

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia di kenal sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama islam terbesar di dunia, karena hal ini lah dapat mendukung perkembangan ekonomi syariah agar mampu bersaing dengan lembaga konvensional. Perkembangan perbankan syariah memiliki kontribusi yang besar terhadap perkembangan masrket share keuangan syariah di Indonesia, tercatat per juni 2023 posisi *market share* perbankan syariah tumbuh dengan mencapai 7,3 persen dari total industri perbankan nasional.¹ Melihat dari pertumbuhan *market share* perbankan syariah yang terus meningkat hal ini berdampak baik bagi perekonomian nasional, namun jika mengingat Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam, pertumbuhan tersebut masih dianggap relatif kecil. Masalah ini Tentu saja hal ini harus menjadi perhatian jika sektor perbankan syariah ingin tetap bertahan dan bergenerasi. Hal yang perlu di capai adalah dengan terus berinovasi dan menjunjung tinggi hubungan positif dengan nasabah untuk memastikan bahwa mereka senang menggunakan layanan perbankan syariah.²

Adanya perbankan memiliki peran yang penting pada bidang perekonomian negara.³ Melalui forum keuangan yang didukung oleh lembaga keuangan dapat mendorong perekonomian nasional serta ekonomi masyarakat. Di indonesia mempunyai beraneka ragam jenis lembaga keuangan yaitu bank dan non bank, baik bank dalam bentuk konvensional maupun juga berbentuk syariah, unit usaha syariah, dan lain-lain. Menurut data pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *market share* pada perbankan syariah mengalami pertumbuhan aset keuangan

¹ Lida Puspaningtyas, "OJK : Pangsa Pasar Perbankan Syariah Indonesia Tumbuh Jadi 7,3 Persen", 13 Oktober 2023, <https://sharia.republika.co.id>, diakses pada tanggal 16 November 2023

² Ahmad Rifqi Hidayat and Aidha Trisanty, "Analisis Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia," *At-Taqaddum* 12, no. 2 (2020): 183–200, <https://doi.org/10.21580/at.v12i2.6449>.

³ Lailatul Qadariah and Arif Rachman Eka Permata, "Peran Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Perekonomian Di Indonesia : Studi Teoritik Dan Empirik," *Dinar: Ekonomi Dan Keuangan Islam* 4, no. 1 (2017): 10.

syariah sebesar Rp2.450,55 triliun atau sekitar USD163,09 miliar posisi per Juni 2023.⁴

Adapun salah satu lembaga keuangan syariah yang giat untuk terus meningkatkan performanya adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) pada Februari 2021 menjadi salah satu lembaga keuangan yang menjadi pendorong kinerja industri perbankan syariah. Pada Laporan Tahunan BSI tahun 2022 mencatat BSI menguasai 38% marketshare perbankan syariah nasional dengan aset sebesar Rp305,73 Triliun sampai dengan akhir Desember 2022.⁵

Dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju, mendorong lembaga keuangan syariah khususnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) harus kreatif dan berinovasi di tengah banyak nya persaingan yang terjadi saat ini. perbankan syariah perlu mengembangkan pemasaran yang efektif, dapat meningkatkan kemampuan dalam bidang teknologi, dan mampu mengembangkan sumber daya alam yang dimiliki.⁶ Keberhasilan perbankan syariah maupun perbankan konvensional, dapat di ukur melalui keberhasilan suatu lembaga keuangan dalam memasarkan produk atau layanan baru yang mereka miliki, namun keberhasilan tersebut di ukur melalui tingkat kepuasan nasabah terhadap produk serta layanan yang mereka berikan.⁷ Selain itu, hal yang tidak kalah penting adalah bagaimana

⁴ Otoritas Jasa Keuangan, Statistik Perbankan Syariah Januari 2023, <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Januari-2023/STATISTIK%20PERBANKAN%20SYARIAH%20-%20JANUARI%202023.pdf>, di akses pada tanggal 10 November 2023.

⁵ Laporan Tahunan 2022 PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI), <https://ir.bankbsi.co.id/misc/AR/AR2022-ID/192/#zoom=true>, di akses pada tanggal 14 November 2023.

