BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi pasar perbankan syariah yang sangat besar. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), total aset perbankan syariah Indonesia per Desember 2023 telah mencapai Rp899,52 triliun, tumbuh 10,07% secara tahunan (*year on year*) dibandingkan tahun sebelumnya.[1] Meski demikian, *market share* perbankan syariah terhadap perbankan nasional masih berada di kisaran 7,27%,[2] sebuah angka yang menunjukkan bahwa ruang untuk berkembang masih sangat besar sekaligus menegaskan pentingnya upaya peningkatan kepuasan dan loyalitas nasabah bagi keberlangsungan industri ini.

Dalam ekosistem perbankan syariah nasional, Bank Syariah Indonesia (BSI) hadir sebagai institusi terbesar hasil merger tiga bank syariah milik pemerintah, yakni BNI Syariah, BRI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri, yang resmi beroperasi sejak Februari 2021. Hingga akhir tahun 2025, BSI membukukan total aset sebesar Rp456,19 triliun, tumbuh 11,64% secara tahunan, didukung Dana Pihak Ketiga (DPK) sebesar Rp380,49 triliun,[3] dengan jumlah nasabah yang meningkat dari 15,93 juta pada tahun pertama

UIN IMAM BONJOL PADANG

[1]Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Statistik Perbankan Syariah Indonesia Desember