

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN,  
KEPATUHAN SYARIAH DAN *PERCEIVED USEFULNESS*  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DAN LOYALITAS  
NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA  
DARI PENERAPAN STRATEGI *E-CHANNEL***

TESIS

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E.)



Oleh:

**DHEA AULIA DAMAYANTI**

**NIM. 5421007**

**PROGRAM STUDI  
MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
PASCASARJANA  
UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2023**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN,  
KEPATUHAN SYARIAH DAN *PERCEIVED USEFULNESS*  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DAN LOYALITAS  
NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA  
DARI PENERAPAN STRATEGI *E-CHANNEL***

**TESIS**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E.)



Oleh:

**DHEA AULIA DAMAYANTI**  
**NIM. 5421007**

Pembimbing:

**DR. AGUS FAKHRINA, M.S.I.**  
**NIP. 19770123 200312 1 001**

**DR. MANSUR CHADI MURSID, M.M.**  
**NIP. 19820527 201101 1 005**

**PROGRAM STUDI  
MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
PASCASARJANA  
UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : DHEA AULIA DAMAYANTI

NIM : 5421007

Program Studi : MAGISTER EKONOMI SYARIAH

Judul Tesis : ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPATUHAN SYARIAH DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP KEPUASAN NASABAH DAN LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DARI PENERAPAN STRATEGI *E-CHANNEL*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam tesis yang berjudul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPATUHAN SYARIAH DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP KEPUASAN NASABAH DAN LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DARI PENERAPAN STRATEGI *E-CHANNEL*” secara keseluruhan adalah asli hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk atau dikutip dari sumbernya. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa tesis ini adalah hasil plagiasi, penulis bersedia memperoleh sanksi akademik dengan dicabut gelarnya.

Pekalongan, 3 April 2023

Yang menyatakan



Dhea Aulia Damayanti

5421007

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Permohonan Sidang Tesis

Kepada :

Yth. Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Cq Direktur Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Setelah memeriksa, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing kami menyatakan bahwa naskah tesis saudara :

Nama : DHEA AULIA DAMAYANTI

NIM : 5421007

Prodi : MAGISTER EKONOMI SYARIAH

Semester : IV (Empat)

Judul : ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *SHARIA COMPLIANCE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* BANK SYARIAH INDONESIA DARI PENERAPAN STRATEGI *E-CHANNEL*

Telah dapat diajukan kepada Direktur Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan untuk segera disidang dalam rangka memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi Syariah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. W.b.*

Pekalongan, 13 Maret 2023

Pembimbing I,



Pembimbing II,

**Dr. Agus Fakhрина, M.S.I.**  
NIP. 19770123 200312 1 001

**Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M.**  
NIP. 19820527 201101 1 005

## PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama : DHEA AULIA DAMAYANTI  
NIM : 5421007  
Program Studi : MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
Judul : ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *SHARIA COMPLIANCE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* BANK SYARIAH INDONESIA DARI PENERAPAN STRATEGI *E-CHANNEL*

No	Nama	Tanda tangan	Tanggal
1	Dr. AGUS FAKHRINA, M.S.I. Pembimbing 1		10/3/2023
2	Dr. MANSUR CHADI MURSID, M.M. Pembimbing 2		13/3/2023

Pekalongan, 13 Maret 2023

Mengetahui:

Ketua Program Studi Magister  
Ekonomi Syariah





Dr. ALI MUHTAROM, M.H.I.

NIP. 198504052019031007

### PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama : DHEA AULIA DAMAYANTI  
NIM : 5421007  
Program Studi : MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
Judul : ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *SHARIA COMPLIANCE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* BANK SYARIAH INDONESIA DARI PENERAPAN STRATEGI *E-CHANNEL*

No	Nama	Tanda tangan	Tanggal
1	Dr. AGUS FAKHRINA, M.S.I. Pembimbing 1		10/3/2023
2	Dr. MANSUR CHADI MURSID, M.M. Pembimbing 2		13/3/2023

Pekalongan, 13 Maret 2023

Mengetahui:

Ketua Program Studi Magister  
Ekonomi Syariah



Dr. ALI MUHTAROM, M.H.I.

NIP. 198504052019031007





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
PASCASARJANA**

Jalan Kusuma Bangsa Nomor 9 Pekalongan Kode Pos 51141 Telp. (0285) 412575  
www.pps.uingusdur.ac.id email: pps@iainpekalongan.ac.id

**PENGESAHAN**

Pascasarjana Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan  
mengesahkan tesis saudara:

Nama : DHEA AULIA DAMAYANTI  
NIM : 5421007  
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah  
Judul : ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPATUHAN SYARIAH DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP KEPUASAN NASABAH DAN LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DARI PENERAPAN STRATEGI *E-CHANNEL*

Pembimbing : 1. Dr. Agus Fakhрина, M.S.I.  
2. Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M.

yang telah diujikan pada hari Kamis, 30 Maret 2023 dan dinyatakan lulus.

Pekalongan, 06 April 2023

Sekretaris Sidang,


Ketua Sidang,

  
**Dr. ALI MUHTAROM, M.H.I.**  
NIP. 19850405 201903 1 007

  
**Prof. Dr. H. ADE DEDI ROHAYANA, M.Ag.**  
NIP. 19710115 199803 1 005

Penguji Anggota,

Penguji Utama,

  
**Dr. HENDRI HERMAWAN ADINUGRAHA, M.S.I.**  
NIP. 19870311 201908 1 001

  
**Dr. KUAT ISMANTO, S.H.I., M.Ag.**  
NIP. 19791205 200912 1 001

Direktur,



  
**Prof. Dr. H. ADE DEDI ROHAYANA, M.Ag.**  
NIP. 19710115 199803 1 005

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI  
UJIAN TESIS**

Tesis berjudul : ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPATUHAN SYARIAH DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP KEPUASAN NASABAH DAN LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DARI PENERAPAN STRATEGI *E-CHANNEL*

Nama : DHEA AULIA DAMAYANTI

NIM : 5421007

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Telah disetujui tim penguji ujian,

Ketua :

Prof. Dr. H. ADE DEDI ROHAYANA, M.Ag.

(.....)

Sekretaris :

Dr. ALI MUHTAROM, M.H.I.

(.....)

Penguji Utama :

Dr. KUAT ISMANTO, S.H.I., M.Ag.

(.....)

Penguji Anggota :

Dr. HENDRI HERMAWAN ADINUGRAHA, M.S.I.

(.....)

Diuji di Pekalongan pada tanggal 30 Maret 2023

Waktu : Pukul 08.00-09.30 WIB

Hasil/ nilai : 89 / A

Predikat kelulusan : Cumlaude



## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia N0. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987.

### I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	’	koma terbalik (di atas)
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka

ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wau	w	we
ه	ha	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya	y	ye

## II. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	يا = ai	يآ = ī
أ = u	وا = au	وا = ū

## III. Ta Marbutah

*Ta marbutah* hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة

ditulis

*mar'atun jamilah*

*Ta marbutah* mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة

ditulis

*fātimah*

## IV. Syaddad (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا

ditulis

*rabbanā*

البر

ditulis

*al-birr*

## V. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البدع	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

## VI. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / ' /.

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>sya'iu</i>

## PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan karuniaNya, sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Sebagai ucapan rasa terima kasih, saya persembahkan tesis ini kepada :

1. Kedua orang tua saya Bapak Markholis dan Ibu Mufattiroh serta adik saya Maulvi Azami yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan tiada henti. Ucapan terima kasih sebesar-besarnya atas segala doa, semangat dan dukungan yang selalu diberikan kepada saya.
2. Dosen Pembimbing, Dosen pengajar, serta semua pihak Universitas yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan.
3. Teman-teman seperjuangan Prodi Ekonomi Syariah angkatan ke-3 UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dan seluruh pihak yang belum tercantum dan tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan, saran serta bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.



## MOTTO

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا

Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi

(Q.S. Al-Qashash : 77)



## ABSTRAK

Dhea Aulia Damayanti NIM 5421007 Maret 2023. Judul Penelitian: “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepatuhan Syariah dan *Perceived Usefulness* Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia dari Penerapan Strategi *E-Channel*”. Tesis Pascasarjana Prodi Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Dosen Pembimbing Dr. Agus Fakhрина, M.S.I dan Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M.

Latar belakang penelitian ini adalah berdasarkan permasalahan dimana nasabah BSI merasa mengalami kesulitan dalam memahami sistem transaksi pada bank syariah dan memilih menggunakan layanan dari bank lain. Penelitian ini dilakukan dengan analisa pada faktor-faktor yang diyakini dapat mendeterminasi kepuasan dan loyalitas nasabah BSI khususnya dari diterapkannya strategi *e-channel*.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisa pengaruh variabel kualitas layanan, kepatuhan syariah dan *perceived usefulness* terhadap loyalitas nasabah secara langsung maupun melalui mediasi kepuasan nasabah pada nasabah pengguna *e-channel* Bank Syariah Indonesia.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling* yaitu *random sampling* pada nasabah aktif BSI sebanyak 200 sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diberikan kepada responden yang telah memenuhi syarat sebagai sampel penelitian. Metode yang digunakan yaitu SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan alat analisis SmartPLS 3.0. Adapun tahapan dalam analisis data meliputi statistik deskriptif, Uji Outer Model (uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan, dan uji reliabilitas) Evaluasi Uji Inner Model (*R-Square*, *VIF*, *F-Square*, *Model Fit*, *direct effect* dan *indirect effect*).

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dan melalui mediasi kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dan melalui mediasi kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Kepatuhan syariah tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan tanpa mediasi kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Banyak dari responden yang terpilih menjadi sampel penelitian merupakan nasabah yang diharuskan menggunakan layanan digital bank syariah karena alasan pendidikan ataupun pekerjaan.

**Kata Kunci:** kualitas layanan, kepatuhan syariah, *perceived usefulness*, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah dan *e-channel*.

## ABSTRACT

Dhea Aulia Damayanti NIM 5421007 March 2023. Research Title: "Analysis of the Influence of Service Quality, Sharia Compliance and Perceived Usefulness on Customer Satisfaction and Customer Loyalty of Bank Syariah Indonesia from the Implementation of E-Channel Strategy". Postgraduate thesis of Islamic Economics Study Program UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Supervisor Dr. Agus Fakhrina, M.S.I and Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M.