⁶ Muslim Amin and Zaidi Isa, "An Examination of the Relationship between *Service Quality* Perception and Customer Satisfaction: A SEM Approach towards Malaysian Islamic Banking," *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 1, no. 3 (2008): 191–209, <https://doi.org/10.1108/17538390810901131>.

⁷ Muhammad Naeem Akhtar et al., "Relationship between Customer Satisfaction and *Service Quality* of Islamic Banks," *World Applied Sciences Journal* 13, no. 3 (2011): 453–59.

suatu lembaga keuangan syariah mampu memprioritaskan nasabah dan menciptakan kepuasan serta loyalitas nasabah.⁸

Senior Vice President Digital Strategy and Product BSI Riko Wardana mengatakan seiring dengan terus tumbuhnya minat masyarakat dalam memanfaatkan layanan keuangan syariah dan penggunaan transaksi digital yang meningkat signifikan, BSI berkomitmen untuk terus melakukan inovasi dan penguatan layanan perbankan digital. Dalam hal transaksi digital, BSI mencatat minat masyarakat terhadap penggunaan BSI Mobile yang terus meningkat. Saat ini, jumlah pengguna BSI Mobile telah mencapai 5,39 juta (per kuartal II 2023), tumbuh 32,53% secara tahunan (year on year/yoy). Pada periode kuartal II 2023 tersebut, BSI Mobile mencatat 170,70 juta transaksi, tumbuh 45,01% yoy dan volume transaksi menembus Rp220,56 triliun, tumbuh 46,30% yoy.⁹

Pada nasabah BSI di Jepara tercatat sebesar 27.000 nasabah, untuk nasabah yang menggunakan *mobile banking* tercatat sebanyak 4.135 nasabah dan pengguna aktifnya berjumlah 1.203 nasabah. Dengan melihat jumlah tersebut sudah menunjukkan peningkatan dari tahun sebelumnya yaitu hanya 1.707 nasabah. Di balik adanya peningkatan nasabah pengguna BSI Mobile tidak memungkirkan jumlah tersebut masih relatif kecil jika dibandingkan dengan pengguna bank konvensional di Jepara. Pada penelitian observasi yang dilakukan rata-rata masyarakat menggunakan bank konvensional karena mereka menilai bank konvensional lebih mudah dan cepat pelayanannya.

Dengan hadirnya Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk menciptakan kemaslahatan umat Islam, maka dalam praktik bank syariah tidak boleh bertentangan dengan ajaran – ajaran agama Islam. BSI menjadi pilihan pertama bagi masyarakat Jepara dalam memilih bank syariah. BSI tetap menjadi posisi utama bank syariah di Jepara karena beberapa alasan, salah satunya keberhasilan dalam aspek promosi yang dilakukan.

Perkembangan teknologi internet untuk akses perbankan juga memberikan kontribusinya. Generasi Z yang lahir dan besar di era perkembangan internet merasakan dampak yang lebih besar karena

⁸ Asti Marlina and Widhi Ariyo Bimo, “Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank,” *Inovator* 7, no. 1 (2018): 14, <https://doi.org/10.32832/inovator.v7i1.1458>.

⁹ <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/raih-the-indonesia-customer-experience-of-the-year-bsi-terus-berinovasi-perkuat-layanan-nasabah>, di akses pada 14 November 2023.

meningkatnya akses informasi. Selain itu, dunia maya memungkinkan terjadinya interaksi sosial dan akses terhadap layanan perbankan berdasarkan kebutuhan individu.¹⁰ Perkembangan internet membuktikan bahwa penggunaan teknologi informasi dan komunikasi menjadi kebutuhan penting pada generasi z, sehingga berbagai cara dilakukan oleh bank untuk memanfaatkan adanya kemajuan teknologi, dengan berinovasi meningkatkan kualitas layanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat serta memudahkan masyarakat dalam bertransaksi.¹¹

