

OPTIMALISASI KEPATUHAN SYARIAH DAN KUALITAS LAYANAN UNTUK MENINGKATKAN KEPERCAYAAN SERTA LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH

Muhammad Jailani

Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Madani Yogyakarta

E-Mail: muhammadjailani527@gmail.com

Abstrak

Fokus kajian berada pada pengaruh kepatuhan syariah dan kualitas layanan terhadap kepercayaan serta loyalitas nasabah bank syariah di Yogyakarta. Isu ini penting karena meskipun industri perbankan syariah di Indonesia berkembang pesat, masih terdapat kesenjangan antara idealisme nilai-nilai Islam dan praktik operasional di lapangan. Sebagian nasabah meragukan keaslian penerapan prinsip syariah dan menilai kualitas layanan belum sekompetitif bank konvensional. Dalam situasi persaingan digital dan meningkatnya literasi keuangan masyarakat, menjaga kepercayaan serta loyalitas menjadi faktor kunci bagi keberlanjutan industri perbankan syariah. Pendekatan yang digunakan bersifat kualitatif dengan desain studi kasus deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur, observasi non-partisipatif, dan analisis dokumen terhadap 15 informan yang terdiri atas nasabah aktif, pegawai bank, dan anggota Dewan Pengawas Syariah. Analisis dilakukan dengan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, disertai triangulasi sumber dan metode serta member checking untuk memastikan keakuratan hasil. Hasil menunjukkan bahwa kepatuhan syariah menjadi fondasi utama dalam membentuk kepercayaan, sedangkan kualitas layanan memperkuat hubungan emosional dan fungsional antara nasabah dan bank. Kepercayaan berperan sebagai mediator yang menghubungkan keduanya dengan loyalitas. Nasabah yang meyakini integritas syariah cenderung tetap loyal meskipun insentif finansial di bank konvensional lebih tinggi, sementara generasi muda menuntut layanan digital yang cepat dan efisien. Secara tegas disimpulkan bahwa keberhasilan bank syariah bergantung pada kemampuan menghadirkan keseimbangan antara nilai spiritual dan profesionalisme layanan. Inovasi digital berbasis prinsip Islam menjadi strategi kunci untuk mempertahankan kepercayaan dan menumbuhkan loyalitas jangka panjang nasabah di era modern.

Kata Kunci: *Kepatuhan Syariah, Kualitas Layanan, Kepercayaan Nasabah, Loyalitas, Bank Syariah*

A. Pendahuluan

Dalam dua dekade terakhir, industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan baik dari sisi aset, jaringan, maupun jumlah nasabah. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), hingga tahun 2024 pangsa pasar perbankan syariah mencapai sekitar 7,5% dari total aset perbankan nasional, dengan rata-rata pertumbuhan tahunan di atas 10%. Meskipun demikian, di balik kemajuan kuantitatif tersebut, masih terdapat persoalan mendasar yang perlu mendapat perhatian serius, yaitu mengenai tingkat kepercayaan

dan loyalitas nasabah terhadap bank syariah.¹ Banyak nasabah yang menilai bahwa pelayanan yang diberikan bank syariah belum sekompetitif bank konvensional, baik dari segi kecepatan, kenyamanan, maupun profesionalisme. Lebih jauh, sebagian masyarakat masih meragukan apakah praktik operasional bank syariah benar-benar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Pertanyaan kritis pun muncul: *apakah bank syariah di Indonesia telah sepenuhnya mengimplementasikan nilai-nilai Islam dalam operasionalnya, ataukah hanya sekadar menggunakan label “syariah” sebagai strategi pemasaran?* Kesenjangan antara idealisme syariah dan praktik di lapangan menimbulkan dilema kepercayaan yang berpotensi menghambat pertumbuhan jangka panjang industri ini.²