The background of this research is based on problems where BSI customers find it difficult to understand the transaction system at Islamic banks and choose to use services from other banks. This research was conducted by analyzing the factors that are believed to be able to determine BSI customer satisfaction and loyalty, especially from the implementation of the e-channel strategy.

This research was conducted with the aim of analyzing the influence of service quality variables, sharia compliance and perceived usefulness on customer loyalty directly or through the mediation of customer satisfaction on customers who use Bank Syariah Indonesia e-channels.

The approach used in this research is a quantitative approach. The sampling technique in this study used probability sampling, namely random sampling of 200 active BSI customers. The data collection technique uses a questionnaire given to respondents who have fulfilled the requirements as a research sample. The method used is SEM (Structural Equation Modeling) with the SmartPLS 3.0 analysis tool. The stages in data analysis include descriptive statistics, Outer Model Test (convergent validity test, discriminant validity test, and reliability test) Inner Model Test Evaluation (R-Square, VIF, F-Square, Fit Model, direct effect and indirect effect).

Based on the results of the study showed that service quality has a positive effect on customer satisfaction and through mediation customer satisfaction has an effect on customer loyalty. Perceived usefulness has a positive effect on customer satisfaction and through mediation customer satisfaction has an effect on customer loyalty. Sharia compliance has no effect on customer satisfaction and without mediation, customer satisfaction has an effect on customer loyalty. Many of the respondents who were selected as the research sample were customers who were required to use Islamic bank digital services for educational or work reasons.

**Keywords: service quality, sharia compliance, perceived usefulness, customer kepuasan, customer loyalty and e-channel.**

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr Wb.*

Puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya kepada kita semua, Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, sehingga penyusun dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul “**Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepatuhan Syariah dan *Perceived Usefulness* terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia dari Penerapan Strategi *E-Channel***” sebagai syarat untuk mendapat gelar Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Penyusun menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan tulus hati penyusun menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag., selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. Ali Muhtarom, M.H.I., selaku Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Dr. Agus Fakhрина, M.S.I., selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang dengan



penuh dedikasi berkenan meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan tesis ini.

5. Segenap Dosen dan Staf Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Orang tua, saudara, dan teman-teman yang selalu memberikan doa dan dukungan.
7. Dan seluruh pihak yang belum tercantum dan tidak dapat disebutkan Satu perSatu yang telah memberikan dukungan, saran serta bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini jauh dari kata sempurna, untuk itu ucapan permohonan maaf sebesar-besarnya dan semoga seluruh amal kebaikan dan kontribusi semua pihak dalam penyusunan tesis ini akan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi penulisnya maupun pembacanya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 3 April 2023



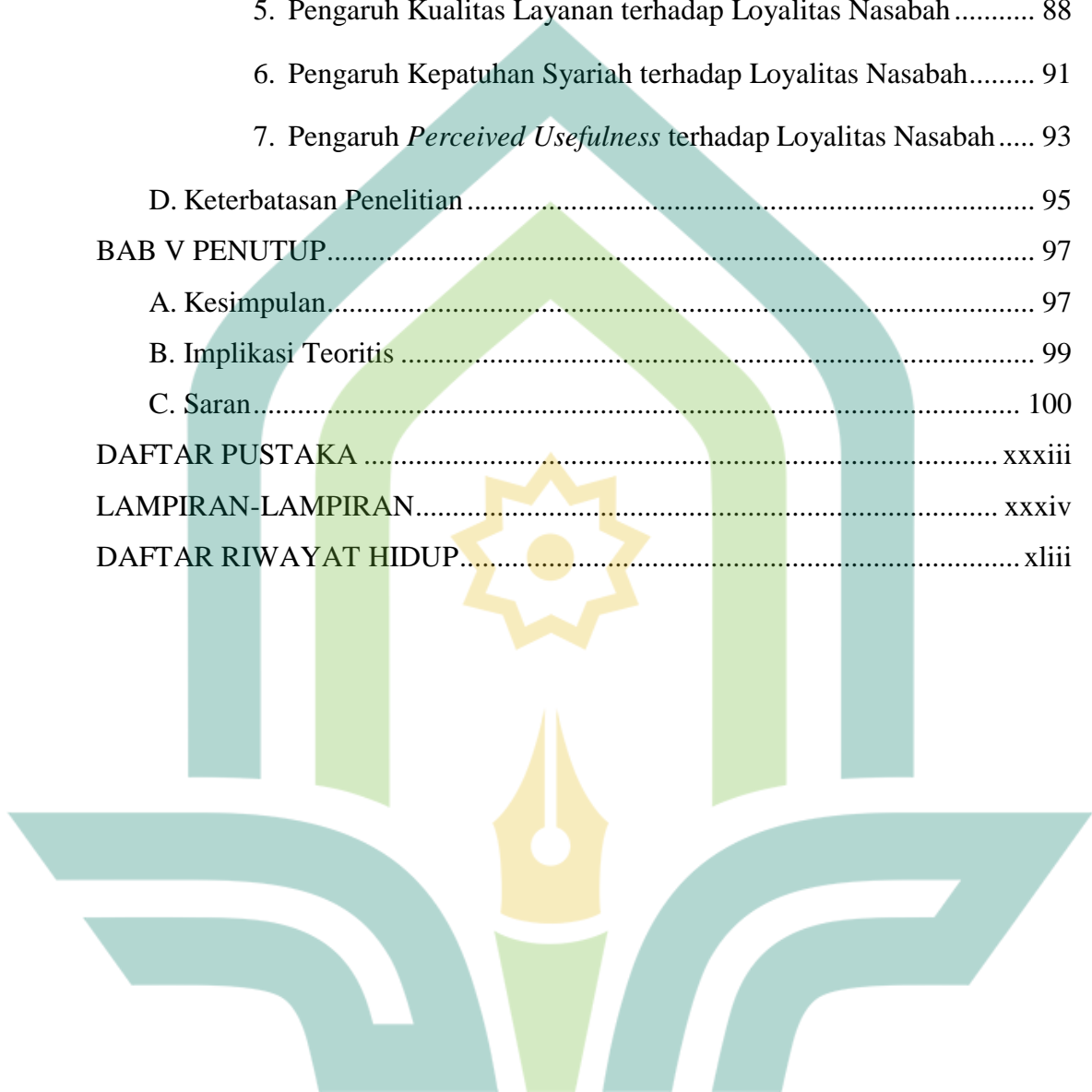
**Dhea Aulia Damayanti**  
**5421007**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL PERTAMA.....	i
HALAMAN JUDUL KEDUA.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
PERSETUJUAN SIDANG TESIS.....	v
LEMBAR PENGESAHAN.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	viii
PERSEMBAHAN.....	xi
MOTTO.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Kegunaan Penelitian.....	12
E. Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
A. Strategi <i>E-Channel</i> .....	14
B. <i>The Theory of Islamic Consumer Behavior</i> .....	15
C. <i>The Theory of Expectation Confirmation</i> .....	18
D. Kualitas Layanan.....	20
E. Kepatuhan Syariah.....	23

F. <i>Perceived Usefulness</i> .....	25
G. Kepuasan Nasabah .....	27
H. Loyalitas Nasabah .....	28
I. Penelitian Terdahulu .....	30
J. Kerangka Berpikir .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>43</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	43
B. Jenis dan Sumber Data .....	44
C. Populasi dan Sampel .....	44
D. Hipotesis.....	45
1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah .....	45
2. Pengaruh Kepatuhan Syariah terhadap Kepuasan Nasabah.....	46
3. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap Kepuasan Nasabah....	46
4. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah.....	47
5. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah .....	48
6. Pengaruh Kepatuhan Syariah terhadap Loyalitas Nasabah.....	49
7. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap Loyalitas Nasabah....	49
E. Teknik Pengumpulan Data .....	50
F. Teknik Analisis Data.....	53
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>61</b>
A. Deskripsi Data .....	61
1. Statistik Deskriptif .....	61
2. Distribusi Frekuensi Data.....	64
B. Analisis Data .....	68
1. <i>Confirmatory Factor Analysis (Outer Model)</i> .....	68
2. <i>Inner Model</i> .....	74
3. Pengujian Pengaruh.....	77
C. Pembahasan.....	80
1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah .....	80

2. Pengaruh Kepatuhan Syariah terhadap Kepuasan Nasabah.....	82
3. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap Kepuasan Nasabah....	85
4. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah.....	86
5. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah .....	88
6. Pengaruh Kepatuhan Syariah terhadap Loyalitas Nasabah.....	91
7. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap Loyalitas Nasabah.....	93
D. Keterbatasan Penelitian.....	95
BAB V PENUTUP.....	97
A. Kesimpulan.....	97
B. Implikasi Teoritis .....	99
C. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA .....	xxxiii
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	xxxiv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	xliii



