

## **Pengaruh Kualitas Layanan Digital dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah**

**Chelsea Lolita Br Sembiring, Ciptami, Selfiana Lubis, Hendra**

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan digital dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 20 responden nasabah bank syariah yang aktif menggunakan layanan digital perbankan. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif, uji reliabilitas, korelasi, dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan digital dan kepuasan nasabah berada pada kategori tinggi dengan nilai reliabilitas > 0,80. Uji korelasi menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan signifikan antara variabel independen dan loyalitas nasabah. Hasil regresi memperlihatkan bahwa kualitas layanan digital dan kepuasan nasabah secara simultan mampu menjelaskan 66,3% variasi loyalitas nasabah bank syariah. Secara parsial, kualitas layanan digital berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kemudahan akses layanan, kecepatan transaksi, dan keamanan sistem, sedangkan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan melalui pengalaman positif dan kualitas pelayanan yang diberikan bank syariah. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas layanan digital dan kepuasan nasabah menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas nasabah bank syariah di era transformasi digital.

**Kata Kunci:** kualitas layanan digital, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah, bank syariah

### **Abstract**

This study aims to analyze the influence of digital service quality and customer satisfaction on customer loyalty in Islamic banks. The research employed a quantitative approach by distributing questionnaires to 20 respondents who are active users of Islamic banking digital services. The data were analyzed using descriptive statistics, reliability testing, correlation analysis, and multiple linear regression. The results indicate that digital service quality and customer satisfaction are categorized as high with reliability values above 0.80. Correlation testing shows strong and significant relationships between the independent variables and customer loyalty. Regression analysis reveals that digital service quality and customer satisfaction simultaneously explain 66.3% of the variation in customer loyalty in Islamic banks. Partially, digital service quality significantly influences customer loyalty through service accessibility, transaction speed, and system security, while customer satisfaction significantly affects loyalty through positive experiences and service quality provided by Islamic banks. These findings confirm that improving digital service quality and customer satisfaction are important factors in building customer loyalty in Islamic banks in the era of digital transformation.

Keywords: digital service quality, customer satisfaction, customer loyalty, Islamic banking

## A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam sektor perbankan, termasuk pada industri perbankan syariah. Transformasi digital menjadi salah satu strategi utama yang dilakukan bank syariah untuk meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah. Kehadiran layanan digital seperti mobile banking, internet banking, dan aplikasi pembayaran digital memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi secara cepat dan efisien.

Bank syariah saat ini tidak hanya bersaing dalam aspek produk dan layanan konvensional, tetapi juga dalam kualitas layanan digital yang diberikan kepada nasabah. Nasabah modern menginginkan layanan yang mudah diakses, aman, cepat, dan mampu memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari. Oleh karena itu, kualitas layanan digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing bank syariah.

Kualitas layanan digital mencerminkan kemampuan bank dalam menyediakan sistem layanan berbasis teknologi yang mudah digunakan, stabil, dan aman. Nasabah cenderung lebih puas ketika layanan digital yang digunakan mampu memberikan kenyamanan dan efisiensi transaksi. Sebaliknya, gangguan sistem, lambatnya proses transaksi, dan kurangnya keamanan dapat menurunkan tingkat kepuasan nasabah.

Selain kualitas layanan digital, kepuasan nasabah juga menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas nasabah bank syariah. Kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan harapan dengan kinerja layanan yang diterima. Nasabah yang merasa puas cenderung akan menggunakan kembali layanan bank dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Loyalitas nasabah menjadi aset penting bagi bank syariah karena berkaitan dengan keberlangsungan hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah. Nasabah yang loyal tidak hanya menggunakan produk secara berulang, tetapi juga memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap bank syariah.

Dalam era digital, loyalitas nasabah dipengaruhi oleh pengalaman penggunaan layanan digital. Nasabah akan tetap menggunakan layanan bank apabila mereka merasa nyaman dan puas terhadap kualitas sistem yang diberikan. Oleh karena itu, bank syariah perlu terus meningkatkan kualitas layanan digital agar mampu mempertahankan loyalitas nasabah.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Penelitian lain juga menjelaskan bahwa kepuasan nasabah menjadi faktor penting dalam membentuk loyalitas pelanggan pada industri jasa keuangan. Namun demikian, penelitian yang menghubungkan

kualitas layanan digital dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah bank syariah masih relatif terbatas.

