waktu penyebaran kuesioner dan proses pengolahan datanya.

REFERENSI

- Ahmed, S., Mohiuddin, M., Rahman, M., Tarique, Md, K., & Azim, M. (2022). *The Impact of Islamic Shariah Compliance on Customer Satisfaction in Islamic Banking Services: Mediating Role of Service Quality*. 13(9), 1829–1842. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2020-0346>
- Albaity, M., & Rahman, M. (2021). *Customer Loyalty towards Islamic Banks : The Mediating Role of Trust and Attitude Customer Loyalty towards Islamic Banks : The Mediating Role of Trust and Attitude*. 2–19.
- Chan, S., Aprilia, C., & Jalaluddin, J. (2022). *The Role of Customer Satisfaction in Mediating The Effect of The Evaluation of The Bank's Compliance With Islamic Law on The Continuous Intention to Use Islamic Banking Among Coastal Communities*. 05010.

- Dianita, I., Irawan, H., & Mulya, Salsabila, Deah, A. (2021). *Peran Bank Syariah Indonesia Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional*. 3(2), 147–158.
- Ghozali, H. I. (2021). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris (Edisi 3)*
- Hair, J.F., Page, M., & Brunsveld, N. (2020). *Essentials of Business Research Methods*. New York: Taylor & Francis Group.
- Kementerian Agama RI. (2022). *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan)*. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/5?from=1&to=120>
- Kementerian Agama RI. (2022). *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan)*. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/16?from=1&to=128>
- Kementerian Agama RI. (2022). *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan)*. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/14?from=1&to=52>
- Kementerian Agama RI. (2022). *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan)*. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=282&to=286>
- Moosa, R., & Kashiramka, S. (2023). *Objectives of Islamic Banking, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: Empirical Evidence From South Africa*. September. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2022-0007>
- Oktapiani, Ayu, A., & Anggraini, T. (2022). *Pengaruh Relationship Marketing , Comporate Image dan Syariah Compliance Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT BSI KCP Gunung Tua*. 8(03), 3423–3433.
- Oliver, R.L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17 (4), 460.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Snapshot Perbankan Syariah Indonesia Desember 2024*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-Indonesia-Desember-2024/Snapshot%20Perbankan%20Syariah%20Indonesia%20Desember-2024.pdf>
- Populix. (2024). *Sharia Banking in Indonesia: Current State to Potential Growth in the Future*. <https://info.populix.co/articles/sharia-banking-in-indonesia/>
- Rochmad, R., Yusuf, A. M., & Mulyana, R. (2023). *The Impact of Electronic Customer Relationship Management and Quality Moderated by Sharia Compliance on Loyalty (Study on Islamic banks in Jakarta)*. 17(2).
- Santoso, E., & Ibrahim, Mohamad, Binti, R. (2022). *The Effect of Sharia Compliance , Service Quality, Customer Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty of Islamic Rural Bank Customers in Indonesia*. 2, 1–6.
- Xu, X., Masukujjaman, M., & Sobhani, F. A. (n.d.). *Modeling The Re-Patronage Intention of Malaysian Green Hotels Using Expectation-Confirmation Theory and Theory of Perceived Value*. 2025, 1–13.
- Zouari, G. (2021). *Customer Satisfaction in the Digital Era: Evidence From Islamic Banking*.