Dalam konteks modern yang semakin kompetitif dan didorong oleh digitalisasi, mempertahankan kepercayaan serta loyalitas nasabah tidak lagi cukup hanya dengan menyediakan produk keuangan berbasis syariah. Nasabah kini menuntut integritas spiritual sekaligus kualitas layanan yang unggul. Dengan meningkatnya literasi keuangan dan kesadaran religius masyarakat, mereka semakin kritis dalam menilai apakah bank syariah benar-benar menjalankan prinsip keadilan, transparansi, dan kejujuran sebagaimana diajarkan dalam Islam. Kondisi ini menegaskan bahwa keberhasilan bank syariah tidak hanya diukur dari sisi finansial, tetapi juga dari sejauh mana nilai-nilai syariah diwujudkan secara nyata dalam pelayanan dan hubungan dengan nasabah.

Secara konseptual, bank syariah beroperasi dengan prinsip bebas dari riba, gharar (ketidakpastian berlebih), dan maysir (spekulasi), serta berlandaskan nilai keadilan dan kemitraan. Beberapa penelitian terdahulu telah menegaskan bahwa kepatuhan syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan nasabah, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas mereka. Di sisi lain, kualitas layanan juga menjadi faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah. Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry mengidentifikasi lima dimensi utama kualitas layanan, yaitu keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles). Namun, dalam konteks perbankan syariah, dimensi tambahan berupa kepatuhan syariah menjadi elemen krusial yang membedakan dengan lembaga keuangan konvensional. Dimensi ini mencerminkan sejauh mana lembaga keuangan mematuhi prinsip-prinsip Islam dan fatwa Dewan Pengawas Syariah (DPS) dalam seluruh aktivitasnya.

Berbagai penelitian internasional menunjukkan temuan yang menarik. Misalnya, studi di Malaysia dan Pakistan mengonfirmasi bahwa persepsi terhadap kepatuhan syariah memiliki pengaruh positif yang kuat terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah. Dalam banyak kasus, variabel ini bahkan menunjukkan pengaruh yang lebih dominan dibandingkan kualitas layanan konvensional. Namun, hasil

¹ Aisyah, “Islamic Bank Service Quality and Its Impact on Indonesian Customers’ Satisfaction and Loyalty,” 2018.

² Yusuf et al., “Islamic Financial Characteristics and the Sustainability of Islamic Banking in Indonesia.”

penelitian di Indonesia masih bervariasi.³ Beberapa studi menunjukkan bahwa kualitas layanan tetap menjadi faktor utama yang menentukan loyalitas, sementara kepatuhan syariah belum sepenuhnya menjadi pertimbangan utama dalam persepsi nasabah. Hal ini menunjukkan adanya dinamika yang kompleks antara kepatuhan syariah, kualitas layanan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah yang perlu dikaji lebih dalam dalam konteks lokal Indonesia.

Berbeda dari penelitian sebelumnya, sebagian besar studi terdahulu cenderung menganalisis hubungan antara kepatuhan syariah dan loyalitas nasabah secara parsial, tanpa mempertimbangkan peran mediasi kepercayaan sebagai variabel kunci. Padahal, kepercayaan merupakan faktor fundamental dalam hubungan jangka panjang antara nasabah dan lembaga keuangan, khususnya yang berbasis nilai-nilai Islam.⁴ Selain itu, sebagian penelitian lain hanya menyoroti aspek kualitas layanan tanpa mengintegrasikan dimensi spiritual yang menjadi identitas utama bank syariah. Beberapa studi bahkan masih menggunakan pendekatan deskriptif sederhana yang kurang menggambarkan hubungan sebab-akibat antar variabel. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya berupaya mengonfirmasi temuan-temuan sebelumnya, tetapi juga memperluasnya dengan menganalisis hubungan simultan antara kepatuhan syariah, kualitas layanan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah menggunakan pendekatan model struktural (SEM) yang lebih komprehensif.⁵