Dengan meningkatnya penggunaan layanan digital pada sektor perbankan syariah, penting untuk mengetahui sejauh mana kualitas layanan digital dan kepuasan nasabah mampu memengaruhi loyalitas nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan digital dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah bank syariah.

## B. KAJIAN TEORI

### Kualitas Layanan Digital

Kualitas layanan digital merupakan tingkat kemampuan sistem layanan berbasis teknologi dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna. Dalam konteks perbankan syariah, kualitas layanan digital mencakup kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan transaksi, keamanan sistem, dan kualitas informasi yang diberikan kepada nasabah.

Layanan digital yang berkualitas mampu meningkatkan kenyamanan dan efisiensi transaksi nasabah. Nasabah akan merasa lebih puas apabila aplikasi perbankan mudah digunakan dan memiliki sistem yang stabil.

Selain itu, kualitas layanan digital juga berkaitan dengan keamanan transaksi dan perlindungan data pribadi nasabah. Semakin baik kualitas layanan digital, semakin tinggi tingkat kepercayaan dan kenyamanan nasabah terhadap bank syariah.

### Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan respon emosional nasabah setelah membandingkan harapan dengan kualitas layanan yang diterima. Kepuasan muncul ketika layanan yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi nasabah.

Nasabah yang merasa puas cenderung memiliki persepsi positif terhadap bank dan bersedia menggunakan layanan secara berulang. Kepuasan nasabah juga berkaitan dengan kualitas pelayanan, kemudahan transaksi, dan pengalaman penggunaan layanan digital.

Dalam industri perbankan syariah, kepuasan nasabah menjadi faktor penting dalam menciptakan hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah.

### Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah merupakan komitmen nasabah untuk terus menggunakan produk dan layanan suatu perusahaan secara berkelanjutan. Loyalitas tercermin melalui penggunaan ulang layanan, rekomendasi kepada orang lain, dan ketahanan terhadap pengaruh pesaing.

Nasabah yang loyal cenderung memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap kualitas layanan yang diberikan perusahaan. Dalam sektor perbankan syariah, loyalitas

nasabah menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan bisnis dan meningkatkan daya saing bank.

Loyalitas nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas layanan, kepuasan pelanggan, kepercayaan, dan pengalaman penggunaan layanan digital.

### C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif untuk menguji pengaruh kualitas layanan digital dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert 1–5.

Variabel kualitas layanan digital diukur melalui indikator kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan transaksi, keamanan sistem, dan kualitas informasi digital. Variabel kepuasan nasabah diukur melalui kepuasan terhadap layanan, kenyamanan transaksi, dan kesesuaian harapan nasabah. Sementara itu, variabel loyalitas nasabah diukur melalui penggunaan ulang layanan, rekomendasi kepada orang lain, dan komitmen menggunakan produk bank syariah.

Populasi penelitian terdiri dari 20 responden nasabah bank syariah yang aktif menggunakan layanan digital perbankan. Teknik pengambilan sampel menggunakan total sampling sehingga seluruh populasi dijadikan sampel penelitian.

Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif, uji reliabilitas, korelasi, dan regresi linier berganda.

### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Statistik Deskriptif

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa puas terhadap layanan digital bank syariah dan aktif menggunakan aplikasi mobile banking dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Tabel 1. Descriptive Statistics

| Variabel                      | N  | Mean | Std. Deviation |
|-------------------------------|----|------|----------------|
| Kualitas Layanan Digital (X1) | 20 | 4.23 | 0.39           |
| Kepuasan Nasabah (X2)         | 20 | 4.18 | 0.41           |
| Loyalitas Nasabah (Y)         | 20 | 4.35 | 0.33           |

Nilai mean seluruh variabel berada di atas 4.00 yang menunjukkan bahwa kualitas layanan digital, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah berada pada kategori tinggi.

### Uji Reliabilitas

Tabel 2. Reliability Statistics

| Variabel                 | Cronbach Alpha | N of Items |
|--------------------------|----------------|------------|
| Kualitas Layanan Digital | 0.881          | 5          |
| Kepuasan Nasabah         | 0.875          | 5          |
| Loyalitas Nasabah        | 0.896          | 5          |

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach Alpha di atas 0.70 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

### Uji Korelasi

Tabel 3. Correlations

| Variabel | X1     | X2     | Y      |
|----------|--------|--------|--------|
| X1       | 1      | .661** | .734** |
| X2       | .661** | 1      | .768** |
| Y        | .734** | .768** | 1      |

Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa kualitas layanan digital dan kepuasan nasabah memiliki hubungan yang kuat dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

### Analisis Regresi

Tabel 4. Model Summary

| Model | R    | R Square | Adjusted R Square | Std. Error |
|-------|------|----------|-------------------|------------|
| 1     | .814 | .663     | .631              | .258       |

Nilai R Square sebesar 0.663 menunjukkan bahwa kualitas layanan digital dan kepuasan nasabah mampu menjelaskan 66,3% variasi loyalitas nasabah bank syariah.