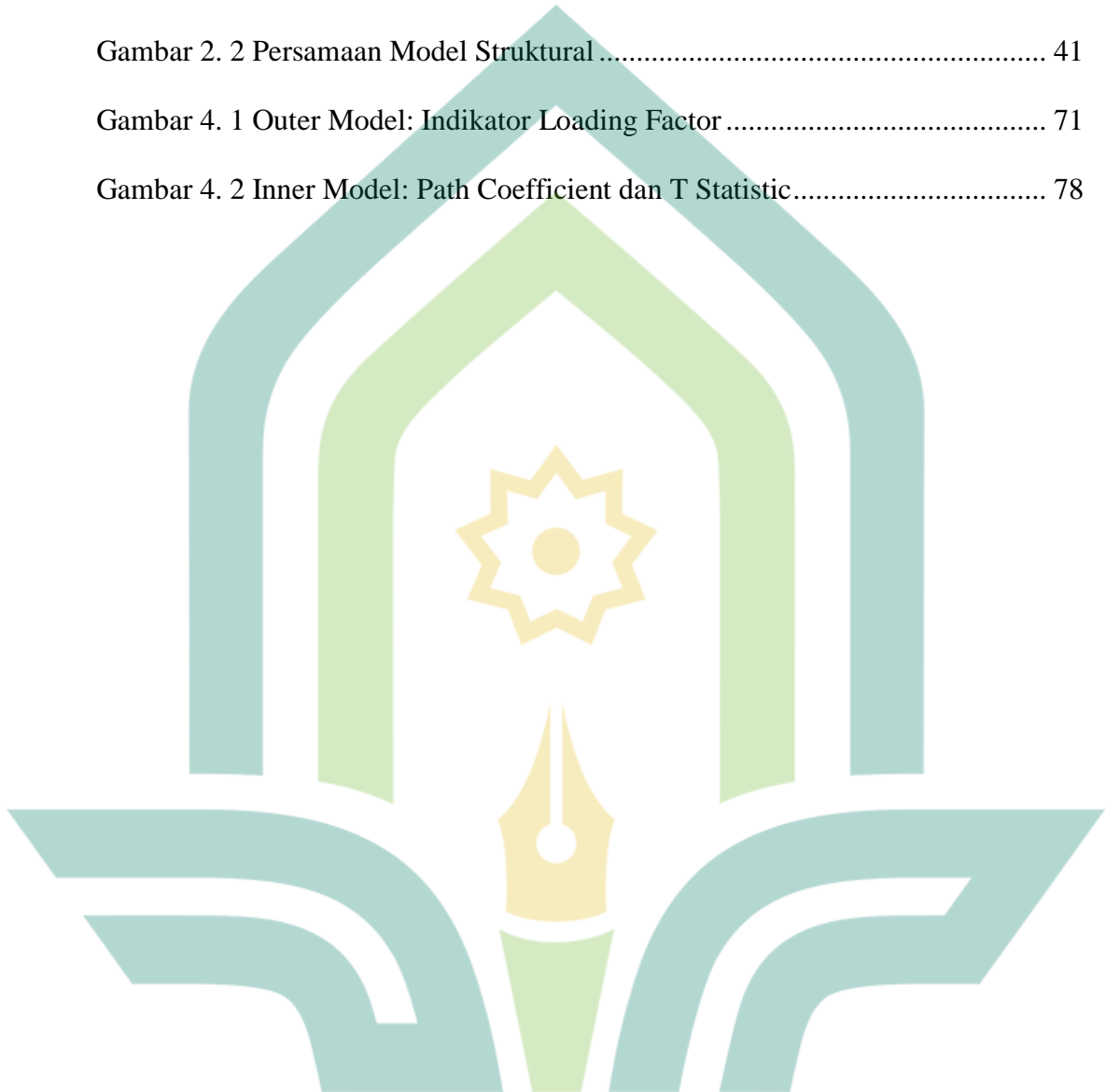


## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Varian Layanan <i>E-Channel</i> Bank Syariah Indonesia .....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	35
Tabel 3. 1 Desain kuesioner .....	51
Tabel 3. 2 Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	52
Tabel 3. 3 Distribusi Frekuensi Variabel .....	55
Tabel 3. 4 Distribusi Frekuensi Indikator Variabel.....	56
Tabel 3. 5 Uji Model Fit.....	58
Tabel 3. 6 Uji Validitas .....	59
Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas .....	60
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif .....	62
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Variabel .....	64
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Indikator Variabel Kualitas Layanan.....	66
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Indikator Variabel Kepatuhan Syariah .....	66
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Indikator Variabel <i>Perceived Usefulness</i> .....	67
Tabel 4. 8 Frekuensi Indikator Variabel Kepuasan Nasabah.....	67
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Indikator Variabel Loyalitas Nasabah.....	68
Tabel 4. 10 Convergent Validity .....	69
Tabel 4. 11 Fornell-Larcker Criterion.....	72
Tabel 4. 12 Cross Loadings.....	72
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas .....	73
Tabel 4. 14 R Square.....	74
Tabel 4. 15 Collinearity Statistics .....	75
Tabel 4. 16 F Square .....	75
Tabel 4. 17 Uji Model Fit.....	76
Tabel 4. 18 Direct Effect.....	77
Tabel 4. 19 Indirect Effect .....	79
Tabel 4. 20 Variance Accounted For .....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga BSI .....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	40
Gambar 2. 2 Persamaan Model Struktural .....	41
Gambar 4. 1 Outer Model: Indikator Loading Factor .....	71
Gambar 4. 2 Inner Model: Path Coefficient dan T Statistic.....	78



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	xxxiv
Lampiran 2. Tabulasi Data Uji Coba Kuesioner.....	xxxvi
Lampiran 3. Tabulasi Data Kuesioner .....	xxxviii



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Indonesia adalah salah Satu negara dengan mayoritas penduduk muslim. Posisi demografis tersebut tentunya dapat menjadi pangsa pasar yang besar bagi industri perbankan syariah mengingat kewajiban seorang muslim untuk mentaati ketentuan-ketentuan agama khususnya dalam kegiatan muamalah.<sup>1</sup> Memasuki tahun 2022 Otoritas Jasa Keuangan Indonesia telah mencatatkan pertumbuhan aset perbankan syariah yang melonjak 12,71 persen. Pertumbuhan tersebut disebabkan bangkitnya persaingan ketat yang dimulai dengan munculnya berbagai perusahaan bank syariah baru. Hingga April 2022 tercatat total keseluruhan lembaga keuangan syariah adalah 12 bank umum syariah yang asetnya mendominasi hingga 65,29 persen dari total aset lembaga keuangan syariah, 21 unit usaha syariah dengan persentase aset 32,19 persen, dan 169 BPRS (Bank Perkreditan Rakyat Syariah) dengan *asset share* 2,52 persen.<sup>2</sup>

Pertumbuhan industri perbankan syariah yang tumbuh cukup cepat pada beberapa tahun akhir ini, menyebabkan persaingan bisnis bank syariah semakin berwarna. Berbagai bank hadir dengan inovasi terkini untuk dapat menarik minat calon konsumennya mulai dari akses mobile yang mudah, pembukaan rekening

---

<sup>1</sup> Imam Ariono, “Analisis Faktor Kepuasan, Kepercayaan, Komitmen Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Bni Syariah Semarang,” *Syariat* V, no. 01 (2019), hlm. 183–192.

<sup>2</sup> Otoritas Jasa Keuangan, “OJK Dukung Peningkatan Peran Sektor Jasa Keuangan Selama 2022 Dan Perkuat Daya Tahan Serta Integritas Pada 2023,” <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-Dukung-Peningkatan-Peran-Sektor-Jasa-Kuangan-Selama-2022-dan-Perkuat-Daya-Tahan-Serta-Integritas-Pada-2023.aspx>.



tabungan dan pembiayaan secara digital serta berbagai inovasi layanan lainnya yang banyak diminati masyarakat. Hasil survei dan wawancara dengan pegawai BSI terkait beberapa keluhan yang dialami nasabah yang disampaikan kepada pegawai BSI KC Pekalongan Pemuda baik secara langsung ataupun melalui fitur pengaduan di *e-channel* BSI. Beberapa nasabah menyampaikan keluhan yaitu perihal sistem dan alur transaksi tabungan atau pembiayaan yang rumit. Persepsi tersebut muncul dikarenakan banyaknya model varian transaksi tabungan maupun pembiayaan yang kurang dapat difahami oleh nasabah umum ataupun muslim dan berpotensi pada menurunnya ketertarikan nasabah untuk menjadi nasabah loyal bagi BSI dan malah memilih untuk menggunakan layanan perbankan lain.<sup>3</sup> Akibatnya banyak nasabah yang tidak melanjutkan konsistensinya sebagai nasabah loyal pada bank syariah Indonesia.

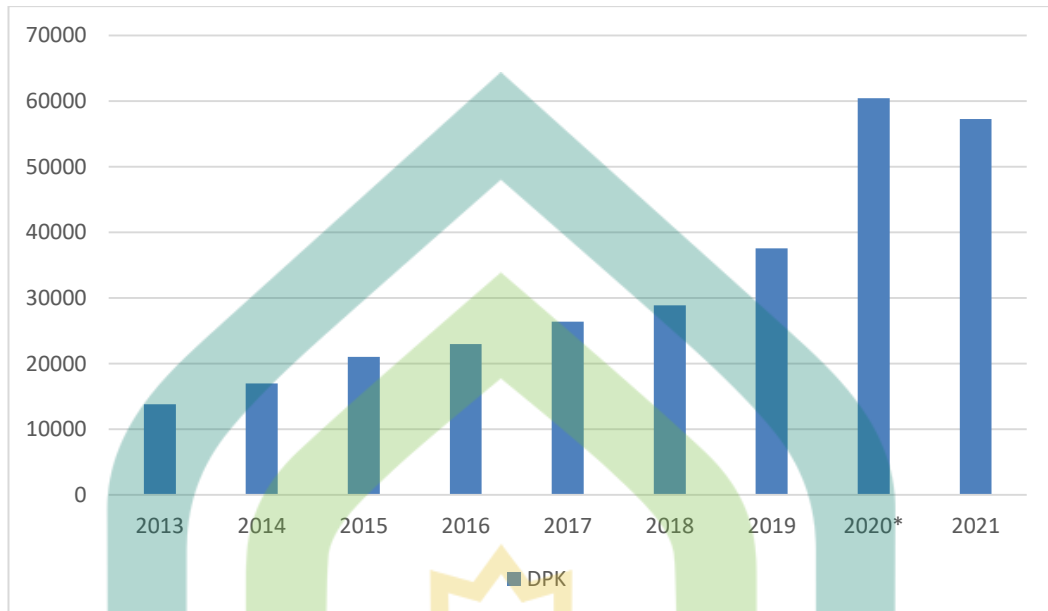
Menanggapi respon nasabah tersebut, BSI mencoba meningkatkan kualitas layanannya dengan menghadirkan pelayanan berbasis *e-channel* agar dapat menjamin kemudahan dalam transaksi. *E-channel* juga menjadi strategi untuk mampu memenangkan persaingan bisnis di dunia perbankan. Kehadiran *e-channel* diharapkan dapat menjadi *shortcut* bagi nasabah untuk dapat mengakses layanan BSI dengan lebih mudah sehingga dapat menumbuhkan rasa puas bagi nasabah. Suatu perusahaan diharuskan dapat memberikan dan menjamin rasa kepuasan bagi para konsumennya, hal ini disebabkan pengaruh yang sangat besar daripada kepuasan konsumen untuk menciptakan loyalitas konsumen. Strategi *e-channel* pertama kali diluncurkan pada tahun 2012 dan mulai menunjukkan pertumbuhan pesat dalam ukuran jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK). Tercatat sejak tahun 2013 BSI selalu mencapai pertumbuhan DPK pada level 9 hingga 20

---

<sup>3</sup> Yunus Zaka Wildana, Pegawai Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Pekalongan, Wawancara, (Pekalongan, 31 Maret 2023).

persen per-tahun. Grafik peningkatan DPK BSI ditunjukkan pada gambar berikut ini.

