

**PENGARUH *SHARIA COMPLIANCE* TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KC MALANG
SOETTA DENGAN PENGGUNAAN LAYANAN PERBANKAN
DIGITAL SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI



Oleh

TIFANI NURMALA WIDIYA

NIM: 18540136

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2022

**PENGARUH *SHARIA COMPLIANCE* TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KC MALANG
SOETTA DENGAN PENGGUNAAN LAYANAN PERBANKAN
DIGITAL SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



O l e h

**TIFANI NURMALA WIDIYA
NIM: 18540136**

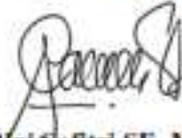
**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN**PENGARUH *SHARIA COMPLIANCE* TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KC MALANG
SOETTA DENGAN PENGGUNAAN LAYANAN PERBANKAN
DIGITAL SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Oleh

TIFANI NURMALA WIDIYA
NIM: 18540136

Telah disetujui pada tanggal 5 Juli 2022

Dosen Pembimbing**Rini Safitri, SE., M.M**
NIP. 199303282019032016Mengetahui:
Ketua Jurusan,
Yuyuk Syah Rahayu, MM
NIP. 19720826 200801 2 011

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *SHARIA COMPLIANCE* TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KC MALANG SOETTA
DENGAN PENGGUNAAN LAYANAN PERBANKAN DIGITAL
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Oleh

TIFANI NURMALA WIDIYA

NIM: 18540136

Telah diseminarkan 4 November 2022

Susunan Dewan Penguji	Tanda Tangan
1. Ketua Penguji <u>Ulfi Kartika Oktaviana, SE., M.Ec</u> NIP 197610192008012011	: ()
2. Penguji Utama <u>Nihayatu Aslamatis S, SE., MM</u> NIP 19801109201608012 053	: ()
3. Penguji III (Pembimbing) <u>Rini Safitri, M.M</u> NIP 199303282019032016	: ()

Mengetahui,

Ketua Jurusan,


Dr. Yusuf Sri Rahayu, MM
 NIP. 19770826 200801 2 011

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tifani Nurmala Widiya

NIM :18640136

Fakultas/Jurusan :Ekonomi/Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa “**SKRIPSI**” yang saya susuk untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH *SHARIA COMPLIANCE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KC MALANG SOETTA DENGAN PENGGUNAAN LAYANAN PERBANKAN DIGITAL SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila kemudian hari terdapat “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Pasuruan, 4 November 2022



Tifani Nurmala Widiya

NIM 18540136

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengaruh *Sharia Compliance* Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KC Malang Soetta Dengan Layanan Perbankan Digital Sebagai Mediasi.” Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. H. Abdul Haris, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Yayuk Sri Rahayu, MM selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Rini Safitri, S.E., M.M., MBA, selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu mendukung, memberi arahan dan respon terbaik tanpa ada batasan kepada anak bimbingan dalam setiap proses hingga skripsi dapat selesai dengan lancar.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
6. Kepada ayah dan ibu yang selalu mendukung, memberi kepercayaan, dan berkorban dalam bentuk waktu dan finansial, serta selalu memberikan do'a terbaik agar sang anak menjalani proses tanpa hambatan hingga dapat menyelesaikan pendidikan di jenjang stratat satu dengan baik.

7. Bapak Andik Mustofa selaku Operation & Service Manager dan Mas Aldi selaku Branch Operation BSI KC Malang Soetta, sekaligus pembimbing lapangan.
8. Seluruh karyawan BSI KC Malang Soetta yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman ekonomi 2018 yang telah memberikan semangat, dukungan dan saling berbagi informasi dalam menyelesaikan skripsi.
10. Kepada sahabatku *Frienemy*; Pinky, Nike, Dewi, dan Esan yang selalu mendukung dari tempat tidak terlihat. Selalu menjadi pendorong untukku keluar rumah, melupakan stres dan membuatku bisa tertawa tanpa beban. Serta *Knowing Brother* yang menjaga selera humorku bahkan di waktu terberat.
11. Harry S. *my biggest endorphins who always say to treat people with kindness and find a place to feel good.*
12. Kepada seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
13. Kepada diriku sendiri yang mampu bertahan hingga sejauh ini. Terima kasih karena telah percaya kepada setitik harapan dalam dirimu sendiri untuk terus maju.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktir demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya Robbal ‘Alamin...

Malang, September 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
BAB I PENDAHULUAN	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I	18
PENDAHULUAN	18
1.1 Latar Belakang	19
1.2 Rumusan Masalah	23
1.3 Tujuan Penelitian	24
1.4 Manfaat Penelitian	24
1.4.1 Manfaat Teoritis	20
1.4.2 Manfaat Praktis	20
BAB II	25
KAJIAN PUSTAKA	25
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	29
2.2 Kajian Teori	31
2.2.1 <i>Sharia Compliance</i>	31
2.2.1.1 Definisi <i>Sharia Compliance</i>	31
2.2.1.2 Ketentuan <i>Sharia Compliance</i>	34
2.2.1.3 Indikator <i>Sharia Compliance</i>	34
2.2.2 Layanan Perbankan Digital	36
2.2.2.1 Definisi Layanan Perbankan Digital	36

2.2.2.2	Layanan dan Pemanfaatan Perbankan Digital	38
2.2.2.3	Indikator Layanan Perbankan Digital	40
2.2.2.4	Manfaat Layanan Perbankan Digital	42
2.2.3	Kepuasan Nasabah	42
2.2.3.1	Definisi Kepuasan Nasabah	42
2.2.3.2	Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Islam	43
2.2.3.3	Indikator Kepuasan Nasabah	44
2.2.3.4	Pengukuran Kepuasan Nasabah	46
2.2.3.5	Faktor Menentukan Kepuasan Nasabah.....	46
2.2.3.6	Manfaat Menentukan Kepuasan Nasabah.....	47
2.3	Kerangka Konseptual	48
2.4	Hubungan Antar Variabel	48
2.4.1	Hubungan Sharia Compliance dengan Layanan Perbankan Digital	49
2.4.2	Hubungan Layanan Perbankan Digital dengan Kepuasan Nasabah	49
2.4.3	Hubungan Sharia Compliance dengan Kepuasan Nasabah	49
2.5	Model Hipotesis	50
BAB III		52
METODE PENELITIAN		52
3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	52
3.2	Lokasi Penelitian.....	52
3.3	Populasi dan Sampel	52
3.3.1	Populasi	52
3.3.2	Sampel.....	52
3.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	53
3.5	Data dan Jenis Data.....	54
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.7	Variabel Penelitian	55
3.7.1	Variabel Bebas	55
3.7.2	Variabel Terikat	55
3.7.3	Variabel Mediasi	56
3.8	Definisi Operasional Variabel.....	56

3.8.1 Variabel Bebas	57
3.8.2 Variabel Terikat	57
3.8.3 Variabel Mediasi	60
3.9 Metode Pengukuran	60
3.10 Analisis Data	60
3.10.1 Uji Instrumen	61
3.10.1.1 Uji Validitas	61
3.10.1.2 Uji Reliabilitas	61
3.10.2 Uji Asumsi Klasik	61
3.10.2.1 Uji Normalitas	61
3.10.2.2 Uji Multikolinieritas	62
3.10.2.1 Uji Heteroskedastisitas	62
3.10.3 Pengujian Hipotesis	62
3.10.3.1 Koefisien Determinasi	62
3.10.3.2 Uji F	62
3.10.3.1 Uji T	63
3.10.3.1 Uji Mediasi Sobel Tes	63
BAB IV	64
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Hasil Penelitian	64
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	64
4.1.1.1 Profil Perusahaan	64
4.1.1.2 Visi Misi Perusahaan	64
4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden	65
4.1.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.1.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	66
4.1.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
4.1.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	67
4.1.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Transaksi	68
4.1.2.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Layanan <i>e-banking</i>	68
4.1.3 Deskripsi Jawaban Responden	68

4.1.3.1 Variabel <i>Sharia Compliance</i>	68
4.1.3.2 Variabel Kepuasan Nasabah	71
4.1.3.3 Variabel Layanan Perbankan Digital	73
4.1.4 Hasil Analisis Data.....	75
4.1.4.1 Uji Instrumen	76
4.1.4.1.1 Uji Validitas	76
4.1.4.1.2 Uji Reliabilitas	77
4.1.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	78
4.1.4.2.1 Uji Normalitas.....	78
4.1.4.2.2 Uji Multikolinieritas.....	79
4.1.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	80
4.1.4.3 Pengujian Hipotesis.....	81
4.1.4.3.1 Koefisien Determinasi.....	81
4.1.4.3.2 Uji F	81
4.1.4.3.3 Uji T	81
4.1.4.3.4 Uji Mediasi Sobel Tes.....	82
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	85
4.2.1 Pengaruh Langsung <i>Sharia Compliance</i> Terhadap Layanan Perbankan Digital	86
4.2.3 Pengaruh Langsung Layanan Perbankan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah.....	87
4.2.3 Pengaruh <i>Sharia Compliance</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Layanan Perbankan Digital.....	87
BAB V	89
PENUTUP	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Ranking Perbankan Syariah	20
Tabel 2.1 Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel <i>Sharia Compliance</i>	56
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Layanan Perbankan Digital	57
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Kepuasan Nasabah	58
Tabel 4.1 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.2 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 4.3 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Tabel 4.4 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	67
Tabel 4.5 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi	67
Tabel 4.6 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan <i>e-banking</i>	68
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Indikator <i>Sharia Compliance (X)</i>	68
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Indikator Kepuasan Nasabah (Y)	71
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Indikator Layanan Perbankan Digital (Z)	73
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	76
Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas.....	77
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Persamaan I.....	77
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Persamaan II	78

Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	79
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan I	81
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan II.....	81
Tabel 4.17 Persamaan Struktur I	82
Tabel 4.18 Hasil Uji t Persamaan I.....	82
Tabel 4.19 Persamaan Struktur II.....	83
Tabel 4.20 Hasil Uji t Persamaan II	83

DAFTAR GAMBAR

2.2	Kerangka Konseptual Penelitian	48
4.1	Hasil Uji Scatterplot Persamaan I.....	80
4.2	Hasil Uji Scatterplot Persamaan II	80
4.3	Hasil Uji Analisis Sobel.....	84

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	BUKTI KONSULTASI	97
LAMPIRAN 2	KUISIONER PENELITIAN.....	98
LAMPIRAN 3	DISTRIBUSI FREKUENSI	100
LAMPIRAN 4	HASIL UJI PENELITIAN.....	103
LAMPIRAN 5	SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PENELITIAN	
	108
LAMPIRAN 6	SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME	109
LAMPIRAN 7	SURAT KETERANGAN VERIFIKASI PENGESAHAN	
	110
LAMPIRAN 8	SURAT KETERANGAN PEMERIKSAAN	
	ADMINISTRATIF.....	111

ABSTRAK

Widiya, Tifani N., 2022, SKRIPSI, Judul: “Pengaruh Sharia Compliance Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KC Malang Soetta Dengan Penggunaan Layanan Perbankan Digital Sebagai Variabel Mediasi”

Pembimbing : Rini Safitri SE., MM., MBA

Kata Kunci : Kepatuhan Syariah, Kepuasan Nasabah, Layanan Perbankan Digital

Dalam digitalisasi, penting bagi Bank berinovasi untuk terus mengarahkan para nasabahnya melakukan berbagai keperluan transaksi serta kegiatan operasional yang mengarah pada layanan digital. Dengan pengimplementasian nilai-nilai syariah yang kuat dalam menimbah amanah serta kepuasan dari nasabah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak sharia compliance pada kepuasan nasabah melalui mediasi layanan digital banking pada perbankan syariah.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Objek penelitian adalah nasabah aktif BSI KC Malang Soetta. Pengumpulan data menggunakan kuisisioner dan diolah menggunakan SPSS 25. Variabel yang akan diteliti adalah sharia compliance (X), layanan perbankan digital (Z), dan kepuasan nasabah (Y).

Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan hasil uji sobel tes pada perhitungan berdasarkan rumus dan dapat disimpulkan bahwa layanan digital banking mampu memediasi pengaruh sharia compliance terhadap kepuasan nasabah BSI KC Malang Soetta.

ABSTRAK

Widiya, Tifani N., 2022, Thesis, Title: “The Effect of Sharia Compliance on Customer Satisfaction at BSI KC Malang Mediated by Digital Banking Service”

Pembimbing : Rini Safitri SE., MM., MBA

Kata Kunci : Sharia Compliance, Customer Satisfaction, Digital Banking Service

In digitalization, it is important for Banks to innovate to continue directing their customers to carry out various transaction needs and operational activities that lead to digital services. By implementing strong sharia values in increasing trust and satisfaction from customers. The purpose of this study is to determine the impact of sharia compliance on customer satisfaction through the mediation of digital banking services in sharia banking.

The research uses a quantitative approach. The object of research is an active customer of BSI KC Malang Soetta. Data collection using a questionnaire and processed using SPSS 25. The variables to be studied are sharia compliance (X), digital banking services (Z), and customer satisfaction (Y).

The results showed that based on the results of the Sobel test on the calculation based on the formula and it can be concluded that digital banking services are able to mediate the influence of sharia compliance on customer satisfaction at BSI KC Malang Soetta.

المستخلص

ويديا، تيفاني ن.، 2022، أطروحة، العوان: " تأثير الامتثال للشريعة على رضا العملاء في

BSI KC Malang بوساطة الخدمات المصرفية الرقمية"

مستشار: ريني صافيتري SE.,MM., ماجستير في ادارة الأعمال

الكلمات الرئيسية: التوافق مع الشريعة ، رضا العملاء ، الخدمة المصرفية الرقمية

في مجال الرقمنة ، من المهم للبنوك أن تبتكر لمواصلة توجيه عملائها لتنفيذ احتياجات المعاملات المختلفة والأنشطة التشغيلية التي تؤدي إلى الخدمات الرقمية. من خلال تطبيق قيم شرعية قوية في زيادة الثقة والرضا من العملاء. الغرض من هذه الدراسة هو تحديد تأثير الامتثال للشريعة الإسلامية على رضا العملاء من خلال وساطة الخدمات المصرفية الرقمية في الخدمات المصرفية الشرعية.

يستخدم البحث نهجا كميًا. موضوع البحث هو عميل نشط لـ BSI KC Malang Soetta. جمع البيانات باستخدام استبيان ومعالجتها باستخدام SPSS 25 المتغيرات التي يجب دراستها هي التوافق مع الشريعة (X)، والخدمات المصرفية الرقمية (Z) ، ورضا العملاء (Y) .

أظهرت النتائج أنه بناءً على نتائج اختبار سوبل على الحساب بناءً على الصيغة ويمكن استنتاج أن الخدمات المصرفية الرقمية قادرة على التوسط في تأثير الامتثال للشريعة على رضا العملاء في BSI KC Malang Soetta.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perbankan syariah di Indonesia dalam menjalankan fungsinya berasaskan prinsip kehati-hatian. Perbankan syariah di Indonesia juga memiliki fungsi utama sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat. Produk dan layanan bank syariah dianggap berkualitas tinggi sebagaimana diyakini sebagai bagian dari ibadah. Selain itu, dari segi produk, layanan berkualitas tinggi berkaitan dengan profitabilitas, biaya, kepuasan dan retensi pelanggan (Ahmed & Mohiuddin, 2021). Dalam rangka pengimplementasian *grand strategy* dari perbankan syariah, diperlukan adanya program konkrit yang lebih akurat sebagai *branding*, *differentiation*, dan *positioning* (ojk, 2018). Berdasarkan data dari Kementerian Dalam Negeri, Indonesia memiliki jumlah penduduk muslim sebanyak 237,53 juta jiwa per 31 Desember 2021 sama dengan 86,9% dari seluruh populasi di Indonesia. Nasabah bank syariah cenderung memiliki preferensi untuk melakukan urusan mereka sesuai dengan pedoman agama dalam hal halal dan aspek haram termasuk dalam urusan bisnis.

Karakteristik sistem perbankan syariah yang berprinsip bagi hasil memberikan alternatif yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank. Menonjolkan aspek keadilan, investasi beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi tanpa terkecuali masyarakat muslim yang memiliki religiusitas. Kebijakan operasional perbankan syariah memiliki perbedaan dengan konvensional. Dalam menghimpun pendanaan, bank syariah menggunakan akad *wadi'ah* atau akad lain, termasuk dalam implementasi akad bagi hasil, jual beli, serta pinjam meminjam. Dalam hubungan dengan nasabah termasuk BSI, selain memiliki hubungan bisnis profesional bank juga memperlakukan nasabah sebagai mitra seajar dan kekeluargaan yang bersifat transparan. Didukung dengan keberadaan Dewan Pengawas Syariah (DPS) dari rekomendasi Majelis Ulama Indonesia yang memberi

pengawasan terhadap kontrak atau akad apakah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Nurhisam, 2016).

Sharia compliance (kepatuhan syariah) merupakan prinsip yang berdasar pada pertimbangan agama dan moral untuk memastikan bahwa semua urusan keuangan dilakukan sesuai pedoman Islam. Konsep *sharia compliance* menjadi persyaratan yang diwujudkan bagi individu yang menganut kepercayaan agama Islam. Kajian *sharia compliance* menjadi penting pada perbankan syariah karena perkembangan perbankan syariah di Indonesia terus meningkat. Dalam skala internasional, selama bertahun-tahun, sektor perbankan syariah telah memiliki tingkat pertumbuhan 15-20 persen, namun belum memperoleh pangsa pasar yang signifikan dari seluruh sistem keuangan (Saqib & Farooq, 2015). Meskipun mengalami kesulitan, gerakan perbankan syariah sangat berjalan dengan baik serta memiliki potensi untuk berkembang secara global (Heradhyaksa & Suardi, 2019). Dibuktikan dengan data pada tabel di bawah ini:

COUNTRIES	2013 POINTS	2013 RANK
IRAN	73.20	1
MALAYSIA	45.76	2
SAUDI ARABIA	44.35	3
UAE	22.12	4
INDONESIA	21.67	5
BAHRAIN	20.12	6
KUWAIT	18.00	7
PAKISTAN	15.17	8
SUDAN	14.39	9
BANGLADESH	9.85	10

SOURCE: ISLAMIC FINANCE COUNTRY INDEX (IFCI) 2013

Table 1. Country-wise ranking in Islamic finance 2013

Shariah compliance menjadi penentu terhadap eksistensi dan perkembangan perbankan syariah. Derigs & Marzban (2008), telah memperkenalkan kepatuhan syariah sebagai paradigma baru dalam mengoptimalkan portofolio. *Sharia compliance* dimaksudkan sebagai segala sesuatu yang berhubungan dengan tindakan untuk mematuhi prinsip-prinsip syariah, mengacu pada kepatuhan terhadap hukum Islam berdasarkan ajaran Al

Qur'an dan *sunnah*. Sistem perbankan ini tidak mengenakan bunga atas pembiayaan tetapi didasarkan pada untung dan rugi dengan dasar berbagi (Ahmed & Mohiuddin, 2021). Hal ini memperkuat pandangan bahwa keberadaan konsep *shariah compliance* bagi industri perbankan merupakan kebutuhan masyarakat. Bagi industri perbankan syariah, *sharia compliance* merupakan salah satu kunci untuk mendapatkan kepercayaan dari pasar keuangan syariah yang besar di Indonesia. Dengan demikian, bank syariah harus fokus pada kepatuhan syariah dan inovasi layanan untuk kepuasan pelanggan yang lebih baik, mengarah pada pembangunan dan pertumbuhan yang berkelanjutan (Othman & Owen, 2001). Perbankan syariah perlu untuk meningkatkan layanan, menawarkan keunikan *value*, serta menerapkan kebijakan-kebijakan khusus terkait penggunaan layanan inovatif menggunakan teknologi informasi (Husna, 2020).

Dalam 40 tahun terakhir, layanan perbankan telah berubah dari kantor sebagai satu-satunya *channel* untuk mengakses jasa bank, kemudian ke kemampuan *multichannel*, lalu ditambah menjadi *Omnichannel*, dan terakhir ada digital *Omnichannel* bagi nasabah yang mengakses layanan perbankan melalui digital (King, 2018). Rianto et al (2020), menyatakan bahwa bentuk pemanfaatan teknologi dalam perbankan yakni dengan adanya layanan keuangan yang tersedia seperti *digital banking*, *online digital insurance*, *payment channel system* dan lain sebagainya. Data dari OJK, pengguna *e-banking* (SMS banking, *phone banking*, *mobile banking*, dan *internet banking*) terus mengalami peningkatan sebesar 169% dengan 405,4 juta transaksi di tahun 2016. Pertumbuhan digital banking selaras dengan perubahan perilaku dan kebutuhan masyarakat, pemanfaatan teknologi digital dalam melakukan aktivitas perbankan secara mandiri.