Namun dengan bertambahnya pengguna BSI Mobile tidak menutup masalah-masalah yang muncul pada layanan digital BSI Mobile. Menurut keluhan nasabah penggunaan BSI Mobile di platform media sosial baru-baru ini adalah sering terjadi masalah dalam mengakses aplikasi BSI Mobile. Hal ini tentu harus sangat diperhatikan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) guna terus dapat mempertahankan eksistensinya dalam memberikan performa yang baik kepada nasabah. Dengan adanya upaya pengoptimalan pelayanan aplikasi BSI Mobile, BSI menghadirkan layanan Call Center dan layanan media sosial guna membantu menjawab keluhan-keluhan yang di rasakan oleh para nasabah. Evaluasi yang cepat dengan hadirnya fitur yang cepat tanggap terhadap keluhan-keluhan yang dirasakan nasabah dapat meningkatkan loyalitas nasabah BSI. Menurut Suryani, melakukan evaluasi atas pelayanan Internet banking yang baik jika dilakukan Secara Periodik . Evaluasi atas mutu internet banking ini diperlukan bagi pengelola bank untuk memperbaiki strategi pelayanan internet banking.¹² Selain itu adanya inovasi dan upaya penguatan layanan tersebut dapat menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebab, kepuasan menjadi salah satu tolak ukur bagi BSI untuk terus menjaga dan meningkatkan pelayanan agar seluruh pelanggan dapat terus mendapatkan pelayanan prima. Untuk mendukung tumbuhnya loyalitas nasabah, pada penggunaan layanan

¹⁰ Wijayanti, Niken Putri, And Melia Kusuma. "Pengaruh Kualitas Layanan Bsi Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Surakarta (Studi Pada Generasi Z Di Kota Surakarta)." Phd Diss., Uin Surakarta, 2023: 12.

¹¹ Nasution, Eri Yanti, Prawidya Hariani, Lailan Safina Hasibuan, and Wita Pradita. "Perkembangan transaksi bisnis e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia." *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)* 3, no. 2 (2020): 506-519.

¹² Suryani, T, Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah. Jakarta: Prenadamedia Group, (2017): 195 – 209.

digital banking perlu untuk menerapkan *sharia compliance* dan *quality service* terhadap layanan digital banking.

Perkembangan syariah yang semakin meningkat, mendorong perbankan syariah untuk menciptakan *Sharia compliance*. Menurut Ahmed & Mohiuddin, *Sharia compliance* adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan bertindak sesuai dengan prinsip-prinsip syariah pada hukum Islam berdasarkan ajaran Al-Qur'an dan Sunnah. Sistem perbankan ini didasarkan pada pembagian keuntungan dan kerugian daripada membebankan bunga atas pembiayaan.¹³ *Sharia compliance* atau kepatuhan syariah merupakan segala sesuatu tindakan dalam mematuhi prinsip-prinsip syariah, yang mengacu pada hukum Islam yang telah dituangkan dalam Al-Qur'an dan sunnah.¹⁴ Menurut Usman, *sharia compliance* menjadi pembeda utama antara bank syariah dan bank konvensional.¹⁵ Sikap nasabah bank syariah yang cenderung memiliki keutamaan dalam melakukan segala sesuatu yang sesuai dengan aturan yang ada dalam ketentuan hukum Islam termasuk dengan kepentingan bisnis mereka, sehingga keberadaan *sharia compliance* di perlukan dalam pelaksanaan operasional suatu bank syariah. Bank adalah lembaga keuangan yang berorientasi pada suatu layanan dalam memprioritaskan kepentingan dalam menciptakan kepuasan nasabah.¹⁶ Kepuasan nasabah menjadi salah satu hal terpenting yang perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari

¹³ Ahmed, S., Mohiuddin, M., Rahman, M., Tarique, K. M., & Azim, M., "The impact of Islamic Shariah compliance on customer satisfaction in Islamic banking services: mediating role of *service quality*," *Journal of Islamic Marketing*, 13, no.9 (2022): 1829-1842.

¹⁴ Selim Ahmed et al., "The Impact of Islamic Shariah Compliance on Customer Satisfaction in Islamic Banking Services: Mediating Role of *Service Quality*," *Journal of Islamic Marketing* 13, no. 9 (2022): 1829-42, <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2020-0346>.