**Gambar 1. 1 Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga BSI**



Sumber: Annual Report BSI 2017, 2018 dan 2021

Pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun 2020 dalam kondisi *merger* bank-bank syariah plat merah yaitu Mandiri Syariah, BNI Syariah dan BRI Syariah. Hingga 2021 telah ada lebih dari sepuluh layanan *e-channel* yang disediakan oleh BSI diantaranya adalah pada Tabel 1.1 sebagai berikut.

**Tabel 1. 1 Varian Layanan *E-Channel* Bank Syariah Indonesia**

NO	LAYANAN	KETERANGAN
1	BSI Mobile	Solusi untuk kemudahan nasabah dalam bertransaksi, beribadah dan berbagi melalui beragam fitur dalam Satu aplikasi. BSI Mobile menemani nasabah 24 jam dan membuat segalanya menjadi lebih seimbang secara finansial, spiritual dan sosial.
2	Buka Rekening Online	Layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile adalah solusi untuk nasabah yang ingin membuka rekening dengan mudah tanpa harus datang ke cabang

NO	LAYANAN	KETERANGAN
3	Solusi Emas	Layanan kepemilikan emas melalui BSI Mobile dengan pembelian emas mulai dari Rp50.000. Nasabah bisa beli, jual, transfer, serta tarik fisik emas dan gadai emas online dengan mudah dan aman tanpa perlu datang ke cabang.
4	BSI QRIS	Layanan transaksi dengan scan kode QR Code yang menggunakan QR Code Indonesia Standard (QRIS) Bank Indonesia
5	BSI Cardless Withdrawa	Solusi praktis bagi nasabah dalam melakukan penarikan uang tunai tanpa kartu. Melalui BSI Mobile, tarik tunai tanpa kartu bisa dilakukan di seluruh ATM Bank Syariah Indonesia dan Indomaret.
6	BSI Debit Card	BSI Kartu Debit merupakan kartu ATM dari Bank Syariah Indonesia yang dapat digunakan untuk bertransaksi di ATM dan EDC di jaringan GPN dan International (Visa).
7	BSI Debit OTP	BSI Debit OTP merupakan layanan transaksi berbasis kartu debit yang menggunakan kode OTP sebagai PIN dalam setiap penggunaan transaksinya.
8	BSI ATM CRM	BSI ATM CRM (Cash Recycle Machine) atau ATM Setor Tarik merupakan jenis ATM untuk melayani transaksi setor tunai, tarik tunai, transfer antar bank serta transaksi pembayaran atau pembelian bagi semua Nasabah Bank Syariah Indonesia.
9	BSI Aisyah	Aisyah adalah Asisten Interaktif Bank Syariah Indonesia yang akan membantu memberikan informasi produk, layanan, dan promo terbaru dari Bank Syariah Indonesia
10	BSI Net	Transaksi bisnis kini lebih mudah melalui layanan BSI Net kapanpun dan dimanapun. Berbagai kemudahan bertransaksi seperti melakukan transfer secara massal dan monitoring transaksi bisa anda lakukan di BSI Net.
11	BSI JadiBerkah.id	JadiBerkah.id adalah platform crowdfunding untuk zakat, infak, sedekah dan wakaf. Berbagai pilihan program ziswaf dapat anda temukan di platform

NO	LAYANAN	KETERANGAN
		Jadiberkah.id.
12	BSI Merchant Business	EDC Bank Syariah Indonesia merupakan layanan yang disediakan Bank Syariah Indonesia kepada nasabah yang memiliki usaha untuk memberikan kemudahan transaksi pembayaran kartu ATM Debit kepada pelanggannya.
13	BSI API Platform	BSI API Platform adalah sebuah portal yang menyediakan layanan open banking untuk memudahkan proses integrasi antara layanan Bank Syariah Indonesia dengan aplikasi nasabah.
14	BSI Smart Agent	BSI Smart Agent merupakan Layanan Laku Pandai (Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam Rangka Keuangan Inklusif) BSI untuk menyediakan layanan perbankan dan/atau layanan keuangan lainnya yang dilakukan tidak melalui jaringan kantor, namun melalui kerjasama dengan pihak lain dengan didukung sarana teknologi informasi
15	BSI Payment Point	Layanan transaksi Payment Point di Bank Syariah Indonesia dapat dilakukan oleh nasabah di setiap outlet Bank Syariah Indonesia atau di ATM. Pembayaran dapat dilakukan melalui debit rekening maupun tunai (cash).
16	Deposito Mobile	Mudahnya investasi dengan deposito di BSI Mobile, kapanpun dan dimanapun, tanpa perlu datang ke cabang.
17	Griya Hasanah Online Top Up Melalui BSI Mobile	Pembiayaan BSI Griya Hasanah Online Top Up merupakan Pembiayaan dari Bank Syariah Indonesia dalam bentuk penambahan pembiayaan dari pembiayaan eksisting Bank Syariah Indonesia untuk tujuan konsumtif nasabah. Pembiayaan Griya Hasanah Online Top Up menggunakan akad refinancing syariah dengan skema al-bai' dalam rangka musyarakah mutanaqishah (MMQ).

Sumber: *Annual Report* BSI 2021

Dari seluruh variasi produk digital yang menjadi bagian dari *e-channel*, mobile banking BSI atau BSI Mobile menjadi layanan dengan tingkat pertumbuhan terbaik. Secara yoy pada Juni 2022 pengguna BSI Mobile mencapai

4,07 Juta atau tumbuh 81 persen. Sedangkan secara profil, sebanyak 97 persen nasabah BSI telah beralih menggunakan *e-channel* untuk segala aktivitas perbankan. Fenomena ini menjadikan suatu asumsi bahwa strategi *e-channel* merupakan indikator kuat dalam memenangkan persaingan pasar di dunia perbankan dan menghadirkan loyalitas bagi para nasabahnya dan oleh karena itu, BSI diharuskan mampu untuk tetap menjaga kinerja dari strategi *e-channel* yang dimiliki. Berdasarkan fenomena tersebut menjadi suatu keperluan penting dalam mengkaji faktor-faktor apakah yang harus diperhatikan dalam menjaga stabilitas kinerja dari strategi *e-channel*.

Berbagai penelitian yang berdasar pada berbagai teori telah banyak bermunculan pada zaman modern ini, Penelitian Aisyah menyatakan bahwa kualitas layanan menjadi faktor terpenting dalam keberlangsungan bisnis jasa keuangan, ia menyampaikan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang paling signifikan baik pada tersampainya rasa kepuasan dan loyalitas nasabah.<sup>4</sup> Hasil tersebut juga telah dikonfirmasi beberapa peneliti lain yaitu Fachrurazi<sup>5</sup> dan Asnawi.<sup>6</sup> Mereka sepakat dan bersatu suara bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Untuk itu menjaga kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan bagi bank syariah di Indonesia untuk bisa meningkatkan loyalitas nasabahnya. Akan tetapi pada

---

<sup>4</sup> Muniaty Aisyah, Islamic Bank Service Quality and It's Impact on Indonesian Customers' Satisfaction and Loyalty, *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 10 (2018), hlm. 367–388.

<sup>5</sup> Fachrurazi et al., Factors Affecting Customers' Satisfaction and Loyalty in Sharia Financing for Small and Medium Enterprises, *International Journal of Advanced Science and Technology* 29, no. 6 (2020), hlm. 1391–1403.

<sup>6</sup> Nur Asnawi, Badri Munir Sukoco, and Muhammad Asnan Fanani, The Role of Service Quality within Indonesian Customers Satisfaction and Loyalty and Its Impact on Islamic Banks, *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 1 (2020), <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2017-0033>, hlm. 192–212.

penelitian lain yang dilakukan Anouze, et al menyampaikan hasil yang berbeda, yaitu secara khusus pada layanan keuangan berbasis syariah faktor kepatuhan syariah menjadi yang terpenting dibandingkan kualitas layanan. Hasil tersebut ia sampaikan atas dasar tujuan transaksi seorang muslim yang mengedepankan ketaatan beragama dibandingkan keunggulan layanan yang ditawarkan.<sup>7</sup> Akan tetapi pernyataan Anouze juga dibantah oleh beberapa hasil penelitian lainnya yaitu Sulaiman, et al yang menyatakan bahwa tidak semua faktor kepatuhan syariah mampu menjamin kepuasan nasabah.<sup>8</sup> Dalam penelitiannya, hanya faktor kepatuhan syariah dari segi ketersediaan fasilitas sajalah yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan faktor operasional dan desain lokasi tidak memiliki pengaruh.

BSI memiliki keunggulan varian produk perbankan yang ditawarkan dengan mempertimbangkan seluruh ketentuan syariah baik untuk produk tabungan, pembiayaan hingga berbagai jasa keuangan lainnya seperti transfer, penjaminan dan pembelian asset dengan memperhatikan berbagai manfaat yang dibutuhkan nasabah. Dalam suatu penelitian yang dilakukan oleh Rezvani menyampaikan adanya pengaruh signifikan pada faktor kemanfaatan yang dirasakan dari suatu produk jasa terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Abdel Latef M. Anouze, Ahmed Salameh Alamro, and Abdulkareem Salameh Awwad, Customer Satisfaction and Its Measurement in Islamic Banking Sektor: A Revisit and Update, *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 2 (2019), <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2017-0080>, hlm. 565–588.

<sup>8</sup> Zaidatul Akma Sulaiman et al., The Impacts of Shariah-Compliant Hotel Attributes on Muslim Travellers Revisit Intention: Religiosity as a Moderator, *Journal of Islamic Marketing*, 2021, <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2020-0179>.

<sup>9</sup> Azadeh Rezvani, Pouria Khosravi, and Linying Dong, Motivating Users toward Continued Usage of Information Systems: Self-Determination Theory Perspective, *Computers in Human Behavior* 76 (2017), <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.07.032>, hlm. 263–275.



Pernyataan tersebut juga dikonfirmasi peneliti lain seperti Inan<sup>10</sup> dan Rahi.<sup>11</sup> Mereka sepakat bahwa konfirmasi atas manfaat yang mereka rasakan dapat menjamin adanya rasa puas sehingga dapat menumbuhkan sikap loyal para konsumen.