Kesempatan ini merupakan langkah maju bagi dunia perbankan dalam memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabahnya. Pelayanan yang diberikan tidak hanya menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi namun juga kemudahan serta kenyamanan untuk melakukan transaksi secara *online* tanpa mengharuskan nasabahnya untuk datang mengantri di bank (Rema & Setyohadi 2016). Untuk mencukupi pertumbuhan keuangan perbankan dan kebutuhan nasabahnya, maka bank meningkatkan pelayanan dengan memaksimalkan melalui

perbankan digital. Riset memperlihatkan milenial dalam aktivitas sehari-hari amat sangat berfokus pada digital. Preferensi utama pada pemakaian *mobile banking*, *internet banking*, *Automatic Teller Machine (ATM)*, *sms banking*, dan lain-lain, guna mengecek saldo, mendaftar kartu kredit dan aktifitas lainnya, yang telah dikembangkan oleh lembaga keuangan termasuk Perbankan Syariah di Indonesia (King, 2018).

Layanan Perbankan Digital adalah konsep yang secara fundamental berbeda dari bank dengan layanan konvensional, yang telah digunakan sebagai sarana pelengkap untuk dapat menarik nasabah. Selain itu, perbankan digital juga dianggap sebagai inovasi keuangan dengan tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan manfaat finansial bagi nasabah (Shin, 2020). Di Indonesia, sudah banyak bank syariah yang menerapkan layanan *e-banking* untuk melakukan transformasi digital. Persaingan ketat, dimana banyak lembaga keuangan baik bank maupun non bank yang terlibat aktif untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah, menyebabkan kepuasan nasabah ditempatkan pada orientasi sebagai tujuan utama. Perkembangan *fintech* memiliki dampak perubahan, kolaborasi dan sinergi antara P2P *lending* dengan bank di masa depan yang berusaha menggapai pasar digital. Fakta tersebut memaksa industri perbankan untuk kreatif dan selalu berinovasi di tengah persaingan ketat memperebutkan nasabah untuk mencapai kepuasan serta loyalitas dan mampu meningkatkan laba (Marlina & Bimo, 2018).

Di dukung dengan pencapaian BSI yang merupakan salah satu bank syariah terbesar di Indonesia yang mendukung adanya digitalisasi. Setelah merger BSI semakin fokus untuk melakukan strategi digitalisasi, baik dari segi produk dan layanan kepada seluruh nasabah. Di lansir dari website resmi BSI, Direktur Utama BSI Hery Gunardi menyatakan bahwa akselerasi digital menjadi salah satu fokus BSI dalam menggenjot bisnis. Hal ini tercermin dari transaksi kumulatif BSI Mobile yang mencapai 74,24 juta transaksi atau tumbuh sebesar 133% *yoy*. Hal lain juga ditunjukkan dengan kenaikan transaksi melalui *e-channel* pada September 2021 yang mencapai 162,40 juta transaksi atau 95% transaksi di BSI sudah menggunakan *e-Channel*. Sedangkan sisanya sebanyak 5% masih menggunakan layanan di *teller*.

Sebagai salah satu cabang dari bank BSI, Bank BSI KC Malang Soetta menjadi salah satu pelopor dari sekian banyak cabang dalam usaha pengimplementasian nilai-nilai syariah dan juga turut andil dalam perkembangan dunia perbankan syariah dengan basis teknologi. Untuk itu diperlukan adanya kerja sama pihak terkait terhadap strategi BSI untuk terus bergerak dalam upaya akselerasi digital. Salah satu pendorong dalam peningkatan penggunaan platform digital untuk interaksi dan transaksi nasabah yakni dengan munculnya COVID-19. Peningkatan dan ketergantungan pada layanan aplikasi *digital banking* terjadi seperti pada pembayaran *mobile* dan *online* terutama selama adanya pembatasan mobilitas manusia di era new normal (KPMG,2020). Dibarengi dengan pengoptimalan kepatuhan syariah dalam transaksi dan operasional untuk selalu memberikan pelayanan terbaik berdasar hukum Islam untuk peningkatan kepuasan nasabah.

Beberapa hasil penelitian terkait *sharia compliance* disebutkan dalam Saqib & Farooq (2015), dengan jaringan cabang, ATM, *internet* dan *mobile banking*, telah meningkatkan produk serta layanannya untuk mempertahankan eksistensi perbankan syariah. Usman et al., (2021) yang menyatakan pengetahuan tentang *sharia compliance* dan keyakinan terhadap *sharia compliance* memiliki dampak yang signifikan pada kepuasan nasabah bank syariah yang menggunakan *e-banking*. Didukung dengan penelitian Amin et al. (2011), dimana *sharia compliance* berkontribusi dalam kepuasan nasabah. Ahmed & Mohiuddin (2021), *Sharia compliance* juga memiliki dampak terhadap kepuasan nasabah dengan kualitas layanan sebagai mediasi. Nasabah Muslim lebih memilih bank yang mematuhi hukum syariah dan memberikan layanan berkualitas di bank syariah yang kini menawarkan berbagai layanan inovatif menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Mbama & Ezepue (2018) menunjukkan layanan perbankan digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Didukung dengan penelitian (Program et al., 2021), (Mansour et al., 2016), (McKecnie et al., 2011) yang mengidentifikasi layanan berbasis teknologi dalam perbankan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Meski perbankan syariah telah menyediakan produk yang sesuai dengan perbankan syariah disertai inovasi perkembangan teknologi untuk pengoptimalan layanan, masih banyak pelanggan yang meragukan profesionalisme dan kualitas layanan perbankan syariah (Hidayat et al., 2015). Dalam penelitian Heradhyaksa & Suardi (2019), penerapan kepatuhan syariah dikatakan belum optimal karena belum lengkapnya peraturan perundang-undangan dan kurangnya keutuhan aspek regulasi terkait. Serta hambatan dari sisi pemerintahan dan kesadaran pelanggan. Seperti kurang meratanya pemahaman terkait perbedaan antara bank syariah dan konvensional. Disampaikan oleh direktur utama BSI, bahwa dalam teknologi dan akselerasi digital, perbankan syariah masih belum dapat menyaingi kecanggihan pemanfaatan teknologi digital perbankan konvensional. Terutama kendala yang dialami dalam hal investasi dan pembangunan infrastruktur. Dalam konteks nasabah, terdapat adanya *gap* antara generasi sekarang dengan generasi sebelumnya yang lebih menyukai sistem perbankan konvensional dibanding dengan digital.

Berdasarkan fenomena dan perbedaan terhadap beberapa penelitian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *sharia compliance* dan layanan perbankan digital dan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini akan berfokus pada *sharia compliance* berupa prinsip-prinsip syariah sebagai pilar dan eksistensi berdirinya perbankan syariah di Indonesia dan pelayanan digital sebagai mediasi dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul:

“Pengaruh *Sharia Compliance* Dalam Penggunaan Layanan Perbankan Digital Sebagai Peran Mediasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Malang Soetta”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi pada fenomena serta masalah pada latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti merumuskan beberapa masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh secara langsung *shariah compliance* terhadap layanan perbankan digital Bank Syariah Indonesia KC Malang Soetta?

2. Apakah ada pengaruh layanan perbankan digital terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KC Malang Soetta?
3. Apakah ada pengaruh *shariah compliance* melalui layanan perbankan digital terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KC Malang Soetta?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai berdasarkan rumusan masalah diatas adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *shariah compliance* terhadap layanan perbankan digital Bank Syariah Indonesia KC Malang Soetta.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh layanan perbankan digital terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KC Malang Soetta.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *shariah compliance* melalui layanan perbankan digital terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KC Malang Soetta.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk menambah wawasan dan memberikan landasan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian mengenai layanan perbankan digital dan *sharia compliance* pada kepuasan nasabah dalam rangka memberi kontribusi terkait pemahaman bagi pembaca.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi, sehingga dapat meningkatkan kinerja pelayanan perbankan. Serta menjadi penentu langkah-langkah dan strategi di masa yang akan datang. Penelitian mengenai *sharia compliance* dan layanan digital banking terhadap kepuasan nasabah diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dan acuan bagi peneliti selanjutnya dengan peluasan objek penelitian serta pembaharuan sistematika kepenulisan agar bisa dikembangkan menjadi lebih baik.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan penulis tidak luput oleh beberapa penelitian terdahulu untuk meneliti pembaharuan serta perbedaan dalam penelitian yang baru.

1. Ahmed & Mohiuddin (2021), berjudul penelitian *the impact of Islamic Shariah compliance on customer satisfaction in Islamic banking services: mediating role of service quality*. Dengan metode Analisis PLS-SEM, pendekatan *bootstrap* diterapkan untuk menguji signifikansi jalur koefisien. Kuesioner yang digunakan dan dikumpulkan berasal dari pelanggan bank syariah di Bangladesh. Hasil penelitian *Islamic Shariah compliance* memiliki dampak positif dan berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan dan kepuasan nasabah layanan perbankan syariah. Berdasarkan temuan, kepatuhan Syariah Islam memiliki hubungan positif dan signifikan dengan kepuasan pelanggan melalui efek mediasi dari kualitas layanan
2. (Saqib & Farooq, 2015), dengan judul penelitian *Customer perceptions regarding Sharī'ah compliance of Islamic banking sector of Pakistan*. Dengan metode korelasi dan regresi melalui kuesioner self-administered berdasarkan model SERVQUAL. Hasil menunjukkan hubungan positif yang kuat antara kepatuhan syariah dan kepuasan pelanggan, menunjukkan bahwa persepsi bank yang lebih baik/positif dalam mematuhi syariah Islam dalam operasional meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan sebagai motif utama nasabah untuk bergabung dengan bank syariah untuk melakukan kebutuhan dan transaksi sesuai dengan syariah Islam. Kualitas layanan dan *sharia compliance* juga memiliki pengaruh positif dan signifikan, menyiratkan bahwa persepsi kepatuhan syariah yang tinggi, nasabah perbankan syariah mengartikulasikan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, begitupun sebaliknya.

3. Heradhyaksa & Suardi (2019), Penelitian dengan judul *Sharia Compliance in the Islamic Banking Perception in Indonesia*. Penelitian ini menggunakan pendekatan sosio-legal dan menggunakan kuesioner tertutup untuk mencari data. Hasil penelitian menunjukkan ada pemahaman yang beragam tentang kepatuhan syariah dalam Islam industri perbankan. Dari hasil data yang diperoleh 65% menyatakan implementasi *sharia compliance* di Indonesia adalah baik. Konsep syariah telah diakomodasi dalam berbagai bentuk kebijakan dan program namun belum terintegrasikan dan belum memiliki fokus desain. Oleh karena itu, pemahaman ini menjadi penting landasan bagi industri bank syariah dan keuangan Indonesia Otoritas Jasa dalam pengembangan perbankan syariah Indonesia.
4. Usman et al., (2021), penelitian dengan judul *the exploration role of Sharia compliance in technology Islamic bank in Indonesia*. Dengan menggunakan metode analisis kuantitatif dan multiple regresi linier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *shariah compliance* memiliki kontribusi nyata dan berpengaruh positif dan terhadap kepuasan nasabah bank syariah yang menggunakan *e-banking*. Menjelaskan bahwa keyakinan pelanggan terhadap *sharia compliance* harus terkandung dalam sistem dan meningkatkan pengetahuan pelanggan tentang *sharia compliance* memiliki dampak signifikan pada kepuasan nasabah.
5. Ling et al., (2016), Penelitian dengan judul *Understanding Customer Satisfaction of Internet Banking: A Case Study in Malacca*. Dengan metode menganalisis data yang terkumpul menggunakan berbagai metode statistik seperti analisis deskriptif, reliabilitas analisis dan analisis regresi linier berganda. Penelitian menunjukkan berdasar hasil analisis regresi berganda, nilai $R - square$ menyiratkan bahwa 43,1% dari total variasi pelanggan kepuasan dijelaskan oleh semua variabel independen. Dimana dua variabel independen yakni kualitas layanan dan keamanan dan privasi menunjukkan signifikansi nilai lebih besar dari 0,05.
6. Mbama & Ezepeue (2018), penelitian dengan judul *Digital banking, customer experience and bank financial performance: UK customers'*

perceptions. Dengan metode penggunaan laporan keuangan bank untuk memperoleh kinerja keuangan rasio; Analisis Faktor Multivariat, Pemodelan Persamaan Struktural, dan uji ANOVA untuk mengeksplorasi hipotesis penelitian tentang hubungan antara faktor-faktor penelitian. Hasil dari penelitian menampilkan faktor utama yang menentukan kepuasan nasabah perbankan digital adalah kualitas layanan, kualitas fungsional, nilai yang dirasakan, keterlibatan karyawan dan pelanggan, kegunaan serta risiko yang dirasakan. Terdapat hubungan signifikan antara pengalaman pelanggan, kepuasan serta loyalitas, yang erat berhubungan dengan kinerja keuangan.

7. Garzaro & Pedro, (2021), penelitian dengan judul *Internet and mobile banking: the role of engagement and experience on satisfaction and loyalty*. Menggunakan Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) menganalisis data, dengan menggunakan metode grup PLS-MGA. Survei mengumpulkan 458 responden, dengan sampel akhir 390 responden yang valid, terdiri dari 290 diklasifikasikan dalam grup aplikasi dan 100 di grup situs web. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis model struktural dikonfirmasi memperkuat efek positif dari interaktivitas pada keterlibatan merek pada konsumen, di dalam bank digital melalui saluran layanan (situs web dan aplikasi seluler). Efek kehadiran sosial pada keterlibatan layanan lebih tinggi untuk pengguna situs web perbankan dibandingkan pengguna aplikasi *mobile banking*.
8. Egala & Mensah (2021), penelitian dengan judul *to leave or retain? An interplay between quality digital banking services and customer satisfaction*. Dengan metode konstruksi gabungan yang diambil dari E-S-QUAL dan BSQ mode untuk memprediksi hubungan struktural variabel laten. Hasil mengungkapkan pengaruh langsung yang signifikan antara kepuasan layanan perbankan digital dan keputusan retensi pelanggan. Penawaran yang tidak terbatas untuk melakukan transaksi pada nasabah yang menggunakan digital banking menjadi dimensi kualitas yang signifikan. Studi ini juga dimotivasi oleh dorongan untuk menggunakan

digital banking akibat dari dari merebaknya COVID-19 dan faktor lain yang mempengaruhi.

9. Susilawaty & Nicola (2020), penelitian dengan judul Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan. Menggunakan teknik analisis data verifikasi kuantitatif dengan data primer berupa kuisioner. Hasil penelitian menunjukkan *digital banking service quality* tidak berpengaruh terhadap kinerja kepuasan nasabah perbankan Bank BCA. Sehingga dapat diartikan bahwa sebesar 72.5% variabel dependen yaitu kinerja kepuasan nasabah perbankan dapat dijelaskan oleh variabel independennya yaitu kenyamanan, kualitas fungsional, *digital banking service quality*, merek/ kepercayaan, *employee customer engagement*, dan inovasi perbankan digital.
10. Fathayatul Husna (2020), penelitian dengan judul Wajah Ekonomi 4.0: Perbankan Syari'ah Digital, Peningkatan Daya Saing Dan Strategi Dakwah Islam. Menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif dengan langkah pengumpulan informasi melalui secara *virtual ethnography*. Hasil penelitian menunjukkan perbankan syariah dinilai masih sedikit lambat dengan kinerja perbankan lain, sehingga perlu adanya kebijakan-kebijakan khusus terkait penggunaan teknologi informasi. Salah satunya dengan memadukan proses pemanfaatan Revolusi Industri 4.0 dengan sistem perbankan.

Ringkasan hasil dari penelitian terdahulu telah disederhanakan dalam bentuk tabel untuk mempermudah memahami poin-poin penting dalam pemaparan hasil dari penelitian terdahulu. Berikut ringkasan tabel hasil para penelitian terdahulu.

Tabel 2.1
Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian	Judul	Variable	Metode	Hasil
1.	(Ahmed & Mohiuddin, 2021)	The impact of Islamic Shariah compliance on customer satisfaction in Islamic banking services: mediating role of service quality.	X: Islamic Shariah compliance Y: Kepuasan nasabah di perbankan syariah	Metode Analisis PLS-SEM	Islamic Shariah compliance berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan dan kepuasan nasabah layanan perbankan syariah.
2.	(Saqib & Farooq, 2015)	Customer perception regarding Sharī ‘ah compliance of Islamic banking sector of Pakistan.	X: Shari’ah Compliance Y: Customer perception of Islamic banking sector	Metode korelasi dan regresi self-administered	Shariah compliance berpengaruh pada kepuasan pelanggan
3.	(Heradhyaksa & Suardi, 2019)	Sharia Compliance in the Islamic Banking Perception in Indonesia.	X: Sharia Compliance Y: Perception of Islamic Banking in Indonesia	Pendekatan normatif dan empiris/sosiologi dalam bentuk literatur review	Kepatuhan syariah menjadi landasan bagi industri bank syariah dan Otoritas Jasa Keuangan dalam pengembangan perbankan syariah Indonesia.

Tabel 2.1
(Lanjutan)
Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian	Judul	Variable	Metode	Hasil
4.	(Usman et al., 2021)	The exploration role of Sharia compliance in technology Islamic bank in Indonesia	X: Shariah Compliance Y: Kepuasan Nasabah	Metode analisis kuantitatif, model regresi linier	Sharia compliance memiliki dampak signifikan pada kepuasan nasabah bank syariah yang menggunakan e-banking.
5.	(Ling et al., 2016),	Understanding Customer Satisfaction of Internet Banking: A Case Study in Malacca	X: Internet banking Y: Customer satisfaction	Metode analisis deskriptif	Layanan perbankan digital berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terhadap Internet banking
6.	(Mbama & Ezepue, 2018)	Digital banking, customer experience and bank financial performance: UK customers' perceptions	X1: Digital banking X2: Customer experience X3: Bank financial performance Y: Customer perception	Pemodelan Persamaan Struktural, dan uji ANOVA	Layanan dalam perbankan digital berpengaruh utama menentukan kepuasan nasabah
7.	(Garzaro & Pedro, 2021)	Internet and mobile banking: the role of engagement and experience on satisfaction and loyalty.	X: Internet dan mobile banking Y: Kepuasan dan loyalitas	Metode grup PLS-MGA	<i>Digital environment</i> berpengaruh pada kepuasan nasabah.

Tabel 2.1
(Lanjutan)
Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian	Judul	Variable	Metode	Hasil
8.	(Egala & Mensah, 2021)	To leave or retain? An interplay between quality digital banking services and customer satisfaction.	X: Kualitas pelayanan digital banking Y: Kepuasan nasabah	Metode konstruksi gabungan diambil dari E-S-QUAL dan BSQ mode	Kualitas layanan perbankan digital berpengaruh signifikan pada kepuasan nasabah
9.	(Susilawaty & Nicola, 2020)	Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan	X: Layanan perbankan digital Y: Kepuasan nasabah	Analisis jalur (<i>path analysis</i>)	Digital banking service quality tidak berpengaruh terhadap kinerja kepuasan nasabah
10.	(Fathayatul Husna, 2020)	Wajah Ekonomi 4.0: Perbankan Syari'ah Digital, Peningkatan Daya Saing Dan Strategi Dakwah Islam	X: Transformasi digital perbankan dan praktik dakwah Islam Y: Peningkatan daya saing	Deskriptif kualitatif	Kemajuan perbankan syariah dengan menerapkan teknologi digital dalam sistem pelayanan perbankan serta kaitannya dengan praktik dakwah Islam.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Sharia Compliance

2.2.1.1 Definisi Sharia Compliance

Kepatuhan syariah mengacu pada kepatuhan terhadap hukum Islam berdasarkan ajaran Al-Qur'an dan Sunnah. Kepatuhan syariah bertindak sebagai

elemen paling signifikan dalam memilih bank syariah oleh klien. *Sharia compliance* (kepatuhan syariah) menjamin keandalan bank syariah dan merangsang kepercayaan pemangku kepentingan (Ahmed & Mohiuddin, 2021). Kepatuhan transaksi sesuai syariat Islam menjadi poin penting karena menjadi alasan keberadaan eksistensi perbankan syariah. Selain itu, kepatuhan syariah untuk lembaga-lembaga adalah berdasarkan pertimbangan moral dan didirikan atas nama agama dengan fokus utama memastikan semua urusan keuangan dilakukan sesuai pedoman Islam (Saqib & Farooq, 2015). Arifin (2009) menjelaskan *shariah compliance* (kepatuhan syariah) merupakan prinsip-prinsip Islam, syariah serta tradisi dalam transaksi keuangan, perbankan serta bisnis lain yang terkait. Penerapan *shariah compliance* merupakan tanggung jawab bersama yang harus diperankan oleh seluruh elemen organisasi kepatuhan dalam lembaga.