¹⁵ Usman, H., Projo, N.W.K, Chairy, C., & Haque, M. G, "The exploration role of *Sharia compliance* in technology acceptance model for e-banking (case: Islamic bank in Indonesia)," *Journal of Islamic Marketing* 13, no. 5 (2022): 1089 – 1110

¹⁶ Haroon Rasheed, Wang Aimin, and Ali Ahmed, "An Evaluation of Bank Customer Satisfaction in Pakistan , Comparing Foreign and Islamic Banks," *International Journal of Business and Social Science* 3, no. 16 (2012): 177-84.

perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapannya.¹⁷

Selain dengan adanya *sharia compliance*, hal yang perlu diperhatikan untuk menciptakan loyalitas nasabah melalui layanan digital adalah *service quality* atau yang biasa di sebut dengan kualitas layanan. Menurut pengertian dari Tjiptono, *Service Quality* atau kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.¹⁸

keistimewaan dan karakteristik suatu produk atau jasa yang mendukung kapasitasnya untuk memenuhi permintaan secara langsung atau tidak langsung disebut dengan kualitas jasa. Dengan demikian, kualitas layanan yang baik akan memuaskan kebutuhan yang di inginkan nasabah dan mengarah pada loyalitas nasabah.¹⁹ Berikut indikator variabel-variabel yang berhubungan dengan kualitas layanan internet: kualitas informasi pada *website*, Penilaian nasabah terhadap *website* yang interaktif dan user-friendly disebut dengan kualitas interaksi internet. Evaluasi pelanggan terhadap antarmuka situs web, yang direpresentasikan sebagai tampilan situs web, merupakan ukuran kualitas desain situs web. Persepsi nasabah terhadap kemampuan layanan perbankan *online* (*layanan Digital*) untuk memberikan layanan yang dijanjikan. Evaluasi nasabah terhadap daya tanggap layanan perbankan *online* adalah seberapa baik layanan tersebut mengatasi masalah. Penilaian nasabah terhadap layanan perbankan online yang mencakup jaminan keamanan seluruh prosesnya disebut jaminan. Evaluasi pelanggan terhadap layanan perbankan online yang dipersonalisasi didasarkan pada empati mereka.²⁰

Sejalan dengan perkembangan teknologi, layanan yang disediakan bank mengalami evolusi dengan mengarah pada layanan

¹⁷ Muhammad Fachmi & Ikrar Putra Setiawan, Strategi Meningkatkan Kepuasan Nasabah Analisis Kasus melalui Riset di Industri Asuransi Jiwa (Malang: CV Pustaka Learning Center, 2020), 10.

¹⁸ Tjiptono, Fandy dan Chandra, G. *Service, Quality & Satisfaction* (3rd ed). (Yogyakarta., Indonesia: CV. Andi Offset, 2011), 59.

¹⁹ Kotler, Philip, & Armstrong, Garry. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas. (Jakarta : Erlangga, 2010), 55

²⁰ Feby Sri Yelvita, no. 8.5.2017 (2022): 2003–5. *Digitalization Of Banking Services: The Effect Of Trust And Service Quality On Customer Satisfaction And Loyalty Of Bank Customers In Using Mobile Banking,*” *Jurnal Ilmiah Indonesia* 7, no. 7 (2022): 2548-1398

Digital Banking. Tujuan dari layanan perbankan digital adalah untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada nasabah dengan mengurangi interaksi tatap muka dengan petugas dan memaksimalkan penggunaan teknologi digital melalui perangkat dan aplikasi (software) sebagai *channel* yang dapat diakses dari mana saja dan kapan saja.²¹ Oleh karena itu, perbankan harus membuat rencana bisnis yang mengarah pada layanan perbankan digital, yaitu rencana yang memungkinkan calon nasabah dan/atau nasabah bank saat ini berkomunikasi, mendaftar, membuka rekening, melakukan transaksi bank, menutup rekening, dan mendapatkan informasi tambahan. seperti melakukan transaksi eksternal. lembaga keuangan. Transaksi ini mencakup investasi, *e-commerce*, bimbingan keuangan, dan kebutuhan nasabah bank lainnya.²²