Kemudian Mandari menambahkan pada penelitiannya bahwa tanpa adanya konfirmasi yang nyata, kemanfaatan yang dirasakan tidak berpengaruh terhadap kepuasan maupun loyalitas nasabah. Penelitian tersebut mensyaratkan adanya konfirmasi atas manfaat yang benar-benar tersampaikan dan dirasakan oleh nasabah khususnya dalam pemanfaatan jasa berbasis teknologi digital.<sup>12</sup> BSI telah menawarkan berbagai macam produk dan layanan yang dibagikan kedalam empat sub yaitu: Individu, perusahaan, digital banking dan layanan kartu baik untuk keperluan konsumsi, bisnis, investasi dan jasa yang dapat diakses baik melalui kantor pelayanan hingga digital. Kompetisi bisnis yang semakin ketat mengharuskan BSI untuk mampu mempertahankan nasabahnya, bahkan BSI mulai mendorong berbagai layanan dengan basis teknologi digital melalui *e-channel* yang disebut dengan *beyond banking services* untuk menjamin ketersediaan layanan dan manfaat bagi nasabahnya.<sup>13</sup> Strategi tersebut

---

<sup>10</sup> Dedi I. Inan et al., Service Quality and Self-Determination Theory towards Continuance Usage Intention of Mobile Banking, *Journal of Science and Technology Policy Management*, 2021, <https://doi.org/10.1108/JSTPM-01-2021-0005>, hlm. 2053–4620.

<sup>11</sup> Samar Rahi and Mazuri Abd Ghani, Examining Internet Banking User's Continuance Intention through the Lens of Technology Continuance Theory and Task Technology Fit Model, *Digital Policy, Regulation and Governance* 23, no. 5 (2021), <https://doi.org/10.1108/DPRG-11-2020-0168>, hlm. 456–474.

<sup>12</sup> Herman E. Mandari, Daniel Ntabagi Koloseni, and Julius Macha, Continuance Usage of Mobile Banking Services Among Small and Medium Enterprises (SMEs) in Tanzania, *International Journal of ICT Research in Africa and the Middle East* 9, no. 1 (2020), <https://doi.org/10.4018/ijictrame.2020010103>, hlm. 50–66.

<sup>13</sup> Faisal Rachman, BSI Yakin Digitalisasi Adalah Strategi Kunci, [validnews.id](https://www.validnews.id), 2022.

berdampak pada berkembangnya layanan digital mencapai 95% transaksi dilakukan melalui *e-channel*, sedangkan 5% lainnya dilakukan secara langsung pada kantor cabang.

Penelitian ini dibuat dengan tujuan sebagai usaha untuk menjawab permasalahan dimana nasabah BSI merasa mengalami kesulitan dalam memahami sistem transaksi pada bank syariah dan memilih menggunakan layanan dari bank lain. Penelitian ini dilakukan dengan analisa pada faktor-faktor yang diyakini dapat mendeterminasi kepuasan dan loyalitas nasabah BSI khususnya dari diterapkannya strategi *e-channel*. Faktor-faktor tersebut adalah kualitas layanan, kepatuhan syariah dan *perceived usefulness*. Hingga saat ini BSI telah hadir dengan berbagai tawaran bentuk layanan untuk merespon tren persaingan bisnis perbankan yang terjadi akhir-akhir ini. Mempertahankan kualitas layanan melalui kantor juga mengembangkan pelayanan melalui teknologi digital yang dikerjakan secara integratif melalui *e-channel*. Pelayanan jasa keuangan berbasis syariah yang terintegrasi baik secara digital maupun non digital sebagaimana ditawarkan BSI kepada nasabah mengharuskan adanya konsep kerangka teori yang handal dan sesuai untuk bisa menjamin adanya keterkaitan layanan digital dan non digital. Perwujudan integrasi pada kerangka teori tersebut kemudian menjadi bagian dari orisinalitas penelitian ini, mengingat berbagai penelitian terdahulu hanya berkonsentrasi pada salah satu bentuk layanan saja.

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada penerapan strategi *e-channel* yang telah berkontribusi banyak dalam mendorong loyalitas nasabah BSI, banyak

peneliti yang menunjukkan perbedaan hasil empiris saat melakukan penelitian secara khusus pada lembaga keuangan berbasis syariah. BSI merupakan lembaga perbankan yang beroperasi dengan mekanisme syariah dan memiliki strategi *e-channel* sehingga menjadi relevan untuk dijadikan objek dalam menjawab pertanyaan masalah sebagai berikut.

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk?
2. Apakah kepatuhan syariah, berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk?
3. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk?
4. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap customer loyalty PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk?
5. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap customer loyalty PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk?
6. Apakah faktor kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk?
7. Apakah kepatuhan syariah, berpengaruh terhadap customer loyalty PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk?
8. Apakah faktor kepuasan nasabah memediasi pengaruh kepatuhan syariah terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk?
9. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap customer loyalty PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk?

10. Apakah faktor kepuasan nasabah memediasi pengaruh *perceived usefulness* terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk?

### C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ini dicapai dari dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk
2. Untuk menganalisis apakah kepatuhan syariah, berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk
3. Untuk menganalisis apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk
4. Untuk menganalisis apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk
5. Untuk menganalisis apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk
6. Untuk menganalisis apakah faktor kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk
7. Untuk menganalisis apakah kepatuhan syariah, berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk
8. Untuk menganalisis apakah faktor kepuasan nasabah memediasi pengaruh kepatuhan syariah terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk

9. Untuk menganalisis apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk
10. Untuk menganalisis apakah faktor kepuasan nasabah memediasi pengaruh *perceived usefulness* terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Dari tujuan penelitian yang telah ditetapkan, dapat menghadirkan kegunaan penelitian sebagai berikut:

##### 1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran atau ide untuk mengembangkan literasi tentang perilaku nasabah pengguna layanan digital pada bank syariah. Literasi ini dapat dijadikan sebagai dasar konsep penelitian ataupun digunakan dasar pengambilan kebijakan oleh praktisi dunia perbankan syariah. Penelitian ini memiliki orientasi pada islamisasi teori-teori umum pada bidang perilaku konsumen yaitu dengan menyertakan faktor normatif yang identik dengan budaya Islam.

##### 2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan juga bermanfaat secara praktis pada pengembangan bisnis teknologi informasi yang memilih umat muslim sebagai salah satu segmen atau target pasarnya, dan secara khusus adalah bank syariah. Hasil penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bahwa faktor-faktor kognitif yang disertai dengan kepercayaan atas norma dapat menjadi indikator yang diperhitungkan oleh konsumen dalam

memutuskan perilaku penggunaan secara keberlanjutan pada bisnis jasa layanan berbasis digital. Hal ini tentunya dapat menjadi dasar kebijakan strategis bagi developer yang bergerak pada bisnis bidang tersebut.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Sistem penulisan dirancang untuk memudahkan penulisan penelitian.

Sistematika penulisan penelitian yang akan ditulis yaitu:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

##### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan tentang teori yang digunakan dalam penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka berfikir.

##### **BAB III METODE PENELITIAN**

Menjelaskan mengenai pendekatan penelitian, jenis penelitian, sumber data, jenis data, hipotesis, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

##### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berisi tentang deskripsi responden penelitian, hasil analisis data dan pembahasan.

##### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan, implikasi teoritis dan saran.





## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan *e-channel* yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia. Suatu bisnis yang berorientasi pada jasa akan mengharapkan kualitas pelayanan yang dapat memudahkan kebutuhan konsumen atau pengguna. Maka meningkatkan indikator yang berkaitan dengan kualitas layanan menjadi suatu urgensi, bahwa semakin baik kualitas pelayanan akan semakin tinggi kepuasan nasabah pengguna layanan *e-channel* BSI.
2. Kepatuhan syariah tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan *e-channel* yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia. Maka peningkatan unsur kepatuhan syariah tidak meningkatkan kepuasan nasabah pengguna layanan *e-channel* BSI.
3. *Perceived usefulness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan *e-channel* yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia. Maka meningkatkan indikator yang berkaitan dengan *perceived Usefulness* menjadi urgensi yang tinggi. Bahwa semakin banyak manfaat yang dirasakan dari layanan *e-channel* BSI akan meningkatkan kepuasan pengguna *e-channel* BSI.
4. Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *e-channel* yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia. Maka meningkatkan indikator-indikator yang berkaitan dengan kepuasan

nasabah menjadi suatu urgensi dengan mempertimbangkan bahwa semakin nasabah merasa puas atas layanan layanan *e-channel* yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia akan semakin tinggi tingkat loyalitas penggunanya.

5. Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *e-channel* yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia. Maka peningkatan unsur kualitas layanan tidak meningkatkan loyalitas nasabah pengguna layanan *e-channel* BSI. Namun kualitas layanan secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan dimediasi oleh kepuasan nasabah.
6. Kepatuhan syariah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *e-channel* yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia. Maka meningkatkan unsur yang berkaitan dengan kepatuhan syariah dapat mendukung peningkatan loyalitas nasabah pengguna layanan *e-channel* BSI.
7. *Perceived usefulness* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *e-channel* yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia. Maka peningkatan unsur *perceived usefulness* tidak meningkatkan loyalitas nasabah pengguna layanan *e-channel* BSI.
8. Kepuasan nasabah memiliki peran mediasi yang signifikan pada pengaruh kualitas layanan dan *perceived usefulness* terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *e-channel* BSI. Maka memastikan seluruh indikator

kualitas layanan dan *perceived usefulness* agar dapat mendukung peningkatan loyalitas nasabah pengguna layanan *e-channel* BSI.

9. Kepuasan nasabah tidak memiliki peran mediasi antara kepatuhan syariah terhadap loyalitas nasabah. Maka dapat dipastikan bahwa kepuasan nasabah pengguna layanan *e-channel* BSI tidak dapat mempengaruhi kepatuhan syariah terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *e-channel* BSI.