Model CARTER yang dikembangkan oleh Othman & Owen (2001), mencakup penambahan "*compliance*" dalam dimensi SERVQUAL. *Compliance* merupakan kesesuaian organisasi dengan aturan, regulasi, kebijakan, prosedur, dan konvensi yang telah ditetapkan. Sedangkan *compliance of islamic bank* atau dikenal sebagai *sharia compliance* diterapkan untuk mematuhi dengan prinsip-prinsip panduan syariah Islam dan Fiqih. Saqib & Farooq (2015), mengatakan *Sharia compliance* adalah produk/jasa yang ditawarkan sesuai dengan prinsip syariah berdasarkan kesadaran hukum Islam mengenai perdagangan dan keuangan serta pengetahuan tentang atribut produk/jasa. Dalam penelitian kepuasan nasabah di Malaysia, *compliance* atau kepatuhan termasuk yang paling sedikit faktor yang mempengaruhi. Namun kepatuhan terhadap hukum syariah dilaporkan sebagai satu-satunya faktor signifikan yang berkontribusi terhadap pemilihan bank.

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 13/2/PBI/2011 mengenai Pelaksanaan Fungsi Kepatuhan Bank Umum, kepatuhan (*compliance*) adalah nilai, perilaku serta tindakan dalam mendukung terciptanya kepatuhan terhadap ketentuan Bank Indonesia dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, termasuk dalam prinsip syariah bagi bank umum, bank syariah, unit usaha syariah. Sedangkan Syariah adalah transaksi yang melarang adanya riba (bunga) dan

transaksi uang untuk uang, emas untuk emas dan perak untuk perak (Ahmed & Mohiuddin, 2021).

Dapat diambil kesimpulan bahwa *sharia compliance* adalah sebuah prinsip atau bentuk kebijakan dalam produk, pelayanan maupun bertransaksi yang memegang teguh syariat Islam. Dimana terdapat beberapa lembaga yang turut dalam pengawasan dan pengimplementasiannya sebagai bentuk eksistensi perbankan syariah.

Disampaikan QS. Al Baqarah Ayat 278 berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman."

Disampaikan juga pada QS. Ali Imron Ayat 130 berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan."

Dijelaskan oleh sebagian ulama bahwa riba yang dimaksud dalam surah Ali Imron adalah riba *nasi'ah* yang selamanya haram. Riba *nasi'ah* adalah hasil dari pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan. Selain itu jenis lain dari Riba adalah Riba *fadh'l* merupakan penukaran suatu barang dengan barang sejenis, tetapi dengan jumlah lebih banyak sebagai syarat (Yarmunida, 2018).

Otoritas Jasa Keuangan Nomor 46/2/POJK.03/2017 tentang Pelaksanaan Fungsi Kepatuhan Bank Umum. Pokok pokok Peraturan Bank Indonesia (PBI) terhadap Pelaksanaan Fungsi Kepatuhan Pada Bank Umum, yaitu:

- a. Fungsi kepatuhan merupakan bagian pengelolaan risiko kepatuhan melalui koordinasi dengan satker terkait dari pelaksanaan *framework* manajemen risiko yang dilakukan.

- b. Fungsi kepatuhan mendorong peranan aktif dari seluruh elemen organisasi kepatuhan yang terdiri dari Direktur, Kepala unit kepatuhan dan, satuan kerja kepatuhan untuk mengelola risiko kepatuhan.
- c. Menekankan terwujudnya budaya kepatuhan dalam rangka mengelola risiko kepatuhan.
- d. Kepatuhan adalah proses tanggung jawab dari individu seluruh bagian dari bank dengan *tone from the top*.
- e. Status independensi disandang dari elemen organisasi fungsi kepatuhan dimaksudkan untuk meningkatkan efektivitas pelaksanaan tugas dan menghindari konflik kepentingan.

2.2.1.2 Ketentuan *Sharia Compliance*

Sutedi (2009) menjelaskan mengenai jaminan kepatuhan syariah dalam operasional bank syariah menjadi hal penting bagi nasabah dan masyarakat. Berikut beberapa ketentuan sebagai ukuran menilai ketaatan syariah dalam lembaga keuangan syariah adalah:

- a. Akad atau kontrak yang digunakan untuk pengumpulan dana sesuai dengan prinsip-prinsip dan aturan syariah yang berlaku.
- b. Dana zakat dihitung dan dibayar serta dikelola sesuai dengan aturan dan prinsip syariah.
- c. Seluruh transaksi dan aktivitas ekonomi dilaporkan secara wajar sesuai dengan standar akuntansi syariah yang berlaku.
- d. Lingkungan kerja dan *corporate culture* sesuai dengan syariah.
- e. Bisnis usaha yang dibiayai tidak bertentangan dengan syariah.
- f. Terdapat Dewan Pengawas Syariah (DPS) sebagai pengarah syariah atas keseluruhan aktivitas dan operasional bank syariah.
- g. Sumber dana berasal dari sumber yang sah dan halal menurut syariah.

2.2.1.3 Indikator *Sharia Compliance*

Sharia compliance dalam bank syariah dipelajari dalam hal kebijakan dan prosedur, etika kerja perusahaan, produk dan layanan yang ditawarkan (Khalidi, M.A. and Khan, 2010). Saqib & Farooq (2015), Menganalisis *sharia compliance* dari keseluruhan kinerja, produk/jasa, dan *employee's behavior* sehingga dapat

memahami kepuasan nasabah. Berdasarkan standar yang digunakan dalam menilai *sharia compliance*, maka indikator yang sesuai untuk digunakan mengukur *sharia compliance* terhadap kepuasan nasabah di BSI KC Malang Soetta adalah layanan yang ditawarkan, produk dan transaksi, *etika kerja perusahaan*, dan pengawasan kepatuhan bank syariah oleh DPS.

a. *Services offered* (kualitas layanan yang ditawarkan)

Layanan operasional lembaga keuangan syariah sudah semestinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah atau prinsip-prinsip syariah. Prinsip dalam kegiatan perbankan tersebut adalah prinsip hukum Islam berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Pentingnya layanan dan manajemen dari perspektif Islam. Seperti kejujuran, tanggung jawab, pengetahuan, kerjasama, keikhlasan, dan niat baik serta konsisten dan akuntabel. juga menunjukkan pentingnya menawarkan layanan berkualitas (Ishak, A.H. and Osman, 2016).

b. Produk dan transaksi

Produk dan operasional layanan bank syariah harus menerapkan dan menjalankan prinsip tersebut sehingga dapat menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan yang halal. Tidak adanya riba, terhindar dari *bai' al'inah*, *gharar*, dan *maisir* dalam produk dan transaksi bank. Pihak yang mengawasi prinsip-prinsip syariah adalah Dewan Pengawas Syariah (DPS). DPS berperan mengawal dan memastikan bank syariah menjalankan bisnis pada keuntungan yang halal. Sehingga apabila terdapat sesuatu yang diragukan kehalalannya maka manajemen bank syariah meminta pendapat pada DPS untuk selanjutnya dilakukan rapat guna membahas serta memutuskan hukum transaksi tersebut (Yarmunida, 2018).

c. *Corporate work ethics* (etika kerja perusahaan)

Jaminan kepatuhan syariah (*syariah compliance assurance*) atas keseluruhan aktivitas bank merupakan hal yang sangat penting bagi nasabah dan masyarakat.

Perilaku kerja dalam kerjasama dengan berbagai pihak yang dijabarkan dari nilai-nilai dasar syariah serta tata kelola yang baik untuk mewujudkan visi dan misi perusahaan. Sesuai dengan nilai-nilai perusahaan BSI yaitu AKHLAK yang berarti Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif. BSI KC Malang memegang teguh kepercayaan yang diberikan dan terus belajar untuk mengembangkan kapabilitas. Selain itu, bank terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan dan menghadapi perubahan.

d. Pengawasan kepatuhan bank syariah oleh DPS

Yarmunida (2018), menjelaskan terdapat dua konsep yang mendasari pelaksanaan pengawasan syariah baik secara internal dalam memenuhi konteks akuntabilitas secara horizontal dan transendental. Pertama, konsep syariah review untuk melakukan pengawasan kepatuhan syariah harus dilakukan oleh DPS (Dewan Pengawas Syariah). Anggota Dewan Pengawas Syariah terdiri dari pakar dalam bidang syariah muamalah yang mengetahui bidang ekonomi perbankan dengan baik. Kedua, konsep *internal sharia review* bank syariah sebagai salah satu fungsi internal audit dalam bank syariah untuk menilai kesesuaian operasi dan transaksi dengan prinsip-prinsip syariah yang telah ditentukan. Pengawasan bank syariah dilakukan oleh BI (Bank Indonesia) sebagai otoritas perbankan dalam bidang keuangan dan operasional, sedangkan DPS melakukan pengawasan aspek kepatuhan syariah.

2.2.2 Layanan Perbankan Digital

2.2.2.1 Definisi Layanan Perbankan Digital

Perbankan digital menjadi orientasi dari pelayanan, dimana konseptualisasinya menjadi sesuatu yang penting dalam teori pemasaran jasa. Telepon, internet, dan seluler telah menjadi saluran layanan utama perbankan digital, menjadikannya penting untuk kelangsungan hidup bank, melalui keunggulan, kemudahan, dan layanan yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja (Mbama & Ezepue, 2018). Penggunaan teknologi seperti perbankan digital dalam inovasi layanan memenuhi kebutuhan nasabah adalah dipahami dengan lebih

baik melalui hubungannya dengan pengguna layanan serta persepsi nasabah memandang layanan tersebut. (Baba, 2012).

Egala & Mensah (2021), Menjelaskan perbankan digital sebagai layanan yang melibatkan transisi ke perbankan berbasis teknologi dimana layanan perbankan diberikan kepada nasabah melalui serangkaian saluran terbuka dan khusus seperti *automated teller machine* (ATM) dan melalui seluler, serta melalui platform online/internet. Mengikuti pergeseran menuju *digital banking*, dimana hal tersebut dapat menjadi layanan inovatif yang telah diamati di kalangan institusi perbankan secara global. Saluran digital dapat memfasilitasi dan menawarkan kenyamanan yang lebih besar kepada nasabah, serta membangun ikatan emosional yang konkret dengan nasabah (Garzaro & Pedro, 2021).

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 9/15/PBI/2007 Electronic Banking atau Layanan Perbankan Melalui Media Elektronik merupakan layanan yang memungkinkan para nasabah bank memperoleh informasi, melakukan komunikasi, sekaligus transaksi perbankan yang dilakukan melalui media elektronik seperti ATM, *phone banking*, *internet banking*, *mobile phone*, *electronic fund transfer*. Otoritas Jasa Keuangan telah mengatur pada POJK Nomor 12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum mendefinisikan layanan perbankan elektronik sebagai layanan yang dikembangkan untuk pengoptimalan dan pemanfaatan data nasabah sehingga nasabah dapat merasakan pelayanan dengan lebih mudah, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*). Pelayanan juga dapat dilakukan secara mandiri oleh nasabah dengan memperhatikan aspek keamanan.

Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital berperan aktif dalam rangka memperluas dan mempermudah perolehan akses layanan perbankan yang berbasis teknologi informasi untuk mendorong keuangan nasabah menjadi lebih baik sebagai upaya bank. Jenis layanan yang diberikan dapat berupa pembukaan administrasi rekening, otorisasi transaksi, serta pengelolaan keuangan. Selain itu dapat juga berupa layanan informatif serta layanan transaksional lainnya. Dapat disimpulkan bahwa layanan perbankan digital merupakan layanan yang berbasis teknologi yang secara mandiri dilakukan oleh nasabah (*self-service*) tanpa perlu

datang ke bank dan bisa dilakukan dimana saja, kapan saja dengan tujuan kenyamanan dan benefit lain untuk mempermudah transaksi dan kebutuhan berupa produk/jasa di bank.

Kemudahan serta manfaat kehadiran teknologi memudahkan manusia dalam melakukan transaksi dan bermuamalah sesuai dengan pedoman syariat Islam, seperti yang tercantum dalam firman Allah SWT dalam QS Al-Baqarah ayat 185:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

Artinya: "Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu."

Allah menghendaki kemudahan dalam membantu sesama. Digitalisasi dalam perbankan syariah didukung untuk mendorong perkembangan transaksional dan pertumbuhan perbankan syariah. Akselerasi digital dilakukan dalam memberikan kemudahan pelayanan bagi nasabah (Shin, 2020).

2.2.2.2 Layanan dan Pemanfaatan perbankan digital

Layanan *digital banking* ditawarkan oleh bank merupakan bentuk upaya meningkatkan layanan kepada nasabah secara mandiri (*self-service*) tanpa harus datang ke kantor bank melalui *smartphone*. (Otoritas Jasa Keuangan, 2018) menjelaskan beberapa layanan perbankan digital yakni:

a. *Automated Teller Machine (ATM)*

ATM merupakan saluran digital banking paling populer yang bermanfaat untuk melakukan transaksi perbankan tunai maupun non tunai tanpa harus mendatangi kantor cabang dan dapat melakukan transaksi perbankan tanpa adanya batasan waktu serta tempat (Marliza, 2017).

b. *Phone banking*

Phone banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah mendapat informasi dan transaksi dengan cara menghubungi nomor telepon tertentu serta dapat diakses selama 24 jam dimana saja dan kapan saja.

c. *Short Message Services (SMS) banking*

SMS banking merupakan transaksi yang dapat dilakukan melalui telepon seluler (ponsel) dengan format *Short Message Service (SMS)* dengan cara mengirim SMS ke nomor telepon bank untuk melakukan transaksi. Berdasarkan format yang telah ditentukan oleh masing-masing bank.

d. *Mobile banking*

Mobile banking merupakan sebuah layanan yang disediakan oleh bank untuk melakukan berbagai transaksi perbankan melalui berbagai fitur/menu yang disediakan aplikasi perbankan. *Mobile banking* memiliki kemudahan jika dibandingkan dengan *SMS banking* karena tanpa format yang perlu diingat nasabah.

e. *Internet banking*

Internet banking merupakan salah satu layanan jasa perbankan untuk memperoleh informasi dan melakukan transaksi perbankan dengan pemanfaatan jaringan internet melalui website milik bank. Nasabah dapat menggunakan device seperti laptop, tablet, atau smartphone yang terhubung dengan jaringan internet sebagai penghubung antara perangkat nasabah dan sistem bank.

Otoritas Jasa Keuangan (2018), menjelaskan layanan yang dapat diberikan dalam pemanfaatan perbankan digital antara lain sebagai berikut:

a. Administrasi pembukaan dan penutupan rekening.

Proses menggunakan Teknologi Informasi, dimungkinkan untuk membuka rekening tabungan, melakukan transaksi keuangan, bahkan menutup rekening tabungan. Pembukaan dan penutupan rekening bisa dilakukan secara mandiri dalam upaya peningkatan layanan keuangan untuk mempermudah pengelolaan keuangan nasabah.

b. Otorisasi transaksi

Otorisasi transaksi merupakan salah satu pemanfaatan fitur seperti *mobile banking* yang disediakan oleh bank dalam menerapkan *self-service*. Nasabah yang memiliki smartphone dapat melakukan transaksi yang dibutuhkan.

c. Pengelolaan keuangan

Pengelolaan keuangan adalah salah satu layanan yang disediakan bank untuk membantu nasabah menganalisis dan merencanakan bagaimana menggunakan dana untuk dapat membuat keputusan yang lebih bijak. Pengelolaan keuangan mencakup antara lain perencanaan keuangan, pelaksanaan transaksi keuangan, dan konsultasi berkaitan dengan layanan perbankan.

d. Pelayanan produk keuangan lainnya

Perbankan digital dalam layanannya juga sama seperti layanan perbankan pada umumnya yang menawarkan tabungan rencana, deposito, pinjaman, asuransi bank, transaksi e-commerce dan bahkan produk keuangan lainnya seperti investasi.

2.2.2.3 Indikator Layanan Digital Banking

Menurut penelitian Parasuraman di tahun 1988, SERVQUAL merupakan dimensi original dari kualitas layanan yang terdiri dari lima yaitu *reliability*, *responsiveness*, *communication*, *credibility* dan *tangibles* yang membuktikan kinerja layanan yang dirasakan. Namun, kritik dari SERVQUAL menolak model karena tidak bisa secara eksplisit mengukur kualitas layanan digital. Mengingat tingkat eksponensial layanan elektronik yang dikerahkan untuk kepentingan transaksional (Zeithaml, 2002). Sehingga melahirkan model versi terbaru E-S-QUAL (Parasuraman et al., 2005). Sedangkan BSQ dianggap sebagai alat pengukur yang dirancang khusus untuk beragam layanan di perbankan (Bahia, K. and Nantel, 2000). Egala & Mensah (2021), mengadopsi dari E-S-QUAL dan BSQ model dimana kombinasi ini dapat melengkapi pemahaman terkait dimensi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui layanan digital banking adalah sebagai berikut:

- a. *Ease of use*, menjelaskan bagaimana kemudahan aplikasi digital yang digunakan oleh pengguna (Parasuraman et al., 2005). *User friendliness* merupakan faktor esensi penting untuk menghasilkan pengguna dan penggunaan yang berkelanjutan. Mengingat terdapat perbedaan dalam

pengguna dan demografi, platform digital harus dirancang untuk memenuhi harapan semua pengguna.

- b. *Efficiency*, Efisiensi dari platform layanan digital harus disinkronkan dengan permintaan kebutuhan dari pelanggan, menyediakan informasi paling sedikit untuk disediakan oleh pengguna (Parasuraman et al., 2005). Efisiensi dapat didefinisikan seberapa cepat sebuah platform dapat merespon permintaan untuk *customer service*.
- c. *Interoperability*, merupakan kemampuan teknologi digital banking untuk menghubungkan dan berinteraksi dengan sistem perbankan elektronik yang lainnya (Gupta et al., 2017). Dalam sektor perbankan, bank mengintegrasikan layanan digital ke dalam beberapa platform untuk menyediakan layanan bertransaksi dengan lancar di seluruh penyedia layanan yang berbeda. Dalam layanan BSI, terdapat fitur untuk melakukan *top-up e-wallet* seperti ShopeePay melalui BSI Mobile.
- d. *Privacy/Security*, kemampuan bank dalam melindungi pribadi nasabah dan keuangannya informasi terutama ketika mereka melakukan transaksi melalui digital banking (Parasuraman et al., 2005). Termasuk dalam hal atribut seperti integritas, nonrepudiation, keaslian dan kerahasiaan.
- e. *Responsiveness*, merupakan kesediaan membantu nasabah dan memberikan layanan yang cepat. Bank dituntut untuk memastikan platform digital dan staf layanan elektronik menyediakan respon cepat untuk pertanyaan dan kesediaan membantu pelanggan. Ketika *downtime* atau terdapat kegagalan layanan digital bank terjadi, kemampuan untuk pulih dengan cepat dan profesionalisme dapat menciptakan persepsi layanan yang berkualitas (Zavareh et al., 2012).
- f. *Reliability*, Didefinisikan kemampuan platform layanan perbankan digital untuk menjalankan fungsinya dengan benar berdasar karakteristik tugas yang ditentukan tanpa adanya kesalahan. *Reliability* merupakan salah satu faktor terpenting terhadap layanan yang berkualitas karena memastikan bahwa layanan dapat dijanjikan secara memadai dan akurat (Parasuraman et al., 2005).

2.2.2.4 Manfaat Layanan Digital Banking

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2018), layanan perbankan digital dapat memberikan beberapa manfaat dalam memberikan pelayanan terbaik bagi nasabah, antara lain sebagai berikut:

- a. Melayani nasabah lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhannya tanpa perlu antri ke bank. Nasabah tidak perlu bersusah payah dalam mengorbankan waktu yang padat untuk melakukan transaksi, tidak perlu membuang waktu untuk pergi ke bank dan dapat sepenuhnya menikmati mobilitas dalam aktivitas transaksional.
- b. Memberikan layanan tanpa adanya batasan tempat dan waktu, serta dengan biaya seminimal mungkin.
- c. Penyediaan fasilitas pengelolaan keuangan, seperti pelayanan dalam rangka membantu proses bisnis nasabah.
- d. Pemanfaatan fitur aplikasi seperti pengajuan produk, selain itu bank dapat memberikan laporan dan pemberitahuan secara berkala tentang periode seorang nasabah dapat menggunakan suatu produk dengan manfaat yang didapat.
- e. Pilihan bertransaksi ramah lingkungan. Digital banking memungkinkan data dapat disimpan secara lebih aman dan teratur. Selain itu, berperan besar dalam pengurangan dokumen yang secara tidak langsung berkontribusi pelestarian lingkungan dengan mengurangi penggunaan kertas.