Kerangka konseptual penelitian ini berlandaskan pada beberapa teori utama. Pertama, *Theory of Islamic Relationship Marketing* (IRM), yang menekankan pentingnya hubungan bisnis berdasarkan nilai kejujuran, keadilan, dan amanah sebagai refleksi akhlak Islam. Kedua, *Trust-Commitment Theory* dari Morgan dan Hunt (1994), yang menyatakan bahwa kepercayaan dan komitmen adalah faktor fundamental dalam membangun loyalitas pelanggan. Ketiga, *SERVQUAL Model*, yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan, namun dalam konteks penelitian ini diadaptasi dengan menambahkan dimensi kepatuhan syariah agar relevan dengan karakteristik bank Islam. Keempat, *Sharia Compliance Framework* yang dirumuskan oleh IFSB (Islamic Financial Services Board) dan AAOIFI (Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions), yang menjadi acuan internasional dalam mengukur tingkat kepatuhan lembaga keuangan syariah terhadap prinsip dan hukum Islam. Berdasarkan integrasi teori-teori tersebut, penelitian ini mengajukan model konseptual di mana kepatuhan syariah dan kualitas layanan secara langsung berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah, sementara kepercayaan berperan sebagai variabel mediasi dalam membentuk loyalitas nasabah terhadap bank syariah.

Meskipun berbagai studi telah dilakukan, masih terdapat sejumlah kesenjangan penelitian yang signifikan. Pertama, bukti empiris yang menggabungkan kepatuhan syariah dan kualitas layanan dalam satu model integratif masih terbatas. Kebanyakan penelitian terdahulu hanya meneliti satu aspek secara

³ Shafique et al., "How Customers Loyalty Response to Service Quality, Bank Image and Religious Satisfaction?"

⁴ Abduh et al., "Bank Selection Criteria and SERVQUAL Survey among Muslims in Mauritius"; Yusfiarto et al., "Islamic Banking and Loyalty."

⁵ Firdaus and Amalia, "The Role of Perceived Service Quality and Islamic Financial Literacy on Customer Loyalty In NTB Syariah Bank."

terpisah, tanpa melihat interaksi keduanya secara simultan. Kedua, konteks penelitian di Indonesia relatif kurang dibandingkan negara lain seperti Malaysia dan Pakistan, padahal karakteristik sosial, budaya, dan religius masyarakat Indonesia berbeda dan dapat memengaruhi persepsi nasabah terhadap bank syariah. Ketiga, masih minim kajian yang mengukur dimensi kepatuhan syariah dari sudut pandang nasabah. Sebagian besar penelitian fokus pada perspektif institusi atau regulator, bukan pada persepsi publik yang sesungguhnya menjadi tolok ukur keberhasilan industri ini. Keempat, peran mediasi kepercayaan masih jarang dianalisis secara mendalam, padahal banyak model perilaku konsumen Islam menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan jembatan penting antara nilai-nilai religius dengan perilaku loyal.

Kesenjangan ini menjadi sangat kritis di tengah dinamika industri perbankan syariah nasional. Setelah merger besar yang melahirkan Bank Syariah Indonesia (BSI), tantangan utama bukan lagi sekadar ekspansi aset, melainkan bagaimana menjaga kepercayaan publik melalui penerapan prinsip syariah yang konsisten dan layanan yang berkualitas tinggi. Di era digital, bank syariah dihadapkan pada tuntutan untuk memberikan pelayanan cepat, efisien, dan transparan tanpa mengorbankan nilai-nilai syariah. Jika kesenjangan antara idealisme dan praktik tidak segera diatasi, bank syariah berisiko kehilangan kepercayaan masyarakat, yang dapat berakibat pada penurunan loyalitas dan kinerja jangka panjang.