## **B. Implikasi Teoritis**

1. Berdasarkan teori yang digagas oleh Oliver tentang salah Satu harapan yang dimiliki oleh pengguna suatu bisnis jasa, yaitu diantaranya adalah harapan atas kualitas dan kemanfaatan suatu teknologi. Harapan ini memiliki kemungkinan untuk dirasakan atau tidak dirasakan oleh pengguna dan tentunya akan sangat berpengaruh pada kepuasan layanan. Sedangkan kepuasan layanan merupakan faktor yang kuat dalam menentukan terbentuknya loyalitas pengguna. Dengan loyalitas pengguna yang terwujud dari diri pengguna, pengembangan bisnis jasa akan semakin berproses dan kinerja pemasaran yang baik juga akan tercapai. Artinya secara signifikan secara tidak langsung kualitas layanan apabila berpengaruh terhadap kepuasan nasabah akan mempengaruhi loyalitas nasabah.
2. Berdasarkan teori yang digagas oleh H. Amin tentang preferensi pemilihan produk atau layanan yang dioperasikan sesuai dengan ketentuan syariah ternyata terbukti secara empiris tidak berpengaruh pada kepuasan

konsumen, namun dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Hal ini dapat dijelaskan secara logis bahwa, kepuasan yang muncul dari penggunaan layanan yang sesuai dengan ketentuan syariah merupakan kepuasan yang terorientasi pada kepuasan religius sehingga dapat mempengaruhi loyalitas nasabah tanpa mempertimbangkan kepuasan materil.

3. Berdasarkan teori yang digagas oleh Oliver tentang salah satu harapan yang dimiliki oleh pengguna suatu bisnis jasa, yaitu diantaranya adalah harapan atas kemanfaatan suatu teknologi. Harapan ini memiliki kemungkinan untuk dirasakan atau tidak dirasakan oleh pengguna dan tentunya akan lebih berpengaruh pada kepuasan layanan. Sedangkan kepuasan layanan merupakan faktor yang kuat dalam menentukan terbentuknya loyalitas pengguna. Dengan loyalitas pengguna yang terwujud dari diri pengguna, pengembangan bisnis jasa akan semakin berproses dan kinerja pemasaran yang baik juga akan tercapai. Hal ini menjadikan munculnya asumsi bahwa jika seseorang tidak merasakan kepuasan dari kemanfaatan produk layanan, maka loyalitasnya tidak akan terbentuk.

### **C. Saran**

#### **1. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya agar bisa memperluas objek penelitian dengan skala Provinsi atau Indonesia, serta menambahkan berbagai jenis sampel agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih maksimal. Karena berdasarkan keterbatasan penelitian ini, telah ditemukan bahwa mayoritas

dari pengguna layanan digital bank syariah bukanlah atas dasar inisiatif atau keinginan pribadi melainkan didasarkan pada kebutuhan pendidikan, pekerjaan ataupun regulasi transaksi.

## 2. Bagi Praktisi Perbankan Syariah

- a. Untuk itu meningkatkan kepuasan nasabah khususnya dalam bentuk pelayanan yang efektif, efisien memudahkan dan memuaskan. Selain itu penyedia layanan *e-channel* BSI perlu memperbaiki fasilitas dan kualitas layanan digital untuk dapat memperbaiki penilaian beberapa nasabah yang belum puas dengan kondisi tersebut.
- b. Menjaga kepastian dan kredibilitas dalam kepatuhan syariah khususnya dalam indikator operasional tanpa bunga, biaya yang sesuai dengan skema syariah, variasi produk-produk halal serta kesesuaian hukum merupakan prioritas utama untuk membentuk loyalitas nasabah pengguna layanan *e-channel* BSI. Beberapa nasabah masih menunjukkan keraguan dari kualitas kepatuhan syariah layanan digital bank syariah dari segi penereapan bunga dan keterpenuhinya seluruh ketentuan prinsip hukum islam, untuk itu diperlukan kajian bersama dewan pengawas syariah tentang beberapa indikasi tersebut untuk memastikan kepercayaan nasabah.
- c. Meningkatkan manfaat yang dirasakan khususnya dalam indikator kepastian produk halal, menguntungkan nasabah, efisiensi dan efektifitas merupakan prioritas utama untuk membentuk kepuasan

nasabah sehingga berdampak pada terbentuknya loyalitas pengguna layanan *e-channel* BSI. Indikator yang mendapatkan penilaian terendah adalah pada faktor kemanfaatan dari segi waktu maupun materi, artinya layanan *e-channel* BSI tetap harus menawarkan kemanfaatan segi waktu dan materi seperti layanan yang cepat, kebijakan promo, biaya dan lain sebagainya.

- d. Meningkatkan kualitas layanan pada *e-channel* BSI khususnya dalam indikator kualitas tim manajemen, perilaku staff kepada nasabah dengan baik, kerahasiaan nasabah, menyediakan berbagai macam produk pada *e-channel* serta kecepatan dan efisiensi transaksi merupakan prioritas utama untuk membentuk kepuasan nasabah sehingga berdampak pada terbentuknya loyalitas pengguna layanan *e-channel* BSI. Indikator yang mendapatkan penilaian terendah adalah pada faktor kualitas layanan dari segi ketersediaan berbagai macam produk pada *e-channel*, artinya layanan *e-channel* BSI tetap harus meningkatkan penawaran berbagai macam produk pada *e-channel* agar nasabah bias bertransaksi dengan efektif dan efisien.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, Selim, Muhammad Mohiuddin, Mahfuzur Rahman, Kazi Md Tarique, and Md Azim. "The Impact of Islamic Shariah Compliance on Customer Satisfaction in Islamic Banking Services: Mediating Role of Service Quality." *Journal of Islamic Marketing*, 2021. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2020-0346>.
- Aisyah, Muniaty. "Islamic Bank Service Quality and It's Impact on Indonesian Customers' Satisfaction and Loyalty." *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 10 (2018): 367–88.
- . "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>.
- Al-Ajmi, Jasim. "Clients of Conventional and Islamic Banks in Bahrain: How They Choose Which Bank to Patronize." *International Journal of Social Economics* 36, no. 11 (2009): 1086–1112.
- Al-Mahalli, Jalaluddin, and Jalaluddin As-Suyuthi. *Tafsir Al Jalalain*. Beirut: Darul Kutub Al Islamiyah, 1505.
- Amar Fauzi, Tatik Suryani, Abu. "Measuring the Effects of Service Quality by Using Carter Model towards Customer Satisfaction, Trust and Loyalty in Indonesian Islamic Banking." *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 1 (2019): 269–89.
- Amin, Hanudin. "Consumer Behaviour of Islamic Home Financing: Investigating Its Determinants from the Theory of Islamic Consumer Behaviour."

- Humanomics* 33, no. 4 (2017): 517–48. <https://doi.org/10.1108/H-12-2016-0102>.
- . “Critical Success Factors for the Receptiveness of Islamic Home Financing in Malaysia.” *International Journal of Emerging Markets* 15, no. 5 (2020): 849–73. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-04-2018-0187>.
- . “Examining the Influence of Factors Critical for the Consumer to Accept the Offered Islamic Home Financing.” *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 11, no. 7 (2020): 1379–1402. <https://doi.org/10.1108/JIABR-07-2018-0110>.
- . “Examining the Influence of Factors Critical for the Consumer to Accept the Offered Islamic Home Financing.” *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 11, no. 7 (2020).
- . “The Islamic Theory of Consumer Behaviour for Ijarah Home Financing.” *Journal of Asia Business Studies* 13, no. 4 (2019): 672–93. <https://doi.org/10.1108/JABS-09-2018-0261>.
- Amin, Hanudin, Abdul Rahim Abdul-Rahman, and Dzuljastri Abdul Razak. “Theory of Islamic Consumer Behaviour: An Empirical Study of Consumer Behaviour of Islamic Mortgage in Malaysia.” *Journal of Islamic Marketing* 5, no. 2 (2014): 273–301. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2013-0042>.
- Amin, Muslim. “Internet Banking Service Quality and Its Implication on E-Customer Satisfaction and e-Customer Loyalty.” *International Journal of Bank Marketing* 34, no. 3 (2016): 280–306. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2014-0139>.

Anouze, Abdel Latef M., Ahmed Salameh Alamro, and Abdulkareem Salameh Awwad. "Customer Satisfaction and Its Measurement in Islamic Banking Sector: A Revisit and Update." *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 2 (2019): 565–88. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2017-0080>.

Antonio, Muhammad Syafie. *Bank Shari'ah Bagi Banker Dan Praktisi Keuangan*. Jakarta: Tazkia Institute, 2001.

Ariono, Imam. "Analisis Faktor Kepuasan, Kepercayaan, Komitmen Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Bni Syariah Semarang." *Syariati V*, no. 01 (2019): 183–92.

Asnakew, Zeleke Siraye. "Customers' Continuance Intention to Use Mobile Banking: Development and Testing of an Integrated Model." *The Review of Socionetwork Strategies* 14, no. 1 (2020): 123–46. <https://doi.org/10.1007/s12626-020-00060-7>.

Asnawi, Nur, Badri Munir Sukoco, and Muhammad Asnan Fanani. "The Role of Service Quality within Indonesian Customers Satisfaction and Loyalty and Its Impact on Islamic Banks." *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 1 (2020): 192–212. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2017-0033>.

Baabdullah, Abdullah M., Ali Abdallah Alalwan, Nripendra P. Rana, Hatice Kizgin, and Pushp Patil. "Consumer Use of Mobile Banking (M-Banking) in Saudi Arabia: Towards an Integrated Model." *International Journal of Information Management* 44, no. July 2018 (2019): 38–52. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.002>.

Bhattacharjee, Anol. "Understanding Information Systems Continuance: An

- Expectation-Confirmation Mode.” *Mis Quarterly* 25, no. 3 (2001): 351–70.
- BSI. “Laporan Tahunan 2021: Energi Baru Untuk Indonesia.” *PT Bank Syariah Indonesia, Tbk.*, 2021.
- Chawla, Deepak, and Himanshu Joshi. “Consumer Attitude and Intention to Adopt Mobile Wallet in India – An Empirical Study.” *International Journal of Bank Marketing* 37, no. 7 (2019): 1590–1618. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>.
- Chin, Wynne W. “The Partial Least Squares Approach for Structural Equation Modeling.” *Modern Methods for Business Research*, no. April (1998): 295–336.
- Currás-Pérez, Rafael, Carla Ruiz-Mafé, and Silvia Sanz-Blas. “Social Network Loyalty: Evaluating the Role of Attitude, Perceived Risk and Satisfaction.” *Online Information Review* 37, no. 1 (2013): 61–82. <https://doi.org/10.1108/14684521311311630>.
- Dagger, Tracey S., and Timothy K. O’Brien. “Does Experience Matter?: Differences in Relationship Benefits, Satisfaction, Trust, Commitment and Loyalty for Novice and Experienced Service Users.” *European Journal of Marketing* 44, no. 9 (2010): 1528–52. <https://doi.org/10.1108/03090561011062952>.
- Fachrurazi, Sahat Aditua Fandithya Silalahi, T. Ade Surya, and Achmad Muchaddam Fahham. “Factors Affecting Customers’ Satisfaction and Loyalty in Sharia Financing for Small and Medium Enterprises.” *International Journal of Advanced Science and Technology* 29, no. 6 (2020):

1391–1403.