2.2.3 Kepuasan Nasabah

2.2.3.1 Definisi Kepuasan Nasabah

Kepuasan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan adalah keinginan bagi setiap perusahaan. Selain merupakan hal terpenting bagi keberlangsungan perusahaan, juga dapat meningkatkan keunggulan dan persaingan. Kepuasan dalam produk dan jasa cenderung membuat konsumen akan menggunakan kembali pada saat kebutuhan yang sama muncul. Sehingga dapat dikatakan kepuasan menjadi faktor utama sebagai bagi konsumen untuk melakukan pembelian atau pemakaian ulang produk atau jasa (Indrasari, 2019).

Menurut Kotler dan Keller (2007) dalam buku Manajemen Pemasaran mengatakan kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil suatu produk terhadap apa yang diharapkan. Jika harapan berada di bawah harapan, maka konsumen akan tidak puas. Apabila melebihi harapan, maka konsumen puas. Namun, jika kinerja semakin melebihi harapan, maka pelanggan amat puas. Kepuasan adalah evaluasi pelanggan terhadap produk atau layanan itu sendiri dalam hal apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan harapan mereka yang diasumsikan (Zeithaml et al., 2003). Engel, Roger & Miniard (1994) dikutip di buku Pemasaran & Kepuasan Pelanggan menjelaskan bahwa kepuasan adalah evaluasi pasca konsumsi untuk memilih beberapa alternative dalam rangka memenuhi harapan. Sehingga dari beberapa keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah emosi setelah membandingkan kinerja dan harapan akan kebutuhan produk dan jasa yang digunakan.

Sedangkan Lovelock dikutip dalam (Indrasari, 2019) menjelaskan bahwa kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan atau kesenangan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga dapat memberikan banyak manfaat bagi perusahaan. Dalam jangka panjang, dapat lebih menguntungkan mempertahankan pelanggan yang baik daripada terus menerus menarik dan membina pelanggan baru untuk menggantikan pelanggan yang pergi. Sehingga dapat memberikan ulasan positif yang disebarkan dari mulut ke mulut dan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan.

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil dari apa yang diharapkan dengan kinerja dari jasa/produk yang digunakan. Pelanggan akan puas apabila kinerja yang diberikan melebihi dari yang mereka harapkan.

2.2.3.2 Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Islam

Dalam kepuasan yang dicapai oleh seorang muslim harus mementingkan beberapa hal seperti apakah barang secara zatnya ataupun cara memperolehnya adalah halal, tidak bersifat *israf* (royal) dan *tabzir* (sia-sia). Sehingga seorang

muslim melihat berdasarkan atas seberapa besar nilai ibadah yang didapat dari hal yang dikonsumsinya.

Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Maidah ayat 87:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.” (Al-Maidah [5]: 87).

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

“dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”

Menurut Tafsir Ringkas Kementerian Agama RI, menjelaskan bahwa dalam Al-Qur'an dikatakan jangan melampaui batas dalam segala hal yang ditetapkan Allah. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampui batas baik dalam agama, sosial. Makanlah apa yang telah diberi Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik untuk menopang aktivitas dalam hidup. Bertakwalah kepada Allah dengan melaksanakan perintah-Nya dimana kamu beriman dengan ikhlas dan istikamah.

Dalam sumber lain, ayat diatas menjadi dasar teori konsumen dan kepuasan konsumen dalam Islam. Sehingga tujuan dari konsumsi untuk sebuah produk/jasa bukan hanya sekadar konsep utilitas namun pemenuhan kemaslahatan. Dengan berdasar prinsip syariah dan pertimbangan subjektif dari konsumen.

2.2.3.3 Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Parasuraman dan Berry yang dikutip dalam (Lovelock, 2004) menjelaskan dimensi kepuasan konsumen menjadi beberapa macam yaitu:

- a. Harapan (*expectation*)
Merupakan kemampuan perusahaan untuk suatu produk atau jasa dengan pemberian penyesuaian atas jasa yang diinginkan. Kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja dari produk atau jasa perusahaan. Hal ini biasanya berbentuk kualitas pelayanan yang diberikan seperti: kebersihan, kecepatan, keramahan, kenyamanan dan lain-lain.
- b. Penyampaian produk atau jasa yang dirasakan (*perceived delivery product or service*)
Kemampuan pelayanan atas penjualan produk atau jasa kepada konsumen. Konsumen akan puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang digunakan berkualitas.
- c. Konfirmasi atau diskonfirmasi (*confirmation or disconfirmation*)
Merupakan kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen terhadap produk dan jasa agar konsumen puas dan tidak kecewa sesuai dengan janji perusahaan dan sebaliknya.
- d. Perilaku mengeluh (*complaining behavior*)
Merupakan kapasitas perusahaan dalam menjelaskan umpan balik negatif menjadi positif. Penangan komplain erat kaitannya dengan kualitas produk. Perusahaan terlebih dahulu memastikan bahwa produk dan jasa yang dihasilkan benar-benar berfungsi sebagaimana mestinya.

Menurut Tjiptono (2009) di buku Pemasaran & Kepuasan Pelanggan, pada umumnya indikator-indikator kepuasan pelanggan yang begitu banyak menggunakan produk atau jasa secara berbeda sikap berbeda dan beracara dengan berbeda yakni:

- a. Kesesuaian harapan
- b. Minat berkunjung kembali
- c. Kesiediaan merekomendasikan

2.2.3.4 Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dikutip dari buku Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan (2003) terdapat beberapa cara untuk mengukur tingkat kepuasan seorang konsumen diantaranya:

a. Sistem keluhan dan saran (*complain and suggestion system*).

Berpusat untuk memudahkan konsumen dalam memberi masukan dan keluhan atas pelayanan yang mereka rasakan. Beberapa cara umumnya dilakukan oleh perusahaan dengan menyediakan kotak saran, menyebar kuisioner atau menyediakan *customer hotline*. Informasi yang telah terkumpul dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

b. Survei kepuasan pelanggan (*customer satisfaction surveys*).

Dapat dilakukan dengan menghubungi pelanggan melalui telepon atau melakukan wawancara secara langsung dan mendapat *feedback* dari pelanggan secara langsung serta membangun hubungan dengan pelanggan, dalam arti perusahaan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

c. *Ghost shopping*.

Perusahaan menugaskan seseorang untuk berperan sebagai pembeli dan memberikan laporan mengenai kekuatan dan kelemahan perusahaan pesaing perusahaan berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk tersebut.

d. Analisis konsumen yang hilang (*lost customer analysis*).

Analisis ini bertujuan untuk mempelajari pelanggan yang berhenti menggunakan produk dan jasa perusahaan, Perusahaan dapat melakukan *exit interview* dan mencari tahu seberapa besar tingkat kehilangan pelanggan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan. Selain itu pemantauan customer loss rate juga penting, peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

2.2.3.5 Faktor Menentukan Kepuasan Pelanggan

Dalam buku Pemasaran & Kepuasan Pelanggan (2003) dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

- a. Kualitas produk dan jasa, konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk dan jasa yang digunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan, konsumen akan merasa puas apabila mendapat pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan. Dalam dunia bisnis, pebisnis akan terus bersaing untuk berusaha mendapat konsumen yang loyal. Pelayanan yang memenuhi harapan secara tidak langsung dapat dikatakan bermutu.
- c. Emosional, konsumen akan merasa bangga dan yakin bahwa produk dan jasa merek tertentu yang mereka gunakan diapresiasi dan dikagumi, sehingga konsumen cenderung memiliki kepuasan yang lebih tinggi.
- d. Harga, bagaimana peran harga dan kualitas memiliki posisi penting dalam persepsi konsumen. Produk yang mempunyai kualitas sama namun memiliki harga relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi. Pelanggan biasanya lebih cenderung memilih produk atau jasa yang menawarkan harga lebih rendah dari yang lain.
- e. Biaya, konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu dalam mendapat suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap sebuah produk atau jasa tersebut.

2.2.3.6 Manfaat Kepuasan Nasabah

Lovelock & Wirtz (2007), mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, dan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih besar. Di bawah ini merupakan manfaat dari kepuasan pelanggan antara lain:

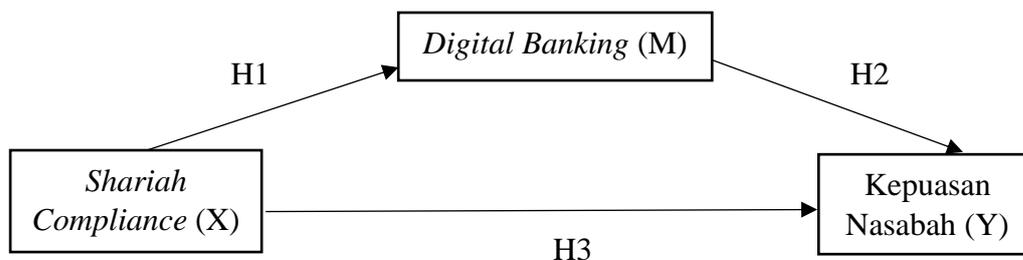
- a. Mendorong pelanggan untuk bersifat loyal
- b. Mempromosikan cerita positif dari mulut ke mulut
- c. Menurunkan biaya untuk menarik pelanggan baru
- d. Mengisolasi pelanggan dari persaingan
- e. Dapat menciptakan keunggulan yang berkelanjutan dan;

- f. Mengurangi biaya kegagalan dan mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan jasa dan produk.

2.3 Kerangka Konseptual

Dari hasil analisis penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya serta penjabaran teori mengenai masing-masing variabel, maka dapat dirumuskan suatu kerangka konseptual dari penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 2.2
Kerangka Konseptual Penelitian



2.4 Hubungan Antar Variabel

2.4.1 Hubungan *Sharia Compliance* Dengan Layanan Perbankan Digital

Sharia compliance dalam operasi bank syariah tidak hanya mencakup produk tetapi juga sistem, teknik dan identitas perusahaan. Ahmed & Mohiuddin (2021), mengatakan bahwa peran adanya religiusitas pada *teknologi acceptance model* menunjukkan bahwa teknologi *fintech* tidak dapat dipisahkan dari peraturan syariah. Persepsi pelanggan tentang layanan perbankan syariah dapat ditolak ketika bank tidak mematuhi prinsip syariah serta kurangnya kualitas layanan. Sehingga, bank syariah harus tetap meningkatkan spektrum untuk memberikan layanan yang lebih baik kepada nasabah. Di dukung dengan penelitian Usman et al., (2021) yang menyatakan bahwa adanya *sharia compliance* menjadi pembeda utama antara bank syariah dan bank konvensional. Dengan demikian, semua kegiatan perbankan syariah berada di bawah hukum syariat Islam, termasuk dalam penggunaan

teknologi, seperti: perbankan elektronik. Pemanfaatan teknologi merupakan salah satu sarana yang dapat bank syariah manfaatkan untuk memberikan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi dengan biaya yang murah. Oleh karena itu, *sharia compliance* sangat penting sebagai elemen yang harus diperhatikan dalam konteks perbankan syariah, termasuk dalam layanan *e-banking*. Didukung dalam penelitian Ulya (2019), bahwa aturan syariah telah mempertahankan regulasi *Islamic fintech*. Selama layanan berbasis teknologi tidak bertentangan dengan prinsip syariah, hal tersebut dapat dikategorikan sebagai *Islamic fintech*. Dimana mulai munculnya pembayaran elektronik, sistem kliring, mesin ATM dan layanan perbankan online yang merupakan perkembangan fintech 2.0 yang didominasi oleh jasa keuangan tradisional (Muhammad & Sari, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa bank syariah sangat berupaya untuk mengoptimalkan pelayanan secara online. Selain itu, bank syariah juga membuka layanan *internet banking* seperti *mobile banking* (Fathayatul Husna, 2020).

2.4.2 Hubungan Layanan Perbankan Digital dengan Kepuasan Nasabah

Inovasi teknologi merupakan salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan tingkat kualitas pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah. Melalui kecanggihan teknologi dan inovasi di sektor keuangan dan perbankan, *digital banking* menjadi lebih akrab bagi nasabah bank yang menerima layanan secara konvensional. Selain itu, dapat membantu nasabah untuk mengelola keuangannya dengan lebih efisien (Ling et al., 2016). Didukung dengan penelitian Garzaro & Pedro, (2021), bahwa layanan perbankan digital dapat meningkatkan interaktivitas dan *social presence* dalam lingkungan digital untuk menghasilkan keterlibatan positif dengan merek yang menghasilkan kepuasan nasabah. Layanan perbankan digital telah menjadi sangat diperlukan untuk mematuhi protokol COVID-19 yang telah ditetapkan terutama untuk bank-bank, dampak layanan perbankan digital yang disediakan oleh bank selama COVID-19 menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, efisiensi, privasi/keamanan dan keandalan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Egala & Mensah, 2021).

2.4.3 Hubungan *Sharia Compliance* Melalui Layanan Perbankan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah

Bank syariah menawarkan layanan kepada pelanggan sesuai dengan Prinsip Syariah Islam dan melarang penerimaan bunga. Sebagian besar nasabah perbankan syariah memiliki keyakinan Islam dan sangat menghargai kepatuhan syariah dan prinsip kualitas layanan secara Islami. Nasabah dari bank syariah mempertimbangkan berdasarkan seberapa banyak nilai-nilai syariah yang dianut dan diikuti dalam layanan perbankan yang ditawarkan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa *sharia compliance* secara positif berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan kualitas layanan sebagai mediasi hubungan antara *sharia compliance* dan kepuasan nasabah (Ahmed & Mohiuddin, 2021). Dibuktikan dengan penelitian Saqib & Farooq (2015), yang mengungkapkan bahwa persepsi bank yang mematuhi syariah Islam dalam menggunakan jasa perbankan, meningkatkan kepuasan nasabah sekaligus sebagai motif utama nasabah bergabung dengan bank syariah untuk melakukan transaksi sesuai dengan syariat Islam. Penelitian lain terdahulu menunjukkan *sharia compliance* memiliki hasil efek positif yang signifikan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah terutama melalui penggunaan layanan *e-banking*. Selain itu, bank diharuskan dapat menekankan teoritikal dan praktikal untuk membuat pelanggan merasakan prinsip *sharia compliance*. Sehingga nasabah tidak lagi mempertanyakan apa perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional (Usman et al., 2021).

2.5 Model Hipotesis

Sugiyono (2007) mendefinisikan hipotesis sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang berupa beberapa kalimat pernyataan. Dikatakan sementara dikarenakan jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori-teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris melalui pengumpulan data.

Berdasarkan latar belakang, landasan teori dan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Sharia Compliance* berpengaruh terhadap Layanan Perbankan Digital.

(Ulya, 2019); (Muhammad & Sari, 2020); (Ahmed & Mohiuddin, 2021); (Fathayatul Husna, 2020)

H2: *Sharia Compliance* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

(Ahmed & Mohiuddin, 2021); (Saqib & Farooq, 2015); (Heradhyaksa & Suardi, 2019); (Usman et al., 2021).

H3: Layanan Perbankan Digital berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

(Mbama & Ezepeue, 2018); (Garzaro & Pedro, 2021); (Egala & Mensah, 2021); (Ling et al., 2016); (Shin, 2020).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian yang dilakukan termasuk jenis penelitian kuantitatif dan diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Dimana penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan terdapat hubungan gejala bersifat sebab akibat. Data yang digunakan merupakan data primer menggunakan kuisioner dan wawancara dengan pendekatan menggunakan metode survei. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015).

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah lokasi yang akan digunakan untuk melakukan penelitian untuk memperoleh data. Penelitian dilakukan di Bank BSI KC Malang Soetta dengan melaksanakan penelitian menurut waktu yang telah ditentukan. BSI KC Malang Soetta sendiri memiliki beberapa inovasi untuk terus mengarahkan para nasabahnya melakukan berbagai keperluan transaksi serta kegiatan operasional yang mengarah pada layanan digital serta mengimplementasikan nilai-nilai sharia yang kuat dalam menimbah amanah dari nasabah. Sehingga dengan alasan demikian peneliti memilih lokasi BSI KC Malang Soetta yang beralamat JL. Raya Sukarno Hatta, Kav 5D/400, Mojolangu, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65149.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi hasil penelitian (Yusuf, 2013). Populasi juga diartikan sebagai objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan yang digunakan dalam

penelitian. Populasi juga bukan hanya orang, tetapi obyek dan benada-benda alam yang lain, juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono, 2015).

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi semisal karena adanya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, sehingga peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BSI KC Malang Soetta yang memenuhi karakteristik untuk dilakukan penelitian. Dimana sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

3.4 Teknis Pengambilan Sampel

Teknik sampling dilakukanlah untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Penentuan besarnya sampel dengan teknik statistik yang selalu memperhitungkan seberapa jauh peneliti dapat mentoleransi kesalahan sampel yang terjadi, dan seberapa jauh pula tingkat kepercayaan yang dapat diterima (Yusuf, 2013).

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan jenis *probability sampling* Merupakan teknik pengambilan sampel dengan memberikan peluang sama untuk setiap unsur populasi yang akan dipilih menjadi anggota sampel. Dengan teknik pengambilan *random sampling*. Menurut Sugiyono (2015), Teknik *random sampling* adalah pengumpulan data dilakukan pada populasi tertentu yang telah ditentukan. Bila poopulasi terlalu luas, dengan adanya keterbatasan waktu, dana, dan tenaga, sampel dapat diambil dari populasi tersebut dengan sampel yang mewakili atau representatif.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik untuk menentukan jumlah sampel, yang apabila populasinya tidak diketahui secara pasti jumlahnya maka digunakan teknik atau rumus sesuai dengan teori Naresh K Maholtra (2006) paling

sedikit harus empat atau lima kali dari jumlah item pertanyaan. Dalam penelitian ini terdapat 24 item pertanyaan dari tiga variabel, sehingga jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah $24 \times 5 = 120$ sampel

3.5 Data dan Jenis Data

3.5.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan yakni merupakan sumber data primer. Data primer juga disebut sebagai data asli. Menurut Sugiyono (2015), sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data melalui kuisioner. Untuk mendapat data primer, peneliti mengumpulkannya secara langsung yang didapat dari responden yakni nasabah Bank BSI KC Malang Soetta.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Iqbal Hasan (2001:17) Pengumpulan data dimaksudkan sebagai pencatatan peristiwa atau karakteristik dari sebagian atau seluruh elemen populasi. Oleh karena itu instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya (Sugiyono, 2015). Adapun pengumpulan data berdasarkan takniknya, yaitu melalui studi literatur, dan angket.

a. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan dan mengetahui hal-hal dari responden lebih mendalam (Sugiyono, 2015). Dalam wawancara yang dilakukan, peneliti memberikan pertanyaan secara langsung kepada pihak yang berwenang di BSI KC Malang Soetta. Data yang diberikan narasumber dapat dijadikan data keterangan untuk bahan pendukung penelitian.

b. Studi Literatur

Menurut Iqbal Hasan (2001:17) Studi literatur adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan sebagian atau seluruh data yang telah ada atau

dari peneliti sebelumnya. Dapat juga melalui artikel, jurnal, dan buku yang dapat mendukung penelitian.

c. Kuisisioner (angket)

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yang memenuhi kriteria sebagai responden penelitian untuk dijawab. Kuisisioner juga merupakan teknik pengumpulan data yang efisien yang dapat diberikan secara langsung atau melalui internet (Sugiyono, 2015).

3.7 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2015), Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, subjek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

3.7.1 Variabel bebas

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2015). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Sharia Compliance*. Ahmed & Mohiuddin (2021), Menjelaskan *sharia compliance* atau kepatuhan syariah mengacu pada kepatuhan terhadap hukum Islam berdasarkan ajaran Al-Qur'an dan Sunnah. Kepatuhan syariah bertindak sebagai elemen paling signifikan dalam memilih bank syariah oleh klien. Kepatuhan syariah menjamin keandalan bank syariah dan merangsang kepercayaan pemangku kepentingan.

3.7.2 Variabel terikat

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini variabel terikat yaitu Kepuasan Nasabah. Menurut Kotler dan Keller (2007) dalam buku Manajemen Pemasaran mengatakan kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil suatu produk terhadap apa yang diharapkan. Jika harapan berada di bawah harapan, maka konsumen akan tidak puas. Apabila melebihi harapan, maka konsumen puas.

3.7.3 Variabel Mediasi

Variabel mediasi merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan tidak langsung, tidak dapat diamati dan diukur. Sebagai penyela/antara yang terletak diantara variabel independen dan dependen (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini variabel terikat yaitu Digital banking. Mbama & Ezepeue (2018), Mendefinisikan perbankan digital sebagai orientasi dari pelayanan, dimana konseptualisasinya menjadi sesuatu yang penting dalam teori pemasaran jasa. Telepon, internet, dan seluler telah menjadi saluran layanan utama perbankan digital, menjadikannya penting untuk kelangsungan hidup bank, melalui keunggulan, kemudahan, dan layanan yang dapat diakses kapan saja, serta di mana saja.