Mengisi kesenjangan ini memiliki arti penting bagi berbagai pihak. Bagi akademisi, penelitian ini akan memperkaya literatur tentang perilaku konsumen Islam dan menawarkan model empiris baru yang mengintegrasikan variabel spiritual dan fungsional. Bagi praktisi perbankan syariah, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk merancang strategi peningkatan kepatuhan syariah internal sekaligus memperkuat kualitas layanan kepada nasabah. Bagi regulator seperti OJK dan Dewan Syariah Nasional–MUI, hasil penelitian ini dapat membantu mengevaluasi efektivitas pengawasan dan meningkatkan kredibilitas sistem perbankan syariah nasional. Sementara bagi masyarakat, penelitian ini memberikan manfaat berupa jaminan transparansi, integritas, dan keotentikan dalam praktik lembaga keuangan yang mengatasnamakan syariah. Dengan demikian, penelitian ini memiliki nilai akademik sekaligus nilai praktis yang dapat memperkuat fondasi moral dan etika industri perbankan syariah di Indonesia.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus deskriptif karena bertujuan memahami secara mendalam bagaimana kepatuhan syariah dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepercayaan serta loyalitas nasabah bank syariah di Yogyakarta. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menggali pengalaman, persepsi, dan pemaknaan subjektif nasabah, pegawai, serta pengawas syariah dalam konteks sosial dan religius yang khas di daerah tersebut. Yogyakarta dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki perkembangan pesat lembaga keuangan syariah, tingkat literasi keuangan Islam yang tinggi, dan karakter masyarakat religius yang kuat. Desain studi kasus memberikan ruang untuk menjembatani teori dan realitas lapangan secara kontekstual, serta membantu peneliti

memahami implementasi prinsip syariah dalam praktik pelayanan bank secara menyeluruh.

Subjek penelitian ditentukan dengan teknik purposive sampling, yakni pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan fokus penelitian. Partisipan terdiri dari 15 informan yang mencakup 9 nasabah aktif bank syariah di Yogyakarta dengan pengalaman minimal dua tahun, 4 pegawai bank yang terlibat langsung dalam pelayanan dan kepatuhan syariah, serta 2 anggota Dewan Pengawas Syariah (DPS) dari kantor cabang terkait. Kriteria inklusi meliputi nasabah yang aktif bertransaksi dan memahami produk syariah, sedangkan eksklusi ditetapkan bagi nasabah pasif atau pihak eksternal yang tidak terlibat langsung dalam kegiatan operasional bank. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi non-partisipatif, dan analisis dokumen seperti laporan tahunan bank syariah, pedoman kepatuhan, serta publikasi Dewan Syariah Nasional (DSN-MUI). Wawancara berlangsung 45–60 menit dengan fokus pada empat tema utama, yaitu kepatuhan syariah, kualitas layanan, kepercayaan, dan loyalitas, sementara observasi dilakukan di kantor cabang untuk mencatat perilaku pelayanan Islami, keandalan proses, serta interaksi pegawai dan nasabah.

Analisis data dilakukan secara induktif dan tematik menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses reduksi dilakukan dengan mengelompokkan hasil wawancara ke dalam tema-tema utama, kemudian diinterpretasikan untuk menemukan hubungan antara variabel, seperti bagaimana kepatuhan syariah memperkuat kepercayaan dan bagaimana kualitas layanan meningkatkan loyalitas. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber (nasabah, pegawai, dan DPS) dan triangulasi metode (wawancara, observasi, dan dokumentasi), serta dilakukan member checking untuk memastikan ketepatan interpretasi peneliti terhadap pandangan informan. Penelitian ini juga menerapkan prinsip *trustworthiness* (credibility, transferability, dependability, dan confirmability) guna menjaga keilmiah dan keabsahan data. Hasil penelitian diharapkan memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana kombinasi nilai spiritual (kepatuhan syariah) dan nilai fungsional (kualitas layanan) dapat membentuk kepercayaan dan loyalitas nasabah terhadap bank syariah di Yogyakarta.