Ferdinand, Augusty. *Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. 5th ed. Semarang: UNDIP PRESS, 2020.

Fornell, Claes, and David F. Larcker. “Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error.” *Journal of Marketing Research* 18, no. 1 (1981): 39. <https://doi.org/10.2307/3151312>.

Franque, Frank Bivar, Tiago Oliveira, Carlos Tam, and Fernando de Oliveira Santini. “A Meta-Analysis of the Quantitative Studies in Continuance Intention to Use an Information System.” *Internet Research* 31, no. 1 (2021): 123–58. <https://doi.org/10.1108/INTR-03-2019-0103>.

Ghobaidan, Simon Speller, Matthew Jones, Abby. “Service Quality Concepts and Models.” *International Journal of Quality & Reliability Management* 11, no. 9 (1994).

Ghozali, Imam, and Hengky Latan. *Partial Least Square: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2021.

Gong, Min, Yan Xu, and Yuecheng Yu. “An Enhanced Technology Acceptance Model for Web-Based Learning.” *Journal of Information Systems Education* 15, no. 4 (2004): 365–74.

Griffin, Jill. *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga, 2003.

Ikatan Bangkir Indonesia. *Mengelola Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia

Pustaka Utama, 2014.

Inan, Dedi I., Achmad Nizar Hidayanto, Ratna Juita, Faiz Fadhillah Soemawilaga, Fivi Melinda, Puspacinantya Puspacinantya, and Yasmin Amalia. "Service Quality and Self-Determination Theory towards Continuance Usage Intention of Mobile Banking." *Journal of Science and Technology Policy Management*, 2021, 2053–4620. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-01-2021-0005>.

Indarsin, Tjuk, and Hapzi Ali. "Attitude toward Using M-Commerce: The Analysis of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Trust: Case Study in Ikens Wholesale Trade, Jakarta-Indonesia." *Saudi Journal of Business and Management Studies* 2, no. 11 (2017): 995–1007. <https://doi.org/10.21276/sjbms.2017.2.11.7>.

Kaakeh, Abdulkader, M. Kabir Hassan, and Stefan F. Van Hemmen Almazor. "Factors Affecting Customers' Attitude towards Islamic Banking in UAE." *International Journal of Emerging Markets* 14, no. 4 (2019): 668–88. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-11-2017-0502>.

Kahf, Monzer. "A Contribution to the Theory of Consumer Behavior in an Islamic Society: Studies in Islamic Economics." King Abdul- Aziz University, 1980.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. Jakarta: PT. Prehalindo, 2002.

L. Oliver, Richard. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. 2nd ed. New York: Routledge Taylor & Francis Group, 2010.

Lee, Chen Ying, Chih Hsuan Tsao, and Wan Chuan Chang. "The Relationship

- between Attitude toward Using and Customer Satisfaction with Mobile Application Services: An Empirical Study from the Life Insurance Industry.” *Journal of Enterprise Information Management* 28, no. 5 (2015): 680–97. <https://doi.org/10.1108/JEIM-07-2014-0077>.
- Lee, Younghwa, and Kenneth A. Kozar. “An Empirical Investigation of Anti-Spyware Software Adoption: A Multitheoretical Perspective.” *Information and Management* 45, no. 2 (2008): 109–19. <https://doi.org/10.1016/j.im.2008.01.002>.
- Lu, Juan, and Yan Lu. “Dimensions and Influencing Factors of Customer Loyalty in the Intermittent Service Industry.” *Frontiers of Business Research in China* 3, no. 1 (2009): 63–78. <https://doi.org/10.1007/s11782-009-0004-4>.
- Mandari, Herman E., Daniel Ntabagi Koloseni, and Julius Macha. “Continuance Usage of Mobile Banking Services Among Small and Medium Enterprises (SMEs) in Tanzania.” *International Journal of ICT Research in Africa and the Middle East* 9, no. 1 (2020): 50–66. <https://doi.org/10.4018/ijictrame.2020010103>.
- Mulia, Dipa, Hardius Usman, and Novia Budi Parwanto. “The Role of Customer Intimacy in Increasing Islamic Bank Customer Loyalty in Using E-Banking and m-Banking.” *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 6 (2020): 1097–1123. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2019-0190>.
- Naufaldi, Ivan, and Miharani Tjokrosaputro. “Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Dan Trust Terhadap ZALORA’s Application User Satisfaction.” *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 2, no. 3 (2020): 715–



22.

Nugroho, Bhuono Agung. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi, 2005.

Octavia, Ria. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 13, no. 1 (2019): 35–39. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.35-39>.

Oliver, Richard L., and William O. Bearden. “Disconfirmation Processes and Consumer Evaluations in Product Usage.” *Journal of Business Research* 13, no. 3 (1985): 235–46. [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(85\)90029-3](https://doi.org/10.1016/0148-2963(85)90029-3).

Oliver, Richard L. “A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions.” *Journal of Islamic Marketing Research* 17, no. 4 (1980): 460.

Othman, Lynn Owen, Abdulqawi. “Adopting and Measuring Consumer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Research in Kuwait Finance House.” *International Journal of Islamic Financial Services* 3, no. 4 (2001): 1–12.

Otoritas Jasa Keuangan. “OJK Dukung Peningkatan Peran Sektor Jasa Keuangan Selama 2022 Dan Perkuat Daya Tahan Serta Integritas Pada 2023,” 2023. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-Dukung-Peningkatan-Peran-Sektor-Jasa-Kuangan-Selama-2022-dan-Perkuat-Daya-Tahan-Serta-Integritas-Pada-2023.aspx>.

Özkan, Pınar, Seda Süer, İstem Köymen Keser, and İpek Deveci Kocakoç. “The Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty: The Mediation of Perceived Value of Services, Corporate Image, and

- Corporate Reputation.” *International Journal of Bank Marketing* 38, no. 2 (2020): 384–405. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2019-0096>.
- Rachman, Faisal. “BSI Yakin Digitalisasi Adalah Strategi Kunci.” [validnews.id](http://validnews.id), 2022.
- Rahi, Samar, and Mazuri Abd Ghani. “Examining Internet Banking User’s Continuance Intention through the Lens of Technology Continuance Theory and Task Technology Fit Model.” *Digital Policy, Regulation and Governance* 23, no. 5 (2021): 456–74. <https://doi.org/10.1108/DPRG-11-2020-0168>.
- Ramadani, Orin Verawati, Abd Rahman Kadir, and Abdullah Sanusi. “Analisis Pengaruh Syariah Compliance Dan Assurance Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Barokatul Umah Di Kabupaten Merauke.” *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2018): 349–75. <https://doi.org/10.21580/economica.2018.9.2.2662>.
- Ramdhani, Muhammad Ali, Abdullah Ramdhani, and Dinar Mariam Kurniati. “The Influence of Service Quality toward Customer Satisfaction of Islamic Sharia Bank.” *Australian Journal of Basic and Applied Sciences* 5, no. 9 (2011): 1099–1104.
- Rezvani, Azadeh, Pouria Khosravi, and Linying Dong. “Motivating Users toward Continued Usage of Information Systems: Self-Determination Theory Perspective.” *Computers in Human Behavior* 76 (2017): 263–75. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.07.032>.
- Shankar, Amit, and Charles Jebarajakirthy. “The Influence of E-Banking Service

- Quality on Customer Loyalty: A Moderated Mediation Approach.” *International Journal of Bank Marketing* 37, no. 5 (2019): 1119–42. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2018-0063>.
- Sheng, Tianxiang, and Chunlin Liu. “An Empirical Study on the Effect of E-Service Quality on Online Customer Satisfaction and Loyalty.” *Nankai Business Review International* 1, no. 3 (2010): 273–83. <https://doi.org/10.1108/20408741011069205>.
- Sudandarumini. *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Peneitian Pemula*. Yogyakarta: Universitas gajah mada Presss, 2001.
- Sudaryono. *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Sugiyono. *Metode Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- . *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sulaiman, Zaidatul Akma, Mohammad Iranmanesh, Behzad Foroughi, and Othman Rosly. “The Impacts of Shariah-Compliant Hotel Attributes on Muslim Travellers Revisit Intention: Religiosity as a Moderator.” *Journal of Islamic Marketing*, 2021. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2020-0179>.
- Suyanto, Danang. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Alat Statsitik & Analisis Output Komputer*. Sleman: CAPS, 2011.
- Utami, Cristina Widya. *Manajemen Ritel (Strategi Dan Implementasi Ritel)*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Utami, Meliana, Tati Handayani, and Pusporini. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah.” *Conference on Islamic*

*Management, Accounting, and Economics (CIMA)E Proceeding 2* (2019): 170–78.

Venkatesh, Viswanath, and Fred D. Davis. “A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies.” *Management Science* 46, no. 2 (2000): 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>.

Wildana, Yunus Zaka. “Pegawai Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Pekalongan.” *Wawancara*. 2023.

Wiyono, Gendro. *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 25 & SmartPLS 3.2.8*. 2nd ed. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2020.

Zhang, Le, Qiang Yan, and Leihan Zhang. “A Computational Framework for Understanding Antecedents of Guests’ Perceived Trust towards Hosts on Airbnb.” *Decision Support Systems* 115, no. October (2018): 105–16. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2018.10.002>.

Zulkarnain, Rizal, HER Taufik, and Agus David Ramdansyah. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening ((Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu’amalah Cilegon).” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 1 (2020): 87–110.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN

##### Data Responden

- Nama :
- Jenis Kelamin :
- Domisili :
- Pekerjaan :
- Kategori pengguna : Aktif/Pasif
- Memiliki rekening : Ya/Tidak
  - Memiliki saldo : Ya/Tidak
  - Memiliki mobile banking : Ya/Tidak

##### Keterangan

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	<b>Kualitas Layanan</b>					
1	Tim manajemen <i>e-channel</i> BSI telah berpengetahuan dan berpengalaman baik.					