3.8 Devinisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau memaparkan secara detail sebuah konsep variabel ke dalam instrumen pengukuran (Kurniawan A, 2016).

3.8.1 Variabel bebas

Variabel variabel bebas (X2) yaitu *sharia compliance*, Saqib & Farooq (2015), mengatakan *Sharia compliance* adalah produk/jasa yang ditawarkan sesuai dengan prinsip syariah berdasarkan kesadaran hukum Islam mengenai perdagangan dan keuangan serta pengetahuan tentang atribut produk/jasa.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel *Sharia Compliance*

VARIABEL	INDIKATOR	SATUAN UKUR	KODE KUIISIONER
<i>Sharia Compliance</i> (X1)	Kualitas Layanan (X1.1)	Layanan operasional yang diberikan bank syariah sudah sesuai standar syariah	X1.1.1

(Khalidi, M.A. and Khan, 2010; Saqib & Farooq, 2015)		Layanan yang ditawarkan BSI KC Soetta dapat diandalkan dalam menangani masalah usaha nasabah	X1.1.2
	Produk dan Transaksi (X1.2)	Produk-produk pada BSI KC Soetta sudah sesuai dengan prinsip syariah	X1.2.1
		Akad yang digunakan dalam produk-produk BSI KC Soetta sudah sesuai dengan prinsip syariah	X1.2.2
		Operasional BSI KC Malang Soetta tidak menggunakan sistem bunga yang mengandung riba	X1.2.3
	Etika Kerja Perusahaan (X1.3)	Karyawan BSI KC Soetta berpakaian rapi dan bersikap ramah, sopan serta amanah	X1.3.1
		Karyawan melayani dan menangani permasalahan nasabah dengan tidak dibeda-bedakan	X1.3.2
	Pengawasan kepatuhan Bank Syariah (X1.4)	aktivitas di BSI Malang KC Soetta jujur, transparan, dan sesuai standar halal dan haram yang ditentukan DPS (Dewan Pengawas Syariah)	X1.4.1

3.8.2 Variabel Terikat

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (Y1). Menurut Lovelock dikutip dalam (Indrasari, 2019) menjelaskan bahwa kepuasan merupakan kondisi emosional, reaksi setelah melakukan pembelian yang dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan atau kesenangan.

Diukur dengan indikator berdasarkan penyampaian dari penelitian (Lovelock & Wirtz, 2007).

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel Kepuasan Nasabah

VARIABEL	INDIKATOR	SATUAN UKUR	KODE KUISIONER
Kepuasan Nasabah (Y1) Tjiptono dikuti dalam (Indrasari, 2019)	Kesesuaian Harapan (Y1.1)	Secara keseluruhan nasabah puas dengan dan nilai-nilai syariah	Y1.1.1
		Nasabah merasa puas dengan layanan digital banking dan memenuhi harapan	Y.1.1.2
	Penyampaian produk atau jasa yang dirasakan (Y1.2)	Nasabah menggunakan layanan digital banking secara berulang	Y1.2.1
	Konfirmasi harapan (Y1.3)	Berdasarkan pengalaman nasabah puas dengan kinerja dan layanan yang sesuai dengan harapan nasabah	Y1.3.1
	<i>Complaining behavior</i> (Y1.4)	Nasabah akan mengajukan komplain karena tidak puas dengan layanan atau nilai-nilai pada BSI	Y1.4.1

3.8.3 Variabel Mediasi

Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah Layanan Perbankan Digital (X1). yang diukur dengan indikator seperti yang disampaikan berikut ini oleh (Egala & Mensah, 2021).

VARIABEL	INDIKATOR	SATUAN UKUR	KODE KUISIONER
Layanan Perbankan Digital (Z1)	<i>Ease of Use</i> (Z1.1)	Layanan perbankan digital BSI mudah digunakan	Z1.1.1

(Egala & Mensah, 2021)		Layanan perbankan digital BSI memberi petunjuk penggunaan layanan yang jelas	Z1.1.2	
	<i>Efficiency (Z1.2)</i>	Layanan perbankan digital BSI memudahkan untuk mendapatkan layanan apapun yang dibutuhkan	Z1.1.4	
		Layanan perbankan digital memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi dengan cepat	Z1.1.5	
	<i>Interoperability (Z1.3)</i>	Bank menyediakan layanan ke dalam beberapa platform untuk transaksi lancar di seluruh penyedia layanan berbeda	Z1.3.1	
	<i>Privacy/Security (Z1.4)</i>	Bank memberikan keamanan dan menjaga kerahasiaan saat bertransaksi dengan Layanan perbankan digital BSI	Z1.4.1	
	<i>Responsiveness (Z1.5)</i>	Layanan perbankan digital dapat diakses dengan cepat	Z1.5.1	
		Nasabah dapat dengan mudah menghubungi BSI apabila terdapat keluhan	Z1.5.2	
		Keluhan terhadap Layanan perbankan digital BSI ditanggapi dan ditangani dengan cepat	Z1.5.3	
		<i>Reliability (Z1.6)</i>	Layanan perbankan digital BSI memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan	Z1.6.1

		Adanya layanan contact center yang dapat dihubungi	Z1.6.2
--	--	--	--------

3.9 Metode Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variabel yang diukur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih akurat, efisien dan komunikatif. Penelitian ini diukur menggunakan skala likert.

Menurut Sugiyono (2015), Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Indikator variabel yang akan diukur dijabarkan dalam skala likert variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa antara lain:

SS = Sangat Setuju	diberi skor	5
ST = Setuju	diberi skor	4
RG = Ragu-ragu	diberi skor	3
TS = Tidak setuju	diberi skor	2
TS = Tidak setuju	diberi skor	1

3.10 Analisis Data

Menurut Sugiyono (2015), Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Data dikelompokkan dan dianalisis berdasarkan jawaban kuisioner yang diperoleh dari tanggapan responden. Selanjutnya akan diolah dan dianalisis apakah ada pengaruh dari layanan perbankan digital dan *shariah compliance* terhadap kepuasan nasabah BSI KC Malang Soetta.

3.10.1 Uji Instrumen

Dalam penelitian kuantitatif, untuk mengukur instrumen digunakan uji validitas dan uji reabilitas. Untuk menunjukkan sejauh mana instrumen penelitian dapat dipercaya, maka pengujian dilakukan sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji yang dilakukan untuk mengetahui keabsahan suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti. Suatu item pertanyaan disebut valid, apabila mampu melakukan pengukuran sesuai dengan apa yang diukur (Kurniawan A, 2016). Pengujian dua sisi dengan taraf signifikan 0.05 jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen berupa item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total dan dinyatakan valid, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reabilitas

Merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui kehandalan (tingkat kepercayaan) suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti (Kurniawan A, 2016). Cara yang digunakan untuk menguji reabilitas kuisisioner dalam penelitian ini menggunakan rumus koefisien *Cronbach's Alpha* dan untuk mengetahui apakah reliabel atau tidak dibutuhkan pengujian dengan bantuan komputer program SPSS 25. Variabel dapat dikatakan baik apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,6 (Priyatno, 2013).

3.10.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan adalah uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik menjadi uji persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS).

1. Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan menguji apakah dalam penelitian model regresi, variabel independen dan variabel dependen maupun keduanya memiliki distribusi yang normal atau tidak. Seperti yang diketahui uji t dan uji f memiliki pengaruh dan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal (Yusuf, 2013).

2. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas merupakan uji dalam menentukan apakah terdapat adanya korelasi tinggi antara variabel independen dengan model regresi linier ganda. Metode pengujian yang digunakan adalah dengan melihat nilai *inflation factor* (VIF) pada model regresi. jika $VIF < 10$ dan *tolerance* mendekati $> 0,1$, maka tidak terjadi multikolonieritas antar variabel bebas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji digunakan untuk dapat menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi homoskedastisitas dan jika variannya tidak sama atau beda disebut terjadi heteroskedastisitas (Ghazali, 2009).

3.10.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pada prinsipnya menentukan hipotesis yang diajukan oleh penelitian diterima atau ditolak sesuai dengan keadaan data yang sebenarnya, dan bukan untuk membenarkan hipotesis yang telah disusun (Yusuf, 2013). Dalam penelitian ini, data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur adalah teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat pada regresi berganda jika variabel bebas memengaruhi variabel tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung.

1. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Uji determinasi ini bisa dilihat melalui *R square*, jika nilai *R square* berada di atas 0,5 maka bisa dikatakan baik.

2. Uji F (Analisis Pengaruh Secara Simultan)

Uji F bertujuan mengetahui apakah variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikatnya dalam model regresi secara simultan (Ghazali, 2009). Dengan kriteria signifikansi $\alpha=5\%$ untuk pengujian simultan. Dapat disimpulkan dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai signifikansi uji $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - 2) Apabila nilai signifikansi uji $F > 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima.
3. Uji t (Analisis Pengaruh Secara Parsial)

Uji t digunakan bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikan $\alpha=5\%$. Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai uji $t < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
 - 2) Apabila nilai uji $t > 0,05$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima
4. Uji Mediasi (*Sobel test*)

Suatu variabel dikatakan variabel mediasi jika variabel tersebut memengaruhi hubungan variabel independen dan dependen. Pengujian hipotesis mediasi dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) yang dikenal dengan Uji Sobel. Uji Sobel dilakukan dengan menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen ke variabel dependen melalui variabel mediasi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1.1 Profil Perusahaan

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Dengan hasil merger, menjadikan bank BSI sebagai bank syariah terbesar di Indonesia sekaligus menempatkannya pada daftar 10 besar bank terbesar di Indonesia dari sisi aset. Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

4.1.1.2 Visi Misi Perusahaan

A. Visi Bank Syariah Indonesia

TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK

B. Misi Bank Syariah Indonesia

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia

Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan *asset* (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025

2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham

Top 5 bank yang paling *profitable* di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)

3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia
Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja

4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden

Penelitian dilakukan dengan 120 responden. Karakteristik responden dalam penelitian yang didiskripsikan antara lain: jenis kelamin, usia nasabah, pekerjaan, pendapatan per-bulan, jenis transaksi yang biasa dilakukan dan layanan digital yang sering digunakan. Deskripsi karakteristik didapatkan berdasar identifikasi kuisisioner responden yang diperoleh. Hasil identifikasi karakteristik responden dapat dilihat secara lengkap pada lampiran di bawah. Berdasarkan hasil penelitian, berikut deskripsi karakteristik responden dilampirkan.

4.1.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Distribusi karakteristik berdasarkan jenis kelamin disajikan dalam tabel 4.1 sebagai berikut.

Tabel 4. 1 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin		Frekuensi	Persentase
Valid	Laki-Laki	41	34.2%
	Perempuan	79	65.8%
	Total	120	100.0%

Berdasarkan dari data diatas dapat dilihat bahwa terdapat 41 responden atau (34,2%) berjenis kelamin laki-laki, dan 79 responden (65,8%) berjenis kelamin perempuan. Pengguna terbanyak pada sampel yang berkaitan dengan aktifitas transaksi nasabah di BSI KC Malang Soetta yaitu perempuan.

4.1.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Distribusi karakteristik berdasarkan usia disajikan dalam tabel 4.2 sebagai berikut.

Tabel 4. 2 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia		Frekuensi	Persentase
Valid	<25	62	51.7%
	25-34	37	30.8%
	35-40	16	13.3%
	>40	5	4.2%
	Total	120	100.0%

Usia dari sebaran di atas dapat dilihat bahwa responden berusia <25 tahun terdapat 62 orang (51,7%), sedangkan rentang umur 25-34 tahun terdapat 37 orang (30,8%), usia 35-40 berjumlah 16 orang (13,3%) dan >40 tahun berjumlah 5 orang (4,2%). Dapat diketahui mayoritas nasabah BSI KC Malang yang datang melakukan transaksi adalah berusia <25 dan rentang sekitar 25-34 tahun.

4.1.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Distribusi karakteristik berdasarkan pekerjaan disajikan dalam tabel 4.3 sebagai berikut.

Tabel 4. 3 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan		Frekuensi	Persentase
Valid	Mahasiswa	44	36.7%
	Pelajar	2	1.7%
	Pegawai Negeri	6	5.0%
	Pegawai Swasta	35	29.2%
	Usahawan	13	10.8%
	Lainnya	20	16.7%
	Total	120	100.0%

Dalam penelitian dikategorikan jenis pekerjaan pada mahasiswa sebanyak 44 orang (36,7%), Pelajar sebanyak 2 orang (1,7%), Pegawai Negeri terdapat 6 orang (5,0%), Pegawai Swasta 35 orang (29,2%), Usahawan 13 orang (10,8%), dan lainnya diisi Ibu Rumah Tangga sebanyak 20 orang (16,7%). Dan jenis pekerjaan didominasi oleh mahasiswa dilanjut urutan kedua pegawai swasta.

4.1.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan

Distribusi karakteristik berdasarkan pendapatan per bulan disajikan dalam tabel 4.4 sebagai berikut.

Tabel 4. 4 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

	Pendapatan	Frekuensi	Persentase
Valid	<1.000.000	59	49.2%
	1.000.001 - 3.000.000	33	27.5%
	3.000.001 - 5.000.000	21	17.5%
	5.000.001 - 15.000.000	5	4.2%
	>15.000.000	2	1.7%
	Total	120	100.0%

Dari hasil penelitian dapat diketahui nasabah di didominasi oleh nasabah yang memiliki pendapatan <1.000.000 sebanyak 59 orang (49,2%), lalu selanjutnya pendapatan 1.000.001-3.000.000 sebanyak 33 orang (27,5%), pendapatan 3.000.001-5.000.000 21 orang (17,5%), 5.000.001-15.000.000 sebanyak 5 orang (4,2%) dan >15.000.000 sebanyak 2 orang (1,7%). Tingkat pendapatan dan status pekerjaan seseorang berpengaruh terhadap transaksi di bank BSI KC Malang Soetta.

4.1.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Transaksi

Distribusi karakteristik berdasarkan jenis transaksi yang sering digunakan disajikan dalam tabel 4.5 sebagai berikut.

Tabel 4. 5 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi

	Transaksi	Frekuensi	Persentase
Valid	Transfer	74	61.7%
	Pembelian	3	2.5%
	Pembayaran	25	20.8%
	Cek Saldo	18	15.0%
	Total	120	100.0%

Berdasar hasil penelitian jenis transaksi didominasi oleh jenis transaksi berupa transfer dengan 74 orang (61,7%), selanjutnya pembayaran 25 orang (20,8%), cek saldo dilakukan 18 orang (15,0%) dan pembelian di posisi terakhir.

4.1.2.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Layanan *E-banking*

Distribusi karakteristik berdasarkan layanan *e-banking* yang digunakan disajikan dalam tabel 4.4 sebagai berikut.

Tabel 4. 6 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan

Layanan		Frekuensi	Persentase
Valid	Internet Banking	17	14.2%
	Mobile Banking	87	72.5%
	SMS Banking	4	3.3%
	Lainnya	12	10.0%
	Total	120	100.0%

Berdasar hasil penelitian layanan *e-banking* didominasi oleh layanan berupa mobile banking dengan 87 orang (72,5%), selanjutnya internet banking 17 orang (14,2%), sms banking dilakukan 4 orang (3,3%) dan lainnya banyak diisi oleh pengguna ATM dengan jumlah 12 orang (10,0%). Dapat disimpulkan bahwa nasabah hampir telah sepenuhnya beralih menggunakan layanan digital dari Bank BSI KC Malang Soetta.

4.1.3 Deskripsi Jawaban Responden

4.1.3.1 Variabel *Sharia Compliance*

Sharia compliance diukur dengan 8 indikator dalam penelitian ini. Berikut adalah distribusi terkait jawaban responden terkait variabel sharia compliance dalam tabel 4.7 berikut.

Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Indikator *Sharia Compliance (X)*

Indikator	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Rata-Rata Skor
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Sharia Compliance (X)											
X1	0	0%	0	0%	14	12%	59	49%	47	39%	4,28
X2	0	0%	0	0%	13	11%	47	39%	60	50%	4,39
X3	0	0%	0	0%	18	15%	58	48%	44	37%	4,22
X4	0	0%	0	0%	11	9%	63	53%	46	38%	4,29
X5	0	0%	0	0%	17	14%	58	48%	45	38%	4,23

X6	0	0%	0	0%	3	3%	46	38%	71	59%	4,57
X7	0	0%	0	0%	5	4%	43	36%	72	60%	4,56
X8	0	0%	0	0%	8	7%	52	43%	60	50%	4,43

Berdasar tabel diatas dapat diketahui terkait jawaban responden dalam variabel *sharia compliance* (X) sebagai berikut.

- a. Pernyataan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan BSI KC Malang Soetta sudah sesuai standar syariah (X1) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 0% menjawab tidak setuju, 12% menjawab netral, 49% menjawab setuju, dan 39% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,28. Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan kualitas pelayanan yang diberikan BSI KC Malang Soetta sudah sesuai standar syariah.
- b. Pernyataan Layanan yang ditawarkan BSI KC Malang Soetta dapat diandalkan dalam menangani masalah usaha nasabah (X2) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 0% menjawab tidak setuju, 11% menjawab netral, 39% menjawab setuju, dan 50% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,39. Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan Layanan yang ditawarkan BSI KC Malang Soetta dapat diandalkan dalam menangani masalah usaha nasabah.
- c. Pernyataan Saya setuju produk-produk pada BSI KC Malang Soetta sudah sesuai dengan prinsip syariah (X3) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 0% menjawab tidak setuju, 15% menjawab netral, 48% menjawab setuju, dan 37% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,22. Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan Produk-produk pada BSI KC Malang Soetta sudah sesuai dengan prinsip syariah.
- d. Pernyataan Saya setuju akad yang digunakan dalam produk-produk BSI KC Malang Soetta sudah sesuai dengan prinsip syariah (X4) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 0% menjawab tidak setuju, 9% menjawab netral, 53% menjawab setuju, dan

38% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,29. Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan Akad yang digunakan dalam produk-produk BSI KC Malang Soetta sudah sesuai dengan prinsip syariah.

- e. Pernyataan Saya setuju operasional BSI KC Malang Soetta tidak menggunakan sistem bunga yang mengandung riba (X5) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 0% menjawab tidak setuju, 14% menjawab netral, 48% menjawab setuju, dan 38% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,23. Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan Operasional BSI KC Malang Soetta tidak menggunakan sistem bunga yang mengandung riba.
- f. Pernyataan Karyawan BSI KC Malan Soetta berpakaian rapi dan bersikap ramah, sopan serta amanah sesuai nilai-nilai perusahaan (X6) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 0% menjawab tidak setuju, 3% menjawab netral, 38% menjawab setuju, dan 59% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,57. Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan Karyawan BSI KC Malang Soetta berpakaian rapi dan bersikap ramah, sopan serta amanah sesuai nilai-nilai perusahaan.
- g. Pernyataan Karyawan BSI KC Malang Soetta melayani dan menangani permasalahan nasabah dengan tidak dibeda-bedakan (X7) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 0% menjawab tidak setuju, 4% menjawab netral, 36% menjawab setuju, dan 60% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,56. Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan Karyawan BSI KC Malang Soetta melayani dan menangani permasalahan nasabah dengan tidak dibeda-bedakan.
- h. Pernyataan Saya setuju aktivitas di BSI Malang KC Soetta jujur, transparan, dan sesuai standar halal dan haram yang ditentukan DPS (Dewan Pengawas Syariah) (X8) menunjukkan distribusi jawaban 0%

responden menjawab sangat tidak setuju, 0% menjawab tidak setuju, 7% menjawab netral, 43% menjawab setuju, dan 50% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,43. Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan Aktivitas di BSI Malang KC Malang Soetta jujur, transparan, dan sesuai standar halal dan haram yang ditentukan DPS (Dewan Pengawas Syariah).

4.1.3.2 Variabel Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah diukur dengan 5 indikator dalam penelitian ini. Berikut adalah distribusi terkait jawaban responden terkait variabel kepuasan nasabah dalam tabel 4.8 berikut.

Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Indikator Kepuasan Nasabah (Y)

Indikator	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Rata-Rata Skor
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Kepuasan Nasabah (Y)											
Y1	0	0%	0	0%	9	8%	68	57%	43	36%	4,28
Y2	0	0%	0	0%	14	12%	44	37%	62	52%	4,40
Y3	0	0%	1	1%	10	9%	54	45%	55	46%	4,36
Y4	0	0%	1	1%	8	7%	56	47%	55	46%	4,38
Y5	0	0%	0	0%	3	3%	49	41%	68	57%	4,54

Berdasar tabel diatas dapat diketahui terkait jawaban responden dalam variabel kepuasan nasabah (Y) sebagai berikut.