C. Pembahasan dan Hasil Penelitian

Analisis Kepatuhan Syariah dan Kualitas Layanan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepatuhan syariah merupakan fondasi utama dalam membentuk persepsi dan kepercayaan nasabah terhadap bank syariah di Yogyakarta. Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah, pegawai bank, dan anggota Dewan Pengawas Syariah (DPS), ditemukan bahwa bank syariah secara umum telah menerapkan kepatuhan

syariah secara formal melalui verifikasi dan persetujuan produk oleh DPS.⁶ Namun, sebagian besar nasabah masih memiliki pemahaman yang terbatas mengenai mekanisme teknis seperti sistem bagi hasil atau dasar penentuan margin. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun secara institusional bank syariah telah mematuhi prinsip syariah, namun pemahaman substantif di tingkat nasabah masih perlu diperkuat melalui edukasi public.⁷

Dari sisi kualitas layanan, mayoritas nasabah menyatakan puas dengan pelayanan langsung di kantor cabang karena keramahan dan empati pegawai yang mencerminkan nilai-nilai Islam.⁸ Namun demikian, sebagian informan menyoroti kelemahan pada aspek layanan digital seperti keterlambatan sistem atau gangguan aplikasi. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan di era digital menjadi tantangan baru bagi bank syariah, terutama untuk mempertahankan segmen generasi muda yang lebih sensitif terhadap kepraktisan dan efisiensi teknologi.

Tabel Ringkasan Temuan Lapangan Penelitian

Tema Utama	Kutipan Representatif	Interpretasi Peneliti
Kepatuhan Syariah	“Kami selalu memastikan setiap produk mendapat persetujuan DPS sebelum diluncurkan ke publik.”	Kepatuhan formal tinggi, tetapi perlu penguatan pemahaman substantif di tingkat nasabah.
Kualitas Layanan	“Pelayanan di cabang cepat, tapi aplikasinya sering error.”	Kualitas layanan fisik baik, namun layanan digital masih lemah.
Kepercayaan Nasabah	“Saya tetap setia karena yakin bank ini aman dan sesuai syariah.”	Kepercayaan spiritual menjadi alasan utama loyalitas.
Loyalitas Nasabah	“Kalau aplikasinya susah dipakai, saya bisa pindah.”	Loyalitas generasi muda bergantung pada inovasi digital.

Sumber: Hasil wawancara lapangan, 2025.

Tabel di atas menggambarkan empat tema utama penelitian: kepatuhan syariah, kualitas layanan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah. Dari data tersebut terlihat bahwa kepatuhan syariah dipersepsikan sebagai simbol keaslian moral lembaga, sedangkan kualitas layanan menjadi cerminan nilai profesionalisme Islami. Faktor kepercayaan muncul sebagai hasil kombinasi antara kepatuhan dan pelayanan yang baik, dan pada akhirnya berkontribusi terhadap loyalitas nasabah. Namun, loyalitas di kalangan generasi muda masih rapuh jika tidak

⁶ Santoso and Rashidah Binti Mohamad Ibrahim, “The Effect of Sharia Compliance, Service Quality, Customer Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty of Islamic Rural Bank Customers in Indonesia,” 2022.

⁷ Anjelisa et al., “The Effect of Islamic Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in Islamic Banks in Indonesia.”

⁸ Wiyaldo et al., “Pengaruh Digital Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KM 12.”

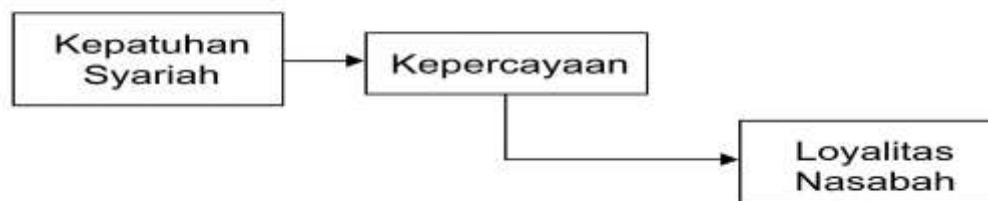
diimbangi dengan inovasi teknologi dan pengalaman digital yang memuaskan. Dengan demikian, hasil ini menegaskan bahwa bank syariah perlu mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dan teknologi modern secara harmonis.