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
2	Staff BSI telah memperlakukan nasabah pengguna <i>e-channel</i> dengan baik					
3	Kerahasiaan nasabah pengguna <i>e-channel</i> BSI telah terjamin					
4	Berbagai macam produk dan layanan tersedia dalam <i>e-channel</i> BSI					
5	Kecepatan dan efisiensi transaksi telah tercapai dengan menggunakan <i>e-channel</i> BSI					
<b>Kepatuhan Syariah</b>						
1	Layanan BSI melalui <i>e-channel</i> telah sesuai prinsip syariah Islam					
2	Layanan BSI melalui <i>e-channel</i> tidak menerapkan sistem bunga					
3	Layanan BSI melalui <i>e-channel</i> telah menyediakan produk dan layanan Islami					
4	Layanan BSI melalui <i>e-channel</i> telah menerapkan prinsip bagi hasil					
<b>Manfaat yang diperoleh</b>						
1	Menggunakan layanan <i>e-channel</i> BSI dapat menyelesaikan transaksi perbankan dengan lebih cepat					
2	Menggunakan layanan <i>e-channel</i> BSI dapat memberi kemudahan dalam kebutuhan transaksi perbankan.					
3	Menggunakan layanan <i>e-channel</i> BSI menguntungkan saya baik secara waktu ataupun materi					
<b>Kepuasan</b>						

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Layanan <i>e-channel</i> BSI sangat efektif					
2	Layanan <i>e-channel</i> BSI sangat efisien					
3	Layanan <i>e-channel</i> BSI sangat memudahkan					
4	Layanan <i>e-channel</i> BSI sangat memuaskan					
<b>Loyalitas</b>						
1	Saya akan selalu menggunakan layanan <i>e-channel</i> BSI dalam kebutuhan transaksi perbankan					
2	Saya akan menggunakan beberapa produk yang ditawarkan layanan <i>e-channel</i> BSI					
3	Saya akan merekomendasikan produk layanan <i>e-channel</i> BSI kepada rekan-rekan					
4	Saya akan memprioritaskan penggunaan layanan <i>e-channel</i> BSI dan menolak produk lain					

Lampiran 2. Tabulasi Data Uji Coba Kuesioner

NO	KL 1	KL 2	KL 3	KL 4	KL 5	KS 1	KS 2	KS 3	KS 4	PU 1	PU 2	PU 3	KN 1	KN 2	KN 3	KN 4	LN 1	LN 2	LN 3	LN 4
1	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	3
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3
5	2	5	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	5	5	4	4	4	3	3	4	3	4	5	3	4	4	4	4	3	3	3	3
7	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
9	5	4	4	5	5	4	3	5	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3
10	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
11	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
12	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	5	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3
15	3	3	3	5	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	1



16	4	5	4	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3
17	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	
19	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
22	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
24	3	4	3	4	5	3	5	4	4	4	5	5	4	3	4	3	4	4	3	
25	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
27	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	
28	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
30	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	
31	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	2	
32	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
33	5	5	4	2	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	2	
34	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	3	4	
35	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
36	3	4	3	3	2	4	3	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	
37	4	4	4	4	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
39	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	
40	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	
41	4	5	5	4	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	
42	4	5	4	4	4	4	4	4	2	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	
43	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	3	
44	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
46	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	
47	4	4	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
49	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	
51	4	4	4	5	5	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	
52	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	3	4	3	3	3	3	
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
54	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
55	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	
56	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	
57	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	3	
58	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	
59	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
60	5	5	4	5	5	3	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	
61	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
62	3	3	4	2	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	
63	3	3	3	5	4	3	3	4	3	5	5	4	4	4	5	4	5	4	2	

64	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
65	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	3	
66	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	3	3	
67	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	
68	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
69	4	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	2	
70	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
72	4	4	3	4	2	3	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	5	3	3	2	
73	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	
74	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
75	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	
76	5	5	4	5	5	4	3	3	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	
77	4	4	5	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	
78	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
79	3	4	4	4	2	2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	2	3	2	2	
80	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	
81	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
82	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	5	4	4	3	4	4	3	3	2	3	2
83	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	
84	5	4	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	5	5	3	4	4	
85	4	4	4	4	4	2	2	4	2	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	
86	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	
87	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	
88	3	4	3	4	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	2	3	2	
89	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
90	5	4	4	5	5	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	

Lampiran 3. Tabulasi Data Kuesioner

NO	KL 1	KL 2	KL 3	KL 4	KL 5	KS 1	KS 2	KS 3	KS 4	PU 1	PU 2	PU 3	KN 1	KN 2	KN 3	KN 4	LN 1	LN 2	LN 3	LN 4
1	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	3
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3
5	2	5	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	5	5	4	4	4	3	3	4	3	4	5	3	4	4	4	4	3	3	3	3
7	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
9	5	4	4	5	5	4	3	5	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3
10	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
11	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
12	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	5	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3

15	3	3	3	5	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	1	2	2	1
16	4	5	4	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3
17	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3
19	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	3	4	3	4	5	3	5	4	4	4	5	5	4	3	4	3	4	4	3
25	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2
28	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
31	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	2
32	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	5	5	4	2	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	2
34	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	3	4
35	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
36	3	4	3	3	2	4	3	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3
37	4	4	4	4	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
39	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3
40	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
41	4	5	5	4	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4
42	4	5	4	4	4	4	4	4	2	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3
43	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	3
44	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4
47	4	4	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
49	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
51	4	4	4	5	5	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3
52	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	3	4	3	3	3	3
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
55	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
56	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
57	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	3
58	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4
59	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	5	5	4	5	5	3	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4
61	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	3	3	4	2	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3

63	3	3	3	5	4	3	3	4	3	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	2	
64	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
65	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	3	
66	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	3	3	
67	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3
68	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
69	4	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	2	
70	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
72	4	4	3	4	2	3	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	5	3	3	2	
73	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	
74	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
75	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	
76	5	5	4	5	5	4	3	3	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	
77	4	4	5	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	
78	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
79	3	4	4	4	2	2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	2	3	2	2	
80	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	
81	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
82	4	4	4	4	5	4	3	3	3	5	4	4	3	4	4	3	3	2	3	2	
83	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	
84	5	4	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	5	5	3	4	4	
85	4	4	4	4	4	2	2	4	2	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	
86	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	
87	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	
88	3	4	3	4	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	
89	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
90	5	4	4	5	5	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	
91	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	
92	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	
93	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	3	
94	5	5	5	4	5	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	
95	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	
96	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
97	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	3	
98	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	
99	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	3	5	4	3	4	4	
100	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	
101	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	3	1	
102	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	
103	4	5	5	5	5	4	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	
104	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	
105	4	4	3	4	5	3	3	4	3	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	3	
106	4	4	5	4	5	3	3	5	4	4	4	5	3	3	4	4	5	3	4	5	
107	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	2	
109	3	4	5	5	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	
110	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	

111	5	5	5	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3		
112	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
113	1	5	1	5	1	2	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4		
114	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	
115	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
116	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3		
117	4	5	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4		
118	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	
119	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	
120	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	
121	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	
122	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
124	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	3	
125	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	
126	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	
127	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
128	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	
129	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	2	
130	4	5	5	4	5	5	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	2	4	3	
131	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	
132	4	4	4	4	4	3	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	
133	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	3	
135	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
136	4	4	5	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	3	
137	4	3	3	4	5	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	
138	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
139	4	2	4	2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	
140	4	4	4	4	5	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	3	
141	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	
142	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	2	
143	4	4	4	4	3	4	2	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
144	4	3	3	4	2	3	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	
145	4	4	3	5	5	3	3	3	3	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	2	
146	4	3	5	4	2	3	3	4	3	4	3	4	2	3	2	2	3	3	3	1	
147	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	
148	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	
149	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
150	4	4	5	5	5	3	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	
151	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
152	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	
153	4	4	4	4	5	4	4	4	2	5	4	5	5	4	5	4	4	3	3	3	
154	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	
155	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
156	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
157	4	5	4	4	4	4	5	5	3	3	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	
158	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	

159	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
160	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
161	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
162	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
163	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
164	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4
165	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
166	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
167	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
168	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
169	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
170	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
171	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3
172	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
173	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
174	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
175	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
176	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
177	4	4	1	4	4	4	1	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
178	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5
179	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3
180	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	2	2
181	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
182	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
183	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
184	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
185	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
186	4	3	4	2	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	1	1
187	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
188	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
189	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
190	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
191	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
192	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	3	3
193	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
194	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
195	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3
196	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
197	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	3	3
198	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
199	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3
200	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Dhea Aulia Damayanti

Tempat, tanggal lahir : Pemalang, 12 Agustus 1998

Jenis kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Ds. Kebagusan RT 15/RW 03 Kec. Ampelgading Kab.  
Pemalang Jawa Tengah


No. Telepon : 082324506362

E-mail : [dheaaulia128@gmail.com](mailto:dheaaulia128@gmail.com)

Pendidikan

S1	: Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
SMA	: Pondok Modern Darussalam Gontor Putri 1
SMP	: Pondok Modern Darussalam Gontor Putri 1
SD	: SD Muhammadiyah Kebagusan
TK	: TK Aisyiyah Bustanul Athfal Kebagusan

Pekalongan, 3 April 2023

  
Dhea Aulia Damayanti





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161  
Website : [perpustakaan.uingusdur.ac.id](http://perpustakaan.uingusdur.ac.id) Email : [perpustakaan@iainpekalongan.ac.id](mailto:perpustakaan@iainpekalongan.ac.id)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : DHEA AULIA DAMAYANTI  
NIM : 5421007  
Jurusan : Magister Ekonomi Syariah / Pascasarjana  
E-mail address : [dheaaulia128@gmail.com](mailto:dheaaulia128@gmail.com)  
No. Hp : 082324506362

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Tugas Akhir  Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

Yang berjudul :

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPATUHAN SYARIAH DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP KEPUASAN NASABAH DAN LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DARI PENERAPAN STRATEGI E-CHANNEL**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 7 April 2023



DHEA AULIA DAMAYANTI

NB : *Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani  
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam CD.*