- a. Pernyataan Saya merasa puas atas kepatuhan syariah yang diterapkan oleh BSI KC Malang Soetta (Y1) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 0% menjawab tidak setuju, 8% menjawab netral, 57% menjawab setuju, dan 36% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,28. Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan Saya merasa puas atas kepatuhan syariah yang diterapkan oleh BSI KC Malang Soetta.
- b. Pernyataan Saya merasa puas layanan *digital banking* dan operasional BSI KC Malang Soetta (Y2) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 0% menjawab tidak setuju, 12% menjawab

netral, 37% menjawab setuju, dan 52% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,40. Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan Saya merasa puas layanan *digital banking* dan operasional BSI KC Malang Soetta.

- c. Pernyataan Saya puas dengan produk dan layanan *digital banking* BSI KC Malang Soetta dan akan menggunakan secara berulang (Y3) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 1% menjawab tidak setuju, 9% menjawab netral, 45% menjawab setuju, dan 46% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,36. Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan Saya puas dengan produk dan layanan *digital banking* BSI KC Malang Soetta dan akan menggunakan secara berulang.
- d. Pernyataan Saya merasa puas atas keputusan saya memilih produk/jasa BSI KC Malang Soetta sesuai dengan janji perusahaan (Y4) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 1% menjawab tidak setuju, 7% menjawab netral, 47% menjawab setuju, dan 46% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,38. Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan Saya merasa puas atas keputusan saya memilih produk/jasa BSI KC Malang Soetta sesuai dengan janji perusahaan.
- e. Pernyataan Saya merasa puas dengan umpan balik dari BSI KC Malang Soetta terhadap saran atau kritik dari nasabah (Y5) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 0% menjawab tidak setuju, 3% menjawab netral, 41% menjawab setuju, dan 57% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,54. Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan Saya merasa puas dengan umpan balik dari BSI KC Malang Soetta terhadap saran atau kritik dari nasabah.

4.1.3.3 Variabel Layanan Perbankan Digital

Kepuasan nasabah diukur dengan 11 indikator dalam penelitian ini. Berikut adalah distribusi terkait jawaban responden terkait variabel layanan perbankan digital dalam tabel 4.9 berikut.

Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Indikator Layanan Perbankan Digital (Z)

Indikator	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Rata-Rata Skor
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Layanan Perbankan Digital (Z)											
Z1	0	0%	0	0%	6	5%	48	40%	66	55%	4,50
Z2	0	0%	1	1%	11	9%	40	33%	68	57%	4,46
Z3	0	0%	0	0%	3	3%	58	48%	59	49%	4,47
Z4	0	0%	1	1%	8	7%	45	38%	66	55%	4,47
Z5	0	0%	0	0%	12	10%	36	30%	72	60%	4,50
Z6	0	0%	0	0%	16	13%	47	39%	57	48%	4,34
Z7	0	0%	2	2%	6	5%	38	32%	74	62%	4,53
Z8	0	0%	1	1%	3	3%	41	34%	75	63%	4,58
Z9	0	0%	0	0%	5	4%	40	33%	75	63%	4,58
Z10	0	0%	1	1%	3	3%	40	33%	75	63%	4,59
Z11	0	0%	1	1%	3	3%	46	38%	70	58%	4,54

Berdasar tabel diatas dapat diketahui terkait jawaban responden dalam variabel kepuasan nasabah (Z) sebagai berikut.

- a. Pernyataan Layanan perbankan digital BSI sangat mudah digunakan (Z1) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 0% menjawab tidak setuju, 5% menjawab netral, 40% menjawab setuju, dan 55% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,50. Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan Layanan perbankan digital BSI sangat mudah digunakan.
- b. Pernyataan Layanan perbankan digital BSI memberi nasabah petunjuk pengguna yang jelas (Z2) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 1% menjawab tidak setuju, 9% menjawab netral, 33% menjawab setuju, dan 57% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,46. Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan Layanan perbankan digital BSI memberi nasabah petunjuk pengguna yang jelas.

- c. Pernyataan Layanan perbankan digital BSI memudahkan untuk mendapatkan layanan apa pun yang dibutuhkan nasabah (Z3) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 0% menjawab tidak setuju, 3% menjawab netral, 48% menjawab setuju, dan 49% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,47. Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan Layanan perbankan digital BSI memudahkan untuk mendapatkan layanan apa pun yang dibutuhkan nasabah.
- d. Pernyataan Layanan perbankan digital memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi dengan cepat (Z4) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 1% menjawab tidak setuju, 7% menjawab netral, 38% menjawab setuju, dan 55% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,47. Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan Layanan perbankan digital memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi dengan cepat.
- e. Pernyataan Bank memberikan keamanan dan menjaga kerahasiaan saat bertransaksi dengan Layanan perbankan digital BSI (Z5) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 0% menjawab tidak setuju, 10% menjawab netral, 30% menjawab setuju, dan 60% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,50. Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan Bank memberikan keamanan dan menjaga kerahasiaan saat bertransaksi dengan Layanan perbankan digital BSI.
- f. Pernyataan Aplikasi dan situs BSI dapat diakses dengan cepat (Z6) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 0% menjawab tidak setuju, 13% menjawab netral, 39% menjawab setuju, dan 48% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,34. Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan Aplikasi dan situs BSI dapat diakses dengan cepat.
- g. Pernyataan Nasabah dapat dengan mudah menghubungi BSI apabila terdapat keluhan (Z7) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden

menjawab sangat tidak setuju, 2% menjawab tidak setuju, 5% menjawab netral, 32% menjawab setuju, dan 62% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,53. Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan Nasabah dapat dengan mudah menghubungi BSI apabila terdapat keluhan.

- h. Pernyataan Keluhan terhadap Layanan perbankan digital BSI ditanggapi dan ditangani dengan cepat (Z8) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 1% menjawab tidak setuju, 3% menjawab netral, 34% menjawab setuju, dan 63% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,58. Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan keluhan terhadap Layanan perbankan digital BSI ditanggapi dan ditangani dengan cepat.
- i. Pernyataan layanan ke dalam beberapa platform untuk transaksi lancar di seluruh penyedia layanan berbeda (Z9) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 0% menjawab tidak setuju, 4% menjawab netral, 33% menjawab setuju, dan 63% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,58. Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan Layanan ke dalam beberapa platform untuk transaksi lancar di seluruh penyedia layanan berbeda.
- j. Pernyataan Layanan perbankan digital BSI memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan (Z10) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 1% menjawab tidak setuju, 3% menjawab netral, 33% menjawab setuju, dan 63% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,59. Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan Layanan perbankan digital BSI memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan.
- k. Pernyataan Adanya layanan contact center yang dapat dihubungi (Z11) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 1% menjawab tidak setuju, 3% menjawab netral, 38% menjawab setuju, dan 58% menjawab sangat setuju dengan didapat rata-rata skor 4,54.

Skor tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung setuju dengan pernyataan Adanya layanan *contact center* yang dapat dihubungi.

4.1.4 Analisis Data

4.1.4.1 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan dalam mengukur valid atau tidaknya suatu item pertanyaan dan sejauh mana penelitian dapat dipercaya. Pengujian dapat dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel dengan signifikansi 0,005. Sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel maka dinyatakan tidak valid.

Tabel. 4.10
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Korelasi	R Tabel (5%)	Nilai Sig.	Keterangan
Sharia Compliance	X1	0,642	0,179	0,000	VALID
	X2	0,691	0,179	0,000	VALID
	X3	0,709	0,179	0,000	VALID
	X4	0,668	0,179	0,000	VALID
	X5	0,601	0,179	0,000	VALID
	X6	0,696	0,179	0,000	VALID
	X7	0,745	0,179	0,000	VALID
	X8	0,725	0,179	0,000	VALID
Layanan Perbankan Digital	Z1	0,713	0,179	0,000	VALID
	Z2	0,625	0,179	0,000	VALID
	Z3	0,720	0,179	0,000	VALID
	Z4	0,697	0,179	0,000	VALID
	Z5	0,698	0,179	0,000	VALID
	Z6	0,771	0,179	0,000	VALID
	Z7	0,739	0,179	0,000	VALID
	Z8	0,725	0,179	0,000	VALID
	Z9	0,770	0,179	0,000	VALID
	Z10	0,807	0,179	0,000	VALID
	Z11	0,766	0,179	0,000	VALID
Kepuasan Nasabah	Y1	0,616	0,179	0,000	VALID
	Y2	0,710	0,179	0,000	VALID
	Y3	0,716	0,179	0,000	VALID
	Y4	0,698	0,179	0,000	VALID
	Y5	0,719	0,179	0,000	VALID

Berdasarkan data dalam tabel 4. dapat diketahui bahwa indikator memiliki nilai lebih dari 0,6 sehingga disimpulkan bahwa setiap indikator dikatakan valid untuk dianalisis lebih lanjut.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas diukur dengan melihat nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$ maka data dinyatakan reliabel. Maka penelitian dianggap baik dan dapat dilanjutkan. Pengujian dilakukan dengan SPSS 25.

Tabel. 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Sharia Compliance	X1	0,916	RELIABEL
	X2		
	X3		
	X4		
	X5		
	X6		
	X7		
	X8		
Layanan Perbankan Digital	Z1	0,939	RELIABEL
	Z2		
	Z3		
	Z4		
	Z5		
	Z6		
	Z7		
	Z8		
	Z9		
	Z10		
	Z11		
Kepuasan Nasabah	Y1	0,889	RELIABEL
	Y2		
	Y3		
	Y4		
	Y5		

Berdasarkan tabel 4. diketahui bahwa nilai *Cronbach's alpha* setiap variabel memiliki nilai $> 0,6$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa instrumen variabel penelitian dinyatakan reliabel.

4.1.4.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi yang normal (Kurniawan A, 2016). Metode menggunakan Kolmogorov Smirnov. Dengan signifikansi $> 0,05$ yang dapat diartikan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Sebaliknya apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka dikatakan nilai residual tidak berdistribusi normal.

a. Uji Normalitas Persamaan I

Tabel 4.12

Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Persamaan I

N			120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		4.14059239
Most Extreme Differences	Absolute		.107
	Positive		.080
	Negative		-.107
Test Statistic			.107
Asymp. Sig. (2-tailed)			.002 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.115 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.106
		Upper Bound	.123

Berdasarkan hasil uji tabel diatas, menunjukkan signifikansi bahwa monte carlo (2-tailed) $> 0,05$ yaitu 0,115, sehingga disimpulkan uji normalitas kolmogorov-smirnov tes variabel X terhadap Z tidak terdapat gangguan dan data diasumsikan berdistribusi normal.

b. Uji Normalitas Persamaan II

Tabel 4.13

Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Persamaan II

N			120
	Mean		.0000000

Normal Parameters ^{a,b}	Std. Deviation		1.81615757
Most Extreme Differences	Absolute		.106
	Positive		.106
	Negative		-.080
Test Statistic			.106
Asymp. Sig. (2-tailed)			.002 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.126 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.118
		Upper Bound	.135

Berdasarkan hasil uji tabel diatas, menunjukkan signifikansi bahwa monte carlo (2-tailed) > 0,05 yaitu 0,126, sehingga disimpulkan uji normalitas kolmogorov-smirnov tes variabel X dan Z terhadap Y tidak terdapat gangguan dan data diasumsikan berdistribusi normal.

2. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas untuk menentukan apakah terdapat korelasi antar variabel maka dilakukan uji multikolonieritas. Metode digunakan dengan melihat $VIF < 10$ dan *tolerance* > 0,1 sehingga variabel dinyatakan bebas dan tidak terjadi multikolonieritas.

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolonieritas

	Model	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Sharia Compliance	.575	1.740
	Layanan Digital Banking	.575	1.740
	Variabel Intervening	1.00	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

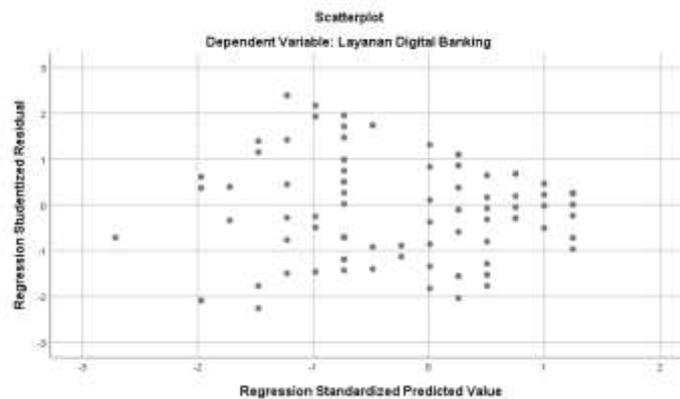
Berdasarkan hasil uji dari tabel diatas nilai *tolerance* variabel intervening yakni 1,00 > 0,10 dan VIF < 10 yaitu 1,000 disimpulkan bahwa tidak terdapat kolerasi yang terjadi pada persamaan I. Sedangkan nilai tolerance yakni 0,575 >

0,10 dan $VIF < 10$ yaitu 1,740, sehingga disimpulkan tidak ada kolerasi yang terjadi antara variabel dependen dan independen dalam model regresi persamaan II.

3. Uji Heteroskedastisitas

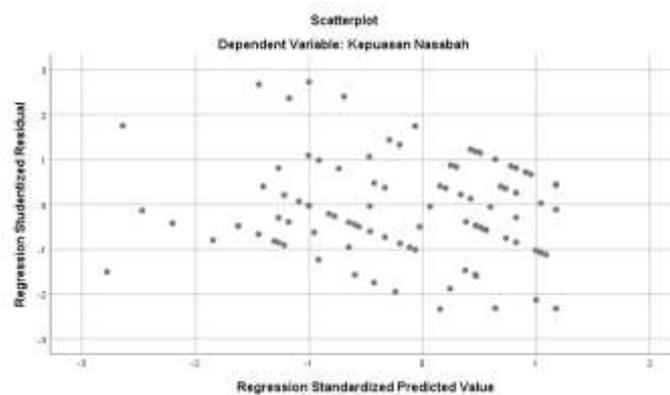
Uji heteroskedastisitas dilakukan dalam menguji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan ke pengamatan lain. Jika data pada gambar menyebar secara acak maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Data diambil dari pengujian hasil grafik scatterplot menggunakan SPSS 25.

Gambar 4.1
Scatterplot Persamaan I



Sumber: Data Diolah, 2022, SPSS 25

Gambar 4.2
Scatterplot Persamaan II



Sumber: Data Diolah, 2022, SPSS 25

Berdasarkan gambar di bawah dapat diambil kesimpulan bahwa titik-titik menyebar dan terdistribusi secara acak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data

tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga regresi dapat digunakan dan dianalisis lebih lanjut.

4.1.4.3 Metode Pengujian Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Uji determinasi ini bisa dilihat melalui R square, jika nilai R square berada di atas 0,5 maka bisa dikatakan baik.

a. Koefisien Determinasi Persamaan I

Tabel 4.15 Hasil R^2 Persamaan I

Model	R	R Square
1	.735 ^a	.540

Dari tabel hasil uji di atas nilai R Square yang diperoleh adalah sebesar 0,735. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa pengaruh sharia compliance terhadap layanan digital banking adalah sebesar $0,735 = 73,5\%$ dan sisanya 26,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model.

b. Koefisien Determinasi Persamaan II

Tabel 4.16 Hasil R^2 Persamaan II

Model	R	R Square
1	.774 ^a	.599

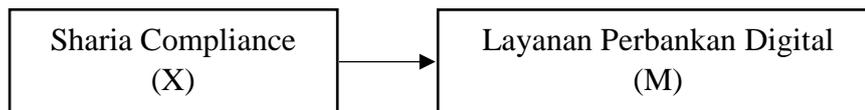
Dari tabel hasil uji di atas nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,774. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa pengaruh sharia compliance terhadap layanan digital banking adalah sebesar $0,774 = 77,4\%$ dan sisanya 22,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model.

2. Uji t

Uji t digunakan bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikan $\alpha=5\%$. Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai uji $t < 0,05$, atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2) Apabila nilai uji $t > 0,05$, atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima

Tabel 4.17
Persamaan Struktur I (Variabel X Terhadap Z)



$$Z \text{ (LDB)} = \beta SH + e1$$

Pada persamaan I, variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel yang diduga sebagai variabel mediasi (M)

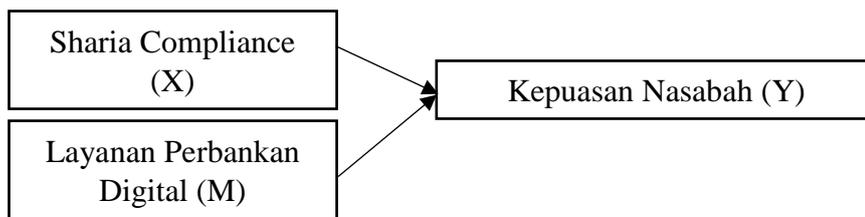
Tabel 4.18 Hasil Uji t Persamaan I

Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	16.295	2.810		5.798	.000
	Sharia Compliance	.951	.081	.735	11.778	.000
a. Dependent Variable: Layanan Perbankan Digital						

Hipotesis 1: Pengaruh Variabel *Sharia Compliance* terhadap Layanan *Digital Banking*

Berdasarkan hasil data uji t tabel 8 diperoleh angka t-hitung sebesar 11,778 H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan I, *sharia compliance* berpengaruh signifikan terhadap layanan digital banking secara parsial.

Tabel 4.19
Persamaan Struktur II (Variabel X dan Z Terhadap Y)



$$Y \text{ (KN)} = \beta SH + \beta LDBM + e1$$

Pada persamaan II, variabel independen (X) dan (M) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)

Tabel 4.20 Hasil Uji t Persamaan II

Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.741	1.445		1.896	.060
	Sharia Compliance	.179	.054	.285	3.305	.001
	Layanan Perbankan Digital	.261	.042	.540	6.256	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah						

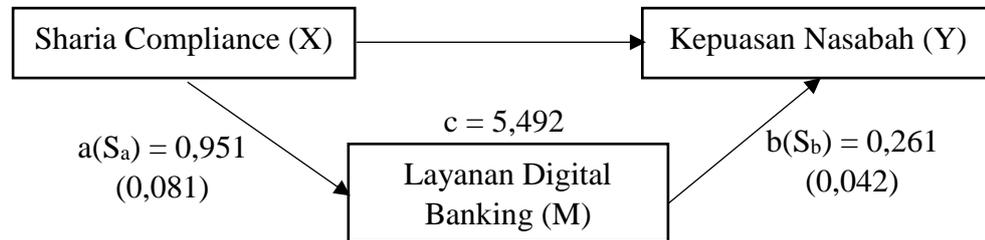
Hipotesis 2: Pengaruh Variabel *Sharia Compliance* dan *Layanan Digital Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

- a. Berdasarkan hasil data uji t tabel 4. diperoleh angka t-hitung sebesar 3,305 dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan II Ho ditolak dan Ha diterima, yakni *sharia compliance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- b. Berdasarkan hasil data uji t tabel 4. diperoleh angka t-hitung sebesar 6,256 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan II Ho ditolak dan Ha diterima, yakni layanan perbankan digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3. Uji Analisis Jalur Dengan Sobel Tes

Suatu variabel dikatakan variabel mediasi jika variabel tersebut memengaruhi hubungan variabel independen dan dependen. Pengujian hipotesis mediasi dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) yang dikenal dengan Uji Sobel. Uji Sobel dilakukan dengan menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen ke variabel dependen melalui variabel mediasi.

Tabel 4.21 Hasil Uji Analisis Sobel



$$sab = b2sa2 + a2sb2 + sa2sb2$$

a = koefisien regresi variabel X terhadap variabel M

b = koefisien regresi variabel M terhadap variabel Y

SEa = *standard error of estimation* dari pengaruh variabel X terhadap variabel M

SEb = *standard error of estimation* dari pengaruh variabel M terhadap variabel Y

Hipotesis 3: Pengaruh Variabel *Sharia Compliance* Melalui Layanan Perbankan Digital terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan perhitungan Sobel Tes diatas didapatkan nilai sebesar $5,492 > 1,96$ dengan tingkat signifikansi 5%, maka dapat disimpulkan bahwa Layanan Perbankan Digital mampu memediasi hubungan *Sharia Compliance* terhadap Kepuasan Nasabah.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.1 Pengaruh *Sharia Compliance* Terhadap Layanan Perbankan Digital

Hasil analisis data penelitian pada uji regresi antara variabel *sharia compliance* memiliki pengaruh terhadap layanan perbankan digital dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,5$. Hasil analisis mencakup indikator variabel *sharia compliance* 8 indikator yang telah dinyatakan valid dan reliabel. Indikator *sharia compliance* bersumber dari penelitian yang telah dilakukan (Khalidi, M.A. and Khan, 2010; Saqib & Farooq, 2015). Dalam deskripsi jawaban responden, responden menjawab cenderung untuk setuju dengan pernyataan dalam setiap item yang disampaikan.