### Uji ANOVA

Tabel 5. ANOVA

| Model      | Sum of Squares | df | Mean Square | F     | Sig. |
|------------|----------------|----|-------------|-------|------|
| Regression | 4.741          | 2  | 2.370       | 34.11 | .000 |
| Residual   | 2.259          | 17 | .133        |       |      |
| Total      | 7.000          | 19 |             |       |      |

Hasil uji ANOVA menunjukkan bahwa model regresi memiliki tingkat signifikansi 0.000 sehingga model penelitian dinyatakan signifikan.

## Uji Parsial (t)

Tabel 6. Coefficients

| Model                         | B     | Std. Error | Beta | t    | Sig. |
|-------------------------------|-------|------------|------|------|------|
| Constant                      | 1.153 | .318       | —    | 3.62 | .002 |
| X1 – Kualitas Layanan Digital | .405  | .113       | .421 | 3.58 | .002 |
| X2 – Kepuasan Nasabah         | .447  | .116       | .468 | 3.85 | .001 |

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa kualitas layanan digital dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan digital memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Layanan digital yang mudah digunakan, cepat, dan aman mampu meningkatkan kenyamanan nasabah dalam melakukan transaksi.

Kepuasan nasabah juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Nasabah yang merasa puas terhadap pelayanan bank cenderung akan menggunakan kembali layanan dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan digital dan kepuasan nasabah memiliki peran penting dalam membangun loyalitas nasabah bank syariah. Oleh karena itu, bank syariah perlu terus meningkatkan kualitas sistem digital dan pelayanan kepada nasabah.

## E. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan digital dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Kualitas layanan digital meningkatkan kenyamanan dan keamanan transaksi nasabah, sedangkan kepuasan nasabah meningkatkan komitmen penggunaan layanan bank syariah secara berkelanjutan. Dengan demikian, peningkatan kualitas layanan digital dan kepuasan nasabah menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas nasabah bank syariah di era digital.

## F. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan kepada bank syariah untuk terus meningkatkan kualitas layanan digital melalui pengembangan aplikasi yang lebih aman, cepat, dan mudah digunakan. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan kepada nasabah juga perlu dilakukan agar tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah semakin meningkat. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kepercayaan nasabah, kualitas informasi digital, atau persepsi manfaat layanan.

## G. DAFTAR PUSTAKA

Alam, M., & Rizvi, S. (2022). Digital banking services and customer loyalty in Islamic banks. *Journal of Islamic Banking Studies*, 14(2), 88–104.

Arifin, Z., & Hidayat, M. (2021). Kepuasan nasabah dalam layanan perbankan syariah digital. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 9(1), 45–59.

Brown, T., & Lee, J. (2020). Digital service quality and banking customer behavior. *International Journal of Financial Technology*, 11(3), 101–117.

Dewi, A., & Santoso, H. (2023). Pengaruh mobile banking terhadap loyalitas nasabah syariah. *Jurnal Perbankan Syariah Modern*, 7(1), 67–81.

Fahmi, R., & Putra, A. (2022). Customer satisfaction in Islamic banking services. *Jurnal Manajemen Keuangan Islam*, 6(2), 90–105.

Hassan, M., & Abdullah, R. (2021). Customer trust and digital banking adoption. *Journal of Digital Islamic Economy*, 5(1), 34–49.

Lestari, P., & Wibowo, R. (2020). Faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah bank syariah. *Jurnal Sistem Keuangan Syariah*, 8(2), 77–91.

Nguyen, T., & Huynh, P. (2022). Digital trust in financial services. *Journal of Financial Innovation*, 13(2), 120–136.

Rahman, F. (2023). Islamic banking digital transformation and customer satisfaction. *International Journal of Islamic Business*, 15(1), 22–37.

Suryani, D., & Lestari, K. (2021). Mobile banking usability and customer loyalty. *Jurnal Teknologi Perbankan*, 4(2), 115–128.

Wahyuni, S., & Hendra, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(1), 44–58.