Peran Kepercayaan sebagai Mediator

Kepercayaan terbukti memainkan peran sentral sebagai mediator antara kepatuhan syariah, kualitas layanan, dan loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil wawancara, mayoritas responden menyatakan bahwa kepercayaan terhadap kehalalan produk dan integritas lembaga menjadi alasan utama mereka tetap menggunakan bank syariah meskipun keuntungan finansial di bank konvensional kadang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi kepercayaan dalam konteks perbankan syariah bersifat spiritual dan moral, bukan hanya ekonomi.

Kepercayaan ini terbentuk melalui tiga aspek utama: pertama, keyakinan spiritual bahwa bank beroperasi sesuai dengan prinsip Islam; kedua, jaminan keamanan dan transparansi transaksi; dan ketiga, komunikasi yang efektif antara pihak bank dan nasabah. Strategi literasi keuangan syariah yang dilakukan bank secara rutin juga terbukti memperkuat kepercayaan nasabah terhadap kredibilitas lembaga.

Gambar Model Hubungan Antarvariabel Penelitian



Gambar di atas menjelaskan bahwa kepercayaan bertindak sebagai jembatan yang menghubungkan kepatuhan syariah dan kualitas layanan dengan loyalitas nasabah. Kepatuhan syariah memiliki pengaruh langsung terhadap kepercayaan karena menjadi dasar legitimasi moral lembaga keuangan. Sementara itu, kualitas layanan memengaruhi kepercayaan melalui interaksi positif, empati, dan kepuasan nasabah. Kedua variabel tersebut kemudian meningkatkan loyalitas melalui pembentukan kepercayaan yang kuat. Dengan kata lain, loyalitas tidak akan terbangun tanpa kepercayaan, meskipun kepatuhan dan kualitas layanan sudah baik.

Pola hubungan ini sejalan dengan *Trust-Commitment Theory* (Morgan & Hunt, 1994), yang menyatakan bahwa hubungan pelanggan jangka panjang terbentuk ketika terdapat rasa percaya dan komitmen timbal balik. Dalam konteks perbankan syariah, teori ini diperkaya oleh nilai-nilai *Islamic Relationship Marketing* (IRM), di mana amanah dan kejujuran menjadi inti dari interaksi bisnis.

Loyalitas Nasabah dan Implikasi Kebijakan

Loyalitas nasabah dalam penelitian ini ditemukan bersifat multidimensional — mencakup aspek emosional, rasional, dan spiritual. Bagi sebagian nasabah, loyalitas dibangun karena adanya ketenangan batin dan kesesuaian nilai religius. Namun bagi generasi muda, loyalitas cenderung bersifat pragmatis; jika pelayanan digital tidak efisien, mereka mudah beralih ke bank lain.⁹ Oleh karena itu, loyalitas di era digital tidak cukup dibangun melalui nilai spiritual saja, tetapi harus ditopang dengan inovasi teknologi dan pengalaman pengguna yang unggul.¹⁰

Hasil ini memiliki beberapa implikasi kebijakan penting. Pertama, *edukasi dan literasi syariah perlu diperkuat*, agar nasabah memahami prinsip keuangan Islam secara mendalam dan tidak sekadar berasumsi. Kedua, *pengembangan layanan digital berbasis nilai Islam* menjadi keharusan strategis agar bank syariah mampu bersaing di pasar finansial modern tanpa kehilangan jati diri spiritualnya. Ketiga, *DPS perlu memperluas fungsi pengawasan ke ranah digital*, terutama untuk memastikan bahwa produk berbasis teknologi tetap sesuai dengan fatwa dan prinsip syariah.

Selain itu, hasil penelitian ini memperluas teori perilaku konsumen Islam dengan menunjukkan bahwa nilai spiritual dapat memengaruhi keputusan ekonomi ketika disertai rasa percaya yang kuat. Penelitian ini juga menegaskan bahwa loyalitas nasabah syariah tidak hanya diukur dari aspek kepuasan layanan, tetapi juga dari tingkat keautentikan nilai Islam yang diwujudkan dalam budaya organisasi bank. Dengan demikian, temuan ini mengubah cara pandang terhadap kompetisi di sektor perbankan syariah: keberhasilan bukan hanya diukur dari efisiensi dan profitabilitas, tetapi dari kemampuan lembaga untuk menghadirkan keseimbangan antara profesionalisme dan spiritualitas dalam setiap interaksi dengan nasabah.

D. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepatuhan syariah dan kualitas layanan merupakan dua faktor utama yang membentuk kepercayaan serta loyalitas nasabah bank syariah. Kepatuhan syariah menjadi landasan moral yang memperkuat legitimasi dan citra spiritual lembaga, sedangkan kualitas layanan mencerminkan profesionalisme Islami yang dirasakan langsung oleh nasabah. Kepercayaan terbukti menjadi variabel mediasi penting yang menghubungkan keduanya dengan loyalitas. Dengan demikian, keberhasilan bank syariah dalam mempertahankan nasabah tidak hanya bergantung pada seberapa baik lembaga

⁹ Aisyah, "Islamic Bank Service Quality and Its Impact on Indonesian Customers' Satisfaction and Loyalty," 2018.

¹⁰ Alfarizi, "Interaction of Customer Satisfaction and Retention of Digital Services."

memenuhi prinsip-prinsip syariah, tetapi juga pada kemampuan memberikan pelayanan yang unggul, ramah, dan relevan dengan kebutuhan modern, termasuk dalam aspek digital.

Hasil penelitian ini memiliki dampak nyata terhadap kebijakan, praktik, dan pengembangan industri perbankan syariah di Indonesia. Bagi praktisi, temuan ini menegaskan pentingnya integrasi antara nilai spiritual dan inovasi layanan agar bank syariah tetap kompetitif di era digital. Bagi regulator seperti OJK dan DSN-MUI, hasil penelitian ini menjadi dasar untuk memperluas fungsi pengawasan ke ranah digital guna memastikan bahwa seluruh produk berbasis teknologi tetap sesuai dengan prinsip syariah. Sementara bagi akademisi, penelitian ini memperkaya literatur perilaku konsumen Islam dengan menghadirkan model empiris baru yang memadukan aspek spiritual dan fungsional dalam membangun loyalitas.

Sebagai ajakan tindakan, penelitian ini mendorong para peneliti selanjutnya untuk memperluas kajian dengan pendekatan kuantitatif dan komparatif lintas daerah guna menguji konsistensi hubungan antara kepatuhan syariah, kepercayaan, dan loyalitas. Bagi praktisi, penting untuk mengembangkan sistem layanan digital syariah yang tidak hanya efisien tetapi juga mencerminkan nilai-nilai Islam. Sementara itu, pembuat kebijakan perlu menyusun pedoman kepatuhan syariah berbasis digital yang adaptif terhadap perkembangan teknologi finansial. Melalui kolaborasi antara akademisi, regulator, dan praktisi, industri perbankan syariah Indonesia dapat tumbuh lebih berkelanjutan, berdaya saing global, dan tetap berakar pada nilai-nilai Islam yang autentik.