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Ahmed & Mohiuddin, 2021) *sharia compliance* memiliki dampak positif dan pengaruh yang signifikan pada kualitas layanan. Studi juga menunjukkan pentingnya menawarkan layanan berkualitas yang berasal dari sumber-sumber asli Islam (Quran dan Hadis). Termasuk karena adanya perubahan teknologi, peraturan pemerintah dan globalisasi, bank kini menawarkan berbagai layanan inovatif menggunakan informasi dan teknologi komunikasi. Didukung hasil penelitian (Ulya, 2019) bahwa aturan dan prinsip syariah telah mempertahankan regulasi dan berpengaruh dalam *Islamic fintech*. Selama layanan berbasis teknologi tidak bertentangan dengan prinsip syariah, maka termasuk dalam *Islam fintech*. Radman et al., (2012), Othman & Owen, (2001) menunjukkan pentingnya menyediakan layanan berkualitas tinggi oleh bank syariah, cendekiawan Muslim kontemporer memiliki mengakui adanya konsep kualitas dalam sumber-sumber utama Islam. Rahman et al. (2018) hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas Syariah Islam secara signifikan mempengaruhi kualitas layanan dan kepuasan wisatawan medis Muslim di rumah sakit swasta syariah. Karena ada pertumbuhan yang signifikan dari bank syariah di seluruh dunia, memberikan kualitas layanan kepada nasabah menjadi fundamental seiring dengan *sharia compliance* bagi bank syariah (Aldarabseh, 2019; Hamzah, 2015).

BSI KC Malang menjunjung nilai-nilai syariah dengan pengaplikasian sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dalam fitur BSI Mobile, BSI menyediakan juz

amma & asmaul husna. BSI menonjolkan aspek syariah dalam layanan berbasis digitalisasi sebagai pengingat akan kewajiban seorang muslim untuk selalu mengikuti tuntutan dalam Al-Qur'an dan mengambil hikmah serta berkah dalam transaksi atau aktivitas lainnya. Implementasi aspek syariah lainnya disediakan dalam fitur Donasi Online atau infaq merupakan salah satu fitur unggulan dari BSI untuk para nasabah yang ingin melakukan kewajiban muslim yaitu berbagi atau yang biasa disebut zakat. Selain itu BSI memberikan kemudahan bagi nasabah yang ingin melaksanakan kewajiban shalat dengan memberikan fitur yang menunjukkan waktu shalat, lokasi masjid, Arah kiblat yang disesuaikan berdasarkan lokasi nasabah berada.

4.2.2 Pengaruh Layanan Perbankan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil analisis data penelitian pada uji regresi antara variabel layanan perbankan digital memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,5$. Hasil analisis mencakup indikator variabel layanan perbankan digital 11 indikator yang telah dinyatakan valid dan reliabel. Indikator layanan perbankan digital bersumber dari penelitian yang telah dilakukan (Egala & Mensah, 2021). Dalam deskripsi jawaban responden, responden menjawab cenderung untuk setuju dengan pernyataan dalam setiap item yang disampaikan.

Hasil penelitian (Mbama & Ezepue, 2018) menunjukkan hasil layanan perbankan digital berpengaruh positif pada kepuasan nasabah. Didukung dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa layanan digitalisasi sangat diperlukan untuk mematuhi protokol COVID-19 yang telah ditetapkan terutama untuk bank-bank. Dampak layanan perbankan digital yang disediakan oleh bank selama COVID-19 menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, efisiensi, privasi/keamanan dan keandalan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Egala & Mensah, 2021). Didukung dengan penelitian (Garzaro & Pedro, 2021), (Mansour et al., 2016), (McKecnie et al., 2011) yang mengidentifikasi layanan berbasis teknologi dalam perbankan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Melalui kecanggihan teknologi dan inovasi di sektor keuangan dan perbankan, *digital banking* menjadi lebih akrab bagi nasabah bank yang menerima layanan secara konvensional. Selain itu, dapat membantu nasabah untuk mengelola

keuangannya dengan lebih efisien (Ling et al., 2016). Hasil penelitian Kolog et al., (2020), menyatakan bahwa kriteria kualitas layanan yang berpusat pada pelanggan dengan meningkatkan pengambilan keputusan berdasarkan preferensi pelanggan pada akhirnya akan membimbing lembaga keuangan dalam penerapan sistem digital untuk mencapai keunggulan operasional. Strategi retensi pelanggan yang efektif seperti membangun kepuasan nasabah dan loyalitas melalui kualitas pelayanan menjadi prioritas. Dalam penelitian Garzaro & Pedro (2021) mencantumkan hasil dari penelitian Khan et al., (2016), menyoroti pentingnya isu-isu seperti fungsionalitas dan keamanan media digital dalam transaksi perbankan, aspek menyenangkan dan estetis dan identitas diri pengguna dengan bank sama pentingnya atribut untuk kepuasan pelanggan.

BSI KC Malang Soetta telah melakukan pengoptimalan untuk berinovasi pada digitalisasi dengan adanya pengarahan untuk menginstal aplikasi BSI Mobile. Dengan adanya aplikasi BSI Mobile, nasabah akan mendapatkan benefit dengan adanya kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi atau kegiatan operasional lainnya yang tidak mengharuskan nasabah datang langsung ke bank. Mempertimbangkan mitigasi risiko keamanan data para nasabah. Fitur-fitur yang disediakan telah didesain dan dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Seperti memeriksa saldo rekening, melakukan pembayaran dan mentransfer dana dari rekening bank ke akun *e-wallet* lainnya. Adanya peningkatan dalam memenuhi kebutuhan nasabah, dan dalam rangka digitalisasi secara global sejalan dengan peningkatan kepuasan yang akan diperoleh nasabah.

4.2.3 Pengaruh *Sharia Compliance* Melalui Layanan Perbankan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil analisis data penelitian pada uji sobel tes antara variabel *sharia compliance* melalui layanan perbankan digital memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai sebesar $5,492 > 1,96$ dengan tingkat signifikansi 5%. Hasil analisis mencakup indikator variabel kepuasan nasabah dengan 5 indikator yang telah dinyatakan valid dan reliabel. Indikator kepuasan nasabah bersumber dari penelitian yang telah dilakukan (Indrasari, 2019). Dalam deskripsi

jawaban responden, nasabah menjawab cenderung untuk setuju dengan pernyataan dalam setiap item yang disampaikan.

Bank syariah harus fokus pada kepatuhan syariah dan inovasi layanan untuk kepuasan pelanggan yang lebih baik, mengarah pada pembangunan dan pertumbuhan yang berkelanjutan (Othman & Owen, 2001). Usman et al., (2021) menemukan bahwa *sharia compliance* memiliki dampak yang signifikan pada kepuasan nasabah bank syariah menggunakan *e-banking*. Didukung dengan penelitian (Saqib & Farooq, 2015) menunjukkan dengan jaring cabang, ATM, internet dan *mobile banking*, telah meningkatkan produk serta layanannya untuk mempertahankan eksistensi perbankan syariah serta prioritasnya pada kepuasan nasabah. Umumnya nasabah muslim lebih memilih bank yang sesuai dengan syariah hukum dan memberikan layanan yang berkualitas. Oleh karena itu, kualitas layanan dan *sharia compliance* dapat diintegrasikan untuk meningkatkan kepuasan nasabah di perbankan syariah. Ahmed & Mohiuddin, (2021) menunjukkan hasil bahwa *sharia compliance* memiliki dampak terhadap kepuasan nasabah dengan kualitas layanan sebagai mediasi.

BSI KC Malang Soetta selalu berusaha menonjolkan aspek keadilan, investasi beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi tanpa terkecuali masyarakat muslim yang memiliki religiusitas. Kebijakan operasional perbankan syariah memiliki perbedaan dengan konvensional dalam aspek tertentu. Keterbukaan terhadap perubahan tidak luput menjadi aspek yang dijunjung oleh BSI. Nilai-nilai syariah yang menjadi identitas serta pembeda perbankan syariah menjadikan perbankan syariah semakin mampu menduduki prioritas memenuhi kebutuhan nasabah, sehingga pertumbuhannya terlampaui cepat dan cukup stabil. Inovasi digital menjadi sebuah cara bank berinvestasi meningkatkan kualitas layanan berbasis teknologi agar semakin berkembang terutama meningkatkan aplikasi *mobile banking*. Beberapa fitur dan situs telah dijalankan dan mendapat tanggapan positif dari nasabah. Pengembangan aplikasi yang menghargai persepsi kehadiran sosial, misalnya, tercermin dalam pengalaman yang lebih positif, menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih besar.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan dari bab sebelumnya didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. *Sharia compliance* memiliki pengaruh terhadap layanan perbankan digital BSI KC Malang. Hal tersebut memiliki arti apabila persepsi kepatuhan syariah ditingkatkan mengikuti kebutuhan nasabah maka layanan termasuk produk digitalisasi perbankan akan semakin berkembang baik dalam teknis, fitur, dan kualitas pelayanan sehingga sesuai dengan nilai-nilai syariah dari Bank BSI KC Malang Soetta.
2. Layanan perbankan digital BSI KC Malang Soetta memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dapat diartikan bahwa apabila pelayanan digitalisasi perbankan ditingkatkan dengan maksud memberikan manfaat yang lebih banyak kepada nasabah maka kepuasan yang akan dirasakan nasabah akan dapat tercapai.
3. *Sharia compliance* memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah melalui layanan perbankan digital. Dapat diartikan apabila BSI KC Malang mendapat persepsi baik terhadap kepatuhan syariah yang telah dilakukan serta adanya peningkatan layanan inovasi digital yang sesuai dengan nilai-nilai syariah, maka kepuasan nasabah semakin meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis memberikan saran untuk penelitian yang ingin menggunakan topik maupun objek penelitian sama yang terkait. Berikut adalah saran yang dapat menjadi pertimbangan:

1. Saran bagi perusahaan, penulis melakukan penelitian terkait *sharia compliance* terhadap kepuasan nasabah melalui layanan digital banking sebagai mediasi. Dalam layanan dan produk, BSI KC Malang telah melakukan pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah sebagai SOP.

Saran penulis adalah meningkatkan platform untuk membagikan informasi sehubungan dengan pengoptimalan penggunaan aplikasi *Mobile Banking*. Memaksimalkan pelayanan bagi nasabah yang memerlukan bantuan lebih terkait penggunaan dan pengaplikasian layanan digital banking agar meningkatkan kepuasan nasabah.

2. Terkait objek penelitian, peneliti selanjutnya dapat melakukan survei terlebih dahulu untuk melihat operasional di lapangan secara langsung. Menyusun rangkaian permasalahan dan mengajukan rancangan penelitian dengan mengukur waktu agar lebih efektif. Peneliti selanjutnya dapat mencari berbagai sumber referensi internasional untuk melihat perbedaan dan perbandingan permasalahan secara lebih luas. Diharapkan dapat melihat celah dalam permasalahan dan variabel yang mungkin belum terpikirkan oleh penulis sebelumnya.
3. Terkait variabel penelitian, BSI KC Malang dapat memberikan ruang untuk sosialisasi kepada nasabah terkait produk-produk unggulan digital, serta dapat lebih menonjolkan aspek syariah yang sebelumnya telah dilaksanakan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, M., Kassim, S., & Dahari, Z. (2012). Customer Satisfaction and Switching Behavior in Islamic Banking : Evidence from Indonesia. *School of Doctoral Studies (European Union) Journal, Table 1*, 209–215.
- Ahmed, S., & Mohiuddin, M. (2021). *The impact of Islamic Shariah compliance on customer satisfaction in Islamic banking services : mediating role of service quality*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2020-0346>.
- Amin, M., Isa, Z., & Fontaine, R. (2011). The role of customer satisfaction in enhancing customer loyalty in Malaysian Islamic banks. *Service Industries Journal, 31*(9), 1519–1532. <https://doi.org/10.1080/02642060903576076>.
- Baba, Y. (2012). Adopting a Specific Innovation type versus Composition of Different Innovation types Case study of a Ghanaian Bank. *International Journal of Bank Marketing, Vol. 30 No*, pp.218-240.
- Bahia, K. and Nantel, J. (2000). A reliable and valid measurement scale for the perceived service quality of banks. *International Journal of Bank Marketing, Vol. 18 No*, 84–91. <https://doi.org/doi: 10.1108/ 02652320010322994>
- Bank Indonesia, P. (2007). Peraturan Bank Indonesia Nomor: 9/15/PBI/2007 Tentang Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum. 1–32.
- Deloitte. (2016). The future of financial infrastructure by WEF. *World Economic Forum, August*.
- Derigs, U., & Marzban, S. (2008). Review and analysis of current Shariah-compliant equity screening practices. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, 1*(4), 285–303. <https://doi.org/10.1108/17538390810919600>.

- Egala, S. B., & Mensah, S. A. (2021). *To leave or retain? An interplay between quality digital banking services and customer satisfaction*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2021-0072>.
- Fathayatul Husna. (2020). *Wajah Ekonomi 4.0: Perbankan Syari'ah Digital, Peningkatan Daya Saing Dan Strategi Dakwah Islam*. 3, 151–156. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v3i1>.
- Gupta, R., Kumar, R.P. and Bharadwaj, A. (2017). Mobile banking system in India: practices, Challenges and security issues. *International Journal of Computer Trends and Technology*, Vol. 43 No, 24–48.
- Heradhyaksa, B., & Suardi, I. (2019). *Sharia Compliance in the Islamic Banking Perception in Indonesia*. 5(2), 1608–1620.
- Hidayat, R., Akhmad, S., & Machmud, M. (2015). Effects of Service Quality, Customer Trust and Customer Religious Commitment on Customers Satisfaction and Loyalty of Islamic Banks in East Java. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 7(2), 151–164. <https://doi.org/10.15408/ijies.v7i2.1681>
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. In *Repository.Unitomo.Ac.Id*. <http://repository.unitomo.ac.id/2773/>.
- Ishak, A.H. and Osman, M. R. (2016). A systematic literature review on Islamic values applied in quality management context. *Journal of Business Ethics*, Vol. 138 N, 103–112.
- King, B. (2018). BANK 4.0: Banking Everywhere, Never at a Bank. *Bank 4.0*.
- Khalidi, M.A. and Khan, A. (2010), “Consumer perception of Islamic banking in Pakistan”, *Labuan Bulletin of International Business and Finance*, Vol. 8 No. 1, pp. 1-21.

- Kotler, P. and Keller, K. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1 dan 2. Terjemahan: Drs. Benyamin Molan, Jakarta: Indeks.
- Kurniawan A, P. Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PANDIVA BUKU.
- Ling, G. M., Fern, Y. S., Boon, L. K., & Huat, T. S. (2016). Understanding Customer Satisfaction of Internet Banking: A Case Study In Malacca. *Procedia Economics and Finance*, 37(16), 80–85. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30096-x](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30096-x).
- Lovelock, Christopher and Lauren Wright. (2004). *Principles of Service Marketing and Management*, 2nd ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall Inc.
- Mansour, I. H. F., Eljelly, A. M. A., & Abdullah, A. M. A. (2016). Consumers' attitude towards e-banking services in Islamic banks: the case of Sudan. *Review of International Business and Strategy*, 26(2), 244–260. <https://doi.org/10.1108/RIBS-02-2014-0024>.
- Marlina, A., & Bimo, W. A. (2018). Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank. *INOVATOR*, 7(1). <https://doi.org/10.32832/inovator.v7i1.1458>.
- Mbama, C. I., & Ezepeue, P. O. (2018). Digital banking, customer experience and bank financial performance: UK customers' perceptions. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2). <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2016-0181>.
- McKecnie, S., Ganguli, S., & Roy, S. K. (2011). Generic technology-based service quality dimensions in banking: Impact on customer satisfaction and loyalty. *International Journal of Bank Marketing*, 29(2), 168–189. <https://doi.org/10.1108/02652321111107648>.
- Helmi Muhammad, N. P. S. (2020). Pengaruh Financial Technology Terhadap Perbankan Syariah: Pendekatan ANP-BOCR (The Influence of Financial

Technology on Islamic Banking: ANP-BOCR Approach). *Islamic Banking and Finance Journal*.

Nurhisam, L. (2016). Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance) dalam Industri Keuangan Syariah. *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, 23(1), 77–96. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol23.iss1.art5>.

ojk, ojk. (2018). *Prinsip dan Konsep Dasar Perbankan Syariah*. Otoritas Jasa Keuangan.

Othman, A., & Owen, L. (2001). The multi dimensionality of carter model to measure customer service quality (SQ) in Islamic banking industry: a study in Kuwait finance house. *International Journal of Islamic Financial Services*, 3(4), 1–12.

Otoritas Jasa Keuangan. (2018). POJK Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum. *Ojk RI, I*, 1–55. <http://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/regulasi/lembaga-keuangan-mikro/peraturan-ojk/Documents/SAL-POJK PERIZINAN FINAL F.pdf>

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL a multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>.

Garzaro, D. M., & Pedro, S. D. C. (2021). *Internet and mobile banking: the role of engagement and experience on satisfaction and loyalty*. 39(1), 1–23. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2020-0457>.

Rema, Y. O. L., & Setyohadi, D. B. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan mobile banking studi kasus : BRI Cabang Bajawa. *Seminar Riset Teknologi Informasi*.

Rianto, M. R., Bukhari, E., Wibowo, A., & Fikri, N. (2020). *Ancaman Pola Perilaku Finansial Perbankan Di Indonesia*. 16(1), 27–32.

- Saqib, L., & Farooq, M. A. (2015). *Customer perception regarding Sharī‘ah compliance of Islamic banking sector of Pakistan*. <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2013-0031>.
- Shin, J. W. (2020). *Customer perceptions of Korean digital and traditional banks*. 38(2), 529–547. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2019-0084>.
- Sugiyono. (2015). Sugiyono, Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D , (Bandung: Alfabeta, 2015), 407 1. *Metode Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*.
- Susilawaty, L., & Nicola, N. (2020). Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan. *Jurnal Manajemen Maranatha*. <https://doi.org/10.28932/jmm.v19i2.2478>.
- Sutedi, A. (2009). *Perbankan Syariah, Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ulya, N. U. (2019). Legal Protection of Donation-based Crowdfunding Zakat on Financial Technology: Digitalization of Zakat under Perspective of Positive Law and Islamic Law. *International Conference of Zakat*. <https://doi.org/10.37706/iconz.2018.132>.
- Usman, H., Projo, N. W. K., Chairy, C., & Haque, M. G. (2021). The exploration role of Sharia compliance in technology acceptance model for e-banking (case: Islamic bank in Indonesia). *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2020-0230>.
- Yarmunida, M. (2018). DIMENSI SYARIAH COMPLIANCE PADA OPERASIONAL BANK SYARIAH. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(1), 140–154. <https://doi.org/10.29300/aij.v4i1.1206>.
- Yusuf, A. M. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan*. Renika Cipta.

Zavareh, F. B., Ariff, M. S. M., Jusoh, A., Zakuan, N., Bahari, A. Z., & Ashourian, M. (2012). E-Service Quality Dimensions and Their Effects on E-Customer Satisfaction in Internet Banking Services. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 40, 441–445. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.03.213>

Zeithaml, V.A. Bitner, Mary J. Gremler, Dwayne D. (2003), *Service Marketing Integrating*.