Pemanfaatan teknologi informasi tidak dapat berfungsi secara efektif tanpa adanya sumber daya manusia yang unggul. Karena sumber daya manusia adalah yang akan menggunakan teknologi ini, maka mereka juga penting dan tidak bisa diabaikan dalam proses peningkatan layanan. Oleh karena itu, peningkatan keterampilan setiap sumber daya manusia saat ini harus diimbangi dengan kemajuan teknologi informasi. Dalam hal kualitas pelayanan, setiap konsumen mempunyai ekspektasi yang sangat tinggi. Pelanggan pasti akan merasa tidak puas dan kebutuhan mereka tidak terpenuhi secara memadai jika ekspektasi tinggi tersebut tidak terpenuhi.²³

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tifani menunjukkan layanan *digital banking* mampu memediasi *sharia compliance* terhadap kepuasan nasabah.²⁴ Hal ini serupa dengan studi Alfira Nurjannah, yang menunjukkan bahwa *Sharia compliance* tidak mempengaruhi dan bernilai negatif terhadap Loyalitas Nasabah secara

²¹ Sukron Mamun and Tri Hadmiatin Ningsih, "Implementasi Strategi Layanan Teknologi *Digital Banking* Dan *Service Quality* Dalam Perspektif Nasabah Pada Perbankan Syariah (Study Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Tomang)," *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 6, no. 02 (2021): 223–33, <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.249>.

²² <https://ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Panduan-Penyelenggaraan-Digital-Branch-oleh-Bank-Umum.aspx>. Di akses pada tanggal 9 November 2023

²³ Mamun and Ningsih, "Implementasi Strategi Layanan Teknologi *Digital Banking* Dan *Service Quality* Dalam Perspektif Nasabah Pada Perbankan Syariah (Study Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Tomang)."

²⁴ Tifani Nurmala Widiya et al., "Pengaruh *Sharia compliance* Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KC Malang Soetta Dimediasi Oleh Layanan *Digital Banking*" 96, no. 2 (2022): 93–102.

langsung, namun variabel kepuasan dapat memediasi keduanya sehingga *Sharia compliance* berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah dimediasi oleh kepuasan.²⁵ Sedangkan suatu studi menunjukkan bahwa *sharia compliance* tidak berpengaruh terhadap loyalitas dan kepercayaan nasabah.

Sebuah penelitian menunjukkan bahwa *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.²⁶ Hasil di atas senada dengan penelitian yang dilakukan pada salah satu bank BRI menunjukkan bahwa kualitas layanan internet banking memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan.²⁷ Hal ini serupa dengan penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* pada Bank.²⁸

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya adalah sample, waktu, dan tempat yang berbeda sehingga dapat memungkinkan untuk memiliki hasil penelitian yang berbeda. Pada penelitian yang dilakukan oleh Tiffani dan Rini, hanya berfokus pada satu variabel yaitu pengaruh *sharia compliance* terhadap kepuasan nasabah di mediasi oleh layanan *digital banking*, oleh karena itu hadirnya penelitian ini dengan menambah variabel *service quality* bertujuan sebagai pelengkap penelitian terdahulu, penelitian ini menggunakan dua variabel yang saling berkaitan agar lebih kompleks dari penelitian terdahulu. Penelitian ini dilakukan berfokus pada nasabah BSI). Dengan

²⁵ Alfira Nurjannah, Heri Junaidi, and Chandra Zaki Maulana, “Pengaruh Shariah Compliance Dan Spiritual Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palembang Sudirman,” *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 4, no. 2 (2023): 148, <https://doi.org/10.31000/almaal.v4i2.7616>.

²⁶ Ni Made Savitri Anggraeni and Ni Nyoman Kerti Yasa, “E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Internet Banking,” *Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 16, no. 2 (2012): 293–306, <http://jurkubank.wordpress.com>.

²⁷ Shelvia Amelinda Nurmaulia and Aris Sunindyo, “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes Pada Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Pattimura Semarang,” *Keunis* 7, no. 1 (2019): 5, <https://doi.org/10.32497/keunis.v7i1.1527>.