Referensi

- Abduh, Muhamad, Shaheen Bibi Ramjaun, and Muhamad Mustaqim. "Bank Selection Criteria and SERVQUAL Survey among Muslims in Mauritius." *QIJIS (Qudus International Journal of Islamic Studies)* 6, no. 2 (2018): 221. <https://doi.org/10.21043/qijis.v6i2.3756>.
- Aisyah, Muniaty. "Islamic Bank Service Quality and Its Impact on Indonesian Customers' Satisfaction and Loyalty." *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 10, no. 2 (2018): 367–88. <https://doi.org/10.15408/aiq.v10i2.7135>.
- Aisyah, Muniaty. "Islamic Bank Service Quality and Its Impact on Indonesian Customers' Satisfaction and Loyalty." *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 10, no. 2 (2018): 367–88. <https://doi.org/10.15408/aiq.v10i2.7135>.
- Alfarizi, Muhammad. "Interaction of Customer Satisfaction and Retention of Digital Services: PLS Evidence From Indonesian Sharia Banking." *International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF)* 6, no. 1 (2023). <https://doi.org/10.18196/ijief.v6i1.16824>.
- Anjelisa, Anjelisa, Indah Fatmawati, and Nuryakin Nuryakin. "The Effect of Islamic Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in Islamic Banks in Indonesia." *International Journal of Management Science and Information Technology* 3, no. 1 (2023): 70–74. <https://doi.org/10.35870/ijmsit.v3i1.1041>.
- Firdaus, Achmad, and Hani Khairo Amalia. "The Role of Perceived Service Quality and Islamic Financial Literacy on Customer Loyalty In NTB Syariah Bank." *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)* 8, no. 1 (2024): 78–99. <https://doi.org/10.28918/ijibec.v8i1.6809>.
- Kadir, Amiruddin, Muhammad Basir Paly, and Muhammad Wahyuddin Abdullah. "Customer Loyalty Islamic Banks in Indonesia: Service Quality Which Mediated by Satisfaction and Customer Trust." *International Journal of Professional Business Review* 8, no. 4 (2023): e01286. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i4.1286>.
- Laili, Silvia Nur, and Irmayanti Hasan. "Uncovering the Complexity of Customer Loyalty in Islamic Banks: The Relationship between Service Quality, Experience, and Brand Image through Customer Satisfaction." *Indonesian Journal of Islamic Economics and Finance* 4, no. 2 (2024): 357–76. <https://doi.org/10.37680/ijief.v4i2.6486>.

Muammar Khaddafi, Rizki Zaskiyah Daulay, Ira Wahyuni, Elke Dwi Soraya, Zuhra Quratul Aini, and Faraisha Syahryanna. “Pengaruh Kualitas Layanan Akuntansi Syariah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Syariah.” *SANTRI: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 2, no. 6 (2024): 94–103. <https://doi.org/10.61132/santri.v2i6.1005>.

Santoso, Edi and Rashidah Binti Mohamad Ibrahim. “The Effect of Sharia Compliance, Service Quality, Customer Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty of Islamic Rural Bank Customers in Indonesia.” *The Journal of Management Theory and Practice (JMTP)* 3, no. 2 (2022): 1–6. <https://doi.org/10.37231/jmtp.2022.3.2.218>.

Santoso, Edi and Rashidah Binti Mohamad Ibrahim. “The Effect of Sharia Compliance, Service Quality, Customer Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty of Islamic Rural Bank Customers in Indonesia.” *The Journal of Management Theory and Practice (JMTP)* 3, no. 2 (2022): 1–6. <https://doi.org/10.37231/jmtp.2022.3.2.218>.

Setyadi, Bakti, Sulaiman Helmi, and Syed Ismail Bin Syed Mohamad. “Customer Satisfaction Mediates the Influence of Service Quality on Customer Loyalty in Islamic Banks.” *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)* 7, no. 1 (2023): 25–36. <https://doi.org/10.28918/ijibec.v7i1.6924>.

Shafique, Shanza, Abdul Ghafoor, Mubashra Saman, and Muhammad Ali. “How Customers Loyalty Response to Service Quality, Bank Image and Religious Satisfaction?: An Evidence from Islamic Banking.” *Advances in Economics, Management and Political Sciences* 6, no. 1 (2023): 378–97. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/6/2022176>.

Wiyaldo, Havis Aravik, and Fadilla. “Pengaruh Digital Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KM 12.” *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi* 3, no. 3 (2024): 645–64. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v3i3.764>.

Yusfiarto, Rizaldi, Septy Setia Nugraha, Dwi Santosa Pambudi, and Galuh Tri Pambekti. “Islamic Banking and Loyalty: Service Quality, Intimacy or Religious Driven?” *Studies in Business and Economics* 17, no. 2 (2022): 300–318. <https://doi.org/10.2478/sbe-2022-0040>.

Yusuf, Sri Dewi, Muhamad Mokoagow, Muhammad Nur, and Spandi Rauf. “Islamic Financial

Characteristics and the Sustainability of Islamic Banking in Indonesia: Challenges and Opportunities.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 11, no. 2 (2023): 363–69.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.2036>.