LAMPIRAN 1**BUKTI KONSULTASI**

Nama : Tifani Nurmala Widiya

NIM/Jurusan : 18540136/Perbankan Syariah

Pembimbing : Rini Safitri, SE., MM., MBA

Judul Skripsi : Pengaruh Sharia Compliance Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Malang Soetta Dengan Penggunaan Layanan Perbankan Digital Sebagai Variabel Mediasi

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1	8 November 2021	Pengajuan Judul	
2	16 Maret 2022	Konsultasi BAB 1	
3	06 April 2022	Konsultasi BAB 1 2 3	
4	22 April 2022	Konsultasi Revisi BAB 1 2 3	
5	13 Mei 2022	ACC Proposal	
6	18 Juli 2022	ACC Seminar Proposal dan Kuisisioner	
7	19 Agustus 2022	Konsultasi BAB 4 dan 5	

LAMPIRAN 2**KUISIONER PENELITIAN****Sharia Compliance (X)**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya setuju kualitas pelayanan yang diberikan BSI KC Soetta sudah sesuai standar syariah					
2.	Layanan yang ditawarkan BSI KC Soetta dapat diandalkan dalam menangani masalah usaha nasabah					
3.	Saya setuju produk-produk pada BSI KC Soetta sudah sesuai dengan prinsip syariah					
4.	Saya setuju akad yang digunakan dalam produk-produk BSI KC Soetta sudah sesuai dengan prinsip syariah					
5.	Saya setuju operasional BSI KC Malang Soetta tidak menggunakan sistem bunga yang mengandung riba					
6.	Karyawan BSI KC Soetta berpakaian rapi dan bersikap ramah, sopan serta amanah sesuai nilai-nilai perusahaan					
7.	Karyawan melayani dan menangani permasalahan nasabah dengan tidak dibedakan					
8.	Saya setuju aktivitas di BSI Malang KC Soetta jujur, transparan, dan sesuai standar halal dan haram yang ditentukan DPS (Dewan Pengawas Syariah)					

Layanan Perbankan Digital (Z)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Layanan perbankan digital BSI sangat mudah digunakan					
2.	Layanan perbankan digital BSI memberi nasabah petunjuk pengguna yang jelas					
3.	Layanan perbankan digital BSI memudahkan untuk mendapatkan layanan apa pun yang dibutuhkan nasabah					

4.	Layanan perbankan digital memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi dengan cepat					
5.	Bank memberikan keamanan dan menjaga kerahasiaan saat bertransaksi dengan Layanan perbankan digital BSI					
6.	Aplikasi dan situs BSI dapat diakses dengan cepat					
7.	Nasabah dapat dengan mudah menghubungi BSI apabila terdapat keluhan					
8.	Keluhan terhadap Layanan perbankan digital BSI ditanggapi dan ditangani dengan cepat					
9.	layanan ke dalam beberapa platform untuk transaksi lancar di seluruh penyedia layanan berbeda					
10.	Layanan perbankan digital BSI memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan					
11.	Adanya layanan contact center yang dapat dihubungi					

Kepuasan Nasabah (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa puas atas kepatuhan syariah yang diterapkan oleh BSI KC Soetta					
2.	Saya merasa puas layanan <i>digital banking</i> dan operasional BSI KC Soetta					
3.	Saya puas dengan produk dan layanan <i>digital banking</i> BSI KC Soetta dan akan menggunakan secara berulang					
4.	Saya merasa puas atas keputusan saya memilih produk/jasa BSI KC Soetta sesuai dengan janji perusahaan					
5.	Saya merasa puas dengan umpan balik dari Bank KC Soetta terhadap saran atau kritik dari nasabah					

LAMPIRAN 3

DISTRIBUSI FREKUENSI

1. Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

Jenis Kelamin		Frekuensi	Persentase
Valid	Laki-Laki	41	34.2%
	Perempuan	79	65.8%
	Total	120	100.0%

Usia

Usia		Frekuensi	Persentase
Valid	<25	62	51.7%
	25-34	37	30.8%
	35-40	16	13.3%
	>40	5	4.2%
	Total	120	100.0%

Jenis Pekerjaan

Pekerjaan		Frekuensi	Persentase
Valid	Mahasiswa	44	36.7%
	Pelajar	2	1.7%
	Pegawai Negeri	6	5.0%
	Pegawai Swasta	35	29.2%
	Usahawan	13	10.8%
	Lainnya	20	16.7%
	Total	120	100.0%

Pendapatan Per Bulan

Pendapatan		Frekuensi	Persentase
Valid	<1.000.000	59	49.2%
	1.000.001 - 3.000.000	33	27.5%
	3.000.001 - 5.000.000	21	17.5%
	5.000.001 - 15.000.000	5	4.2%
	>15.000.000	2	1.7%
	Total	120	100.0%

Layanan Transaksi

Transaksi		Frekuensi	Persentase
Valid	Transfer	74	61.7%
	Pembelian	3	2.5%
	Pembayaran	25	20.8%
	Cek Saldo	18	15.0%
	Total	120	100.0%

Jenis Layanan E-Banking

Layanan		Frekuensi	Persentase
Valid	Internet Banking	17	14.2%
	Mobile Banking	87	72.5%
	SMS Banking	4	3.3%
	Lainnya	12	10.0%
	Total	120	100.0%

2. Jawaban Responden

Sharia Compliance (X)

Indikator	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Rata-Rata Skor
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Sharia Compliance (X)											
X1	0	0%	0	0%	14	12%	59	49%	47	39%	4,28
X2	0	0%	0	0%	13	11%	47	39%	60	50%	4,39
X3	0	0%	0	0%	18	15%	58	48%	44	37%	4,22
X4	0	0%	0	0%	11	9%	63	53%	46	38%	4,29
X5	0	0%	0	0%	17	14%	58	48%	45	38%	4,23
X6	0	0%	0	0%	3	3%	46	38%	71	59%	4,57
X7	0	0%	0	0%	5	4%	43	36%	72	60%	4,56
X8	0	0%	0	0%	8	7%	52	43%	60	50%	4,43

Kepuasan Nasabah (Y)

Indikator	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Rata-Rata Skor
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Kepuasan Nasabah (Y)											
Y1	0	0%	0	0%	9	8%	68	57%	43	36%	4,28
Y2	0	0%	0	0%	14	12%	44	37%	62	52%	4,40
Y3	0	0%	1	1%	10	9%	54	45%	55	46%	4,36
Y4	0	0%	1	1%	8	7%	56	47%	55	46%	4,38
Y5	0	0%	0	0%	3	3%	49	41%	68	57%	4,54

Layanan Perbankan Digital (Z)

Indikator	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Rata-Rata Skor
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Layanan Perbankan Digital (Z)											
Z1	0	0%	0	0%	6	5%	48	40%	66	55%	4,50
Z2	0	0%	1	1%	11	9%	40	33%	68	57%	4,46
Z3	0	0%	0	0%	3	3%	58	48%	59	49%	4,47
Z4	0	0%	1	1%	8	7%	45	38%	66	55%	4,47
Z5	0	0%	0	0%	12	10%	36	30%	72	60%	4,50
Z6	0	0%	0	0%	16	13%	47	39%	57	48%	4,34
Z7	0	0%	2	2%	6	5%	38	32%	74	62%	4,53
Z8	0	0%	1	1%	3	3%	41	34%	75	63%	4,58
Z9	0	0%	0	0%	5	4%	40	33%	75	63%	4,58
Z10	0	0%	1	1%	3	3%	40	33%	75	63%	4,59
Z11	0	0%	1	1%	3	3%	46	38%	70	58%	4,54

LAMPIRAN 4

HASIL UJI PENELITIAN

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Korelasi	R Tabel (5%)	Nilai Sig.	Keterangan
Sharia Compliance	X1	0,642	0,179	0,000	VALID
	X2	0,691	0,179	0,000	VALID
	X3	0,709	0,179	0,000	VALID
	X4	0,668	0,179	0,000	VALID
	X5	0,601	0,179	0,000	VALID
	X6	0,696	0,179	0,000	VALID
	X7	0,745	0,179	0,000	VALID
	X8	0,725	0,179	0,000	VALID
Layanan Perbankan Digital	Z1	0,713	0,179	0,000	VALID
	Z2	0,625	0,179	0,000	VALID
	Z3	0,720	0,179	0,000	VALID
	Z4	0,697	0,179	0,000	VALID
	Z5	0,698	0,179	0,000	VALID
	Z6	0,771	0,179	0,000	VALID
	Z7	0,739	0,179	0,000	VALID
	Z8	0,725	0,179	0,000	VALID
	Z9	0,770	0,179	0,000	VALID
	Z10	0,807	0,179	0,000	VALID
	Z11	0,766	0,179	0,000	VALID
Kepuasan Nasabah	Y1	0,616	0,179	0,000	VALID
	Y2	0,710	0,179	0,000	VALID
	Y3	0,716	0,179	0,000	VALID
	Y4	0,698	0,179	0,000	VALID
	Y5	0,719	0,179	0,000	VALID

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Sharia Compliance	X1	0,916	RELIABEL
	X2		
	X3		
	X4		
	X5		
	X6		
	X7		

	X8		
Layanan Perbankan Digital	Z1	0,939	RELIABEL
	Z2		
	Z3		
	Z4		
	Z5		
	Z6		
	Z7		
	Z8		
	Z9		
	Z10		
	Z11		
Kepuasan Nasabah	Y1	0,889	RELIABEL
	Y2		
	Y3		
	Y4		
	Y5		

Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Persamaan I

N			120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		4.14059239
Most Extreme Differences	Absolute		.107
	Positive		.080
	Negative		-.107
Test Statistic			.107
Asymp. Sig. (2-tailed)			.002 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.115 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.106
		Upper Bound	.123

Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Persamaan II

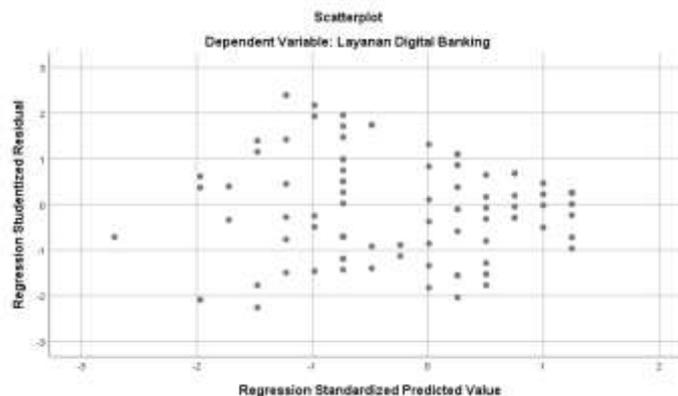
N			120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.81615757
Most Extreme Differences	Absolute		.106
	Positive		.106
	Negative		-.080
Test Statistic			.106
Asymp. Sig. (2-tailed)			.002 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.126 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.118
		Upper Bound	.135

Hasil Uji Multikolinieritas

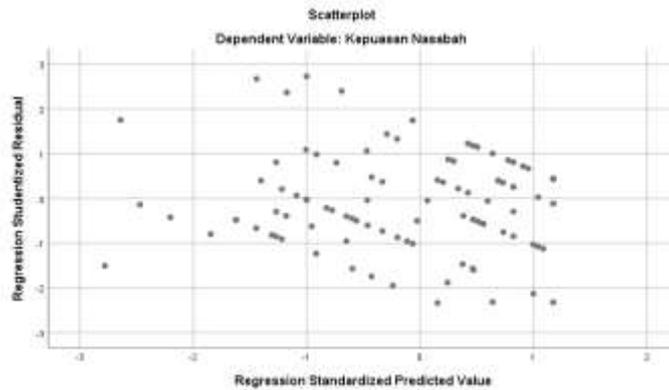
	Model	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Sharia Compliance	.575	1.740
	Layanan Digital Banking	.575	1.740
	Variabel Intervening	1.00	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Scatterplot Persamaan I



Scatterplot Persamaan II



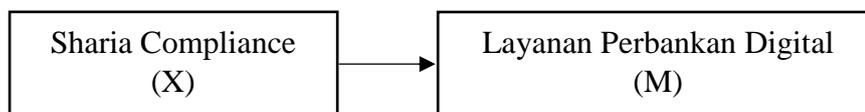
Hasil R² Persamaan I

Model	R	R Square
1	.735 ^a	.540

Hasil R² Persamaan II

Model	R	R Square
1	.774 ^a	.599

Persamaan Struktur I (Variabel X Terhadap Z)

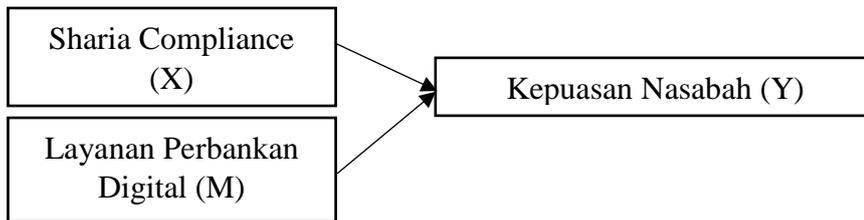


Hasil Uji t Persamaan I

Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	16.295	2.810		5.798	.000
	Sharia Compliance	.951	.081	.735	11.778	.000

a. Dependent Variable: Layanan Perbankan Digital

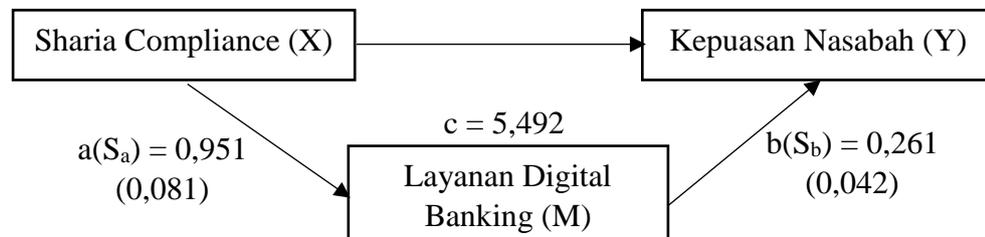
Persamaan Struktur II (Variabel X dan Z Terhadap Y)



Hasil Uji t Persamaan II

Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.741	1.445		1.896	.060
	Sharia Compliance	.179	.054	.285	3.305	.001
	Layanan Perbankan Digital	.261	.042	.540	6.256	.000
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah						

Hasil Uji Analisis Sobel Tes



LAMPIRAN 5

SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PENELITIAN



Malang, 01 Agustus 2022

Nomor : Surat No.02/ 347-3/19021
 Lampiran : -
 Perihal : Surat Persetujuan Penelitian

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh
 Yth. Bagian Bidang Akademik
 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Sehubungan Surat Saudara tanggal 11 April 2022 perihal Permohonan program penelitian, bersama ini disampaikan bahwa kepada mahasiswa atas nama :

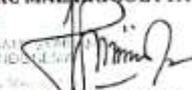
No	Nama Mahasiswa	NIM	Program Studi
1	Tifani Nurma Widiya	18540136	Perbankan Syariah

Bahwa Bank Syariah Indonesia KC Malang Soetta menyetujui pelaksanaan program penelitian mahasiswa tersebut terhitung mulai tanggal 03 Agustus 2022 sampai dengan 17 Agustus 2022.

Dalam rangka penerapan Protokol Kesehatan secara disiplin di lingkungan Bank Syariah Indonesia KC Malang Soetta, maka program penelitian harus dalam kondisi sehat dan bebas COVID-19.

Selama pelaksanaan program penelitian, kami hanya menyediakan tempat dan fasilitas kegiatan tanpa pembiayaan apapun. Program penelitian diharapkan selama pelaksanaan dapat memanfaatkan kesempatan ini untuk mendukung penyusunan materi penulisan tugas akhir.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

PT. BANK SYARIAH INDONESIA, TBK.
 KC MALANG SOETTA

 ANDIK MUSTOFA
 BOSM

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk.
 KC Malang Soetta
 Jl. Soekarno Hatta Malang, Ruko Taman Niaga Kav. 12, 15-17
 Kel. Jatimulyo, Kec.Lowokwaru Kota Malang 65141

LAMPIRAN 6



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
UNIT PENELITIAN & PUBLIKASI MAHASISWA (UP2M) FAKULTAS EKONOMI

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon: (0341) 555501 Faksimile: (0341) 555501

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME
(FORM C)

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eka Wahyu Hestya Budiando, Lc., M.Si
 NIP : 198908082020121002
 Jabatan : Kepala UP2M Program Studi Perbankan Syariah

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Tifani Nurmala Widiya
 NIM : 18540136
 Handphone : 081934774168
 Prodi/Konsentrasi : Perbankan Syariah
 Email : tifaniwidiya@gmail.com
 Judul Skripsi : Pengaruh Sharia Compliance Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Malang Soetta Dengan Penggunaan Layanan Perbankan Digital Sebagai Variabel Mediasi
 Pembimbing : Rini Safitri, SE., M.M

Menerangkan bahwa penulisan skripsi mahasiswa tersebut di atas dinyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
13%	14%	7%	7%

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang 14 Desember 2022
 UP2M



Eka Wahyu Hestya Budiando, Lc., M.Si
 NIP. 198908082020121002

LAMPIRAN 7



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
 Jl. Gajayana No. 50 Telp. (0341) 551354, Fax. 572533 Malang
 Website : www.uin-malang.ac.id E-mail : info@uin-malang.ac.id

BERITA ACARA VERIFIKASI PENGESAHAN
AFIRMASI PUBLIKASI PENGGANTI PENULISAN/UJIAN TUGAS AKHIR

Nomor : 2022/F.EK/PP.00./11/2022
 Tanggal : 04 November 2022

Pada hari ini Jum'at, 4 November 2022, kami yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Yayuk Sri Rahayu, SE., MM
 Instansi : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
 Jabatan : Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi
 Alamat : Jl. Gajayana Nomor 50 Malang 65144

telah melakukan verifikasi atas Artikel Jurnal Ilmiah dengan data sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Tifani Nurmala Widiya
 NIM : 18540136
 Prodi : Perbankan Syariah
 Dosen Pendamping : Rini Safitri, SE., MM., MBA
 Judul Artikel Jurnal Ilmiah : Pengaruh *Sharia Compliance* Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KC Malang Soetta Dimediasi Oleh Layanan *Digital Banking*
 Nama Artikel Jurnal Ilmiah : Jurnal Nisbah
 Kategori Artikel Jurnal Ilmiah : Nasional
 Jenis Artikel Jurnal Ilmiah : Sinta 4
 Pelaksanaan Penerbitan : Volume 8 Nomor 2 Edisi Desember 2022

Demikian berita acara verifikasi pengesahan afirmasi publikasi pengganti penulisan/ujian tugas akhir ini dibuat dan ditandatangani pada tanggal tersebut diatas untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dosen Pembimbing,

Rini Safitri, SE., MM., MBA
 NIP 199303282019032016

Ketua Program Studi,

Dr. Yayuk Sri Rahayu, SE., MM
 NIP 19770826 200801 2 011



Mengetahui :
 Dekan,

Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
 NIP 19750707 200501 1 005

LAMPIRAN 8



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
 Jl. Gajayana No. 50 Telp. (0341) 551354, Fax 572533 Malang
 Website: www.uinmalang.ac.id E-mail: info@uinmalang.ac.id

BERITA ACARA PEMERIKSAAN ADMINISTRATIF
AFIRMASI PUBLIKASI PENGGANTI PENULISAN/UJIAN TUGAS AKHIR

Nomor 290/FEK/PP.00.9/11/2022

Tanggal 24 November 2022

Pada hari ini, 4 November 2022, kami yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Yayuk Sri Rahayu, SE., MM
 Instansi : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
 Jabatan : Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi
 Alamat : Jl. Gajayana Nomor 50 Malang 65144

telah melakukan pemeriksaan administrasi Artikel Jurnal Ilmiah dengan data sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Tifani Nurmala Widiya
 NIM : 10540136
 Prodi : Perbankan Syariah
 Dosen Pendamping : Rini Safitri, SE., MM., MBA
 Judul Artikel Jurnal Ilmiah : Pengaruh *Sharia Compliance* Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KC Malang Soetta Dimediasi Oleh Layanan *Digital Banking*
 Nama Artikel Jurnal Ilmiah : Jurnal Nisbah
 Kategori Artikel Jurnal Ilmiah : Nasional
 Jenis Artikel Jurnal Ilmiah : Sinta 4
 Pelaksanaan Penerbitan : Volume 8 Nomor 2 Edisi Desember 2022

Dari hasil pemeriksaan administrasi hasil pekerjaan, dapat kami sampaikan hasil sebagai berikut :

- Menyampaikan dan disetujui oleh kaprodi
- Mencantumkan nama pembimbing skripsi
- Mencantumkan nama institusi ketika publikasi
- Mengikuti ujian seminar proposal skripsi (wajib / tidak wajib)
- Mengikuti ujian komprehensif (wajib / tidak wajib)
- Sudah mendapat *Letter of Acceptance* (LoA)
- Bukti pembayaran publikasi (jika berbayar)
- Bukti korespondensi
- Surat pernyataan bermaterai kesanggupan menyelesaikan tanggungan artikel (ketika belum terbit)
- Menyelesaikan laporan tugas akhir/skripsi (wajib / tidak wajib)
- Lembar verifikasi pengesahan telah ditandatangani dosen pembimbing dan kaprodi

NB:

*J Mohon dicentang dan dicoret atas kesesuaian data

Demikian berita acara hasil pemeriksaan administrasi afirmasi publikasi pengganti penulisan/ujian tugas akhir ini dibuat dan ditandatangani pada tanggal tersebut diatas untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dosen Pembimbing,


 Rini Safitri, SE., MM., MBA
 NIP 199303282019032016

Ketua Program Studi,


 Dr. Yayuk Sri Rahayu, SE., MM
 NIP 19770826 200801 2 011

Mengetahui :
 Dekan,




 Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI
 NIP 19750707 200501 1 005