²⁸ Sri Ismulyaty, Nurmaini, and May Roni, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo),” *NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah* 8, no. 1 (2022): 66–75, <https://doi.org/10.30997/jn.v8i1.6117>.

menerapkan nilai – nilai syariah, kualitas layanan (*service quality*), dan kepuasan nasabah. PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) dapat terus mengarahkan nasabahnya dalam menjalankan berbagai kebutuhan transaksi dan aktivitas operasional yang mengarah pada layanan digital marketing.

Berdasarkan penjelasan-penjelasan di atas, maka penyusun tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH SHARIA COMPLIANCE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS NASABAH BSI DI MEDIASI OLEH LAYANAN DIGITAL BANKING” (Studi Kasus Pada Generasi Z di kota Jepara)**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *sharia compliance* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)?
2. Bagaimana pengaruh *service quality* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)?
3. Bagaimana pengaruh *sharia compliance* terhadap layanan *digital banking* pada Bank Syariah Indonesia (BSI)?
4. Bagaimana pengaruh *service quality* terhadap layanan *digital banking* pada Bank Syariah Indonesia (BSI)?
5. Bagaimana pengaruh layanan *digital banking* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)?
6. Bagaimana layanan *digital banking* memediasi hubungan *sharia compliance* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)?
7. Bagaimana layanan *digital banking* memediasi hubungan *service quality* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)?

C. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *sharia compliance* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)?
2. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)?

3. Untuk mengetahui pengaruh *sharia compliance* terhadap layanan *digital banking* pada Bank Syariah Indonesia (BSI)?
4. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap layanan *digital banking* pada Bank Syariah Indonesia (BSI)?
5. Untuk mengetahui pengaruh layanan *digital banking* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)?
6. Untuk mengetahui layanan *digital banking* memediasi hubungan *sharia compliance* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)?
7. Untuk mengetahui layanan *digital banking* memediasi hubungan *service quality* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)?

D. Manfaat Penelitian

Dalam sebuah penelitian pasti menghasilkan temuan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti dan pihak lain yang membutuhkan, terutama dalam hal pengembangan dan praktik ilmiah.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan atau manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Pada penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumber informasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai hal yang berkaitan dengan teknologi informasi pada umumnya dan transaksi secara online khususnya pada dunia usaha perbankan.

2. Manfaat Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan atau dasar pertimbangan dalam usaha perbankan pada umumnya dan diharapkan juga dapat memberikan masukan dan pertimbangan dalam kepatuhan prinsip-prinsip syariah, pelayanan kepada nasabah, peningkatan loyalitas nasabah, dan diharapkan dapat menambah jumlah nasabah setiap harinya.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penelitian ini adalah penempatan unsur permasalahan dan struktur di dalam skripsi, sehingga membentuk satu kesatuan karangan ilmiah yang tersusun rapi dan logis. Sistematika ini

digunakan sebagai gambaran yang akan menjadi pembahasan dan penelitian, sehingga memudahkan bagi pembaca. Maka dapat disusun sistematika sebagai berikut:

1. Bagian awal

Dalam bagian awal terdiri dari halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan skripsi, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstrak, halaman daftar isis dan daftar tabel.

2. Bagian isi

Pada bagian isi memuat garis besar dari bab I sampai dengan bab V, kelima bab tersebut adalah sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan
Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II : Landasan Teori
Bab ini menjadi dekripsi sebuah teori, analisis layanan *digital banking*, *sharia compliace*, *service quality*, loyalitas nasabah, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis.

Bab III : Metode Penelitian
Bab ini berisi mengenai jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, populasi dan sampel, identifikasi variabel, varibel operasional, teknik pengumpulan data, uji asumsi klasik, analisis data dan pengujian hipotesis.

Bab IV : Hasil penelitian dan Pembahasan
Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, anslisis data dan pembahasan.

Bab V : Penutup
Berisi mengenai kesimpulan, keterbatasan, saran penelitian dan penutup.

Bagian akhir meliputi : daftar pustaka dan lampiran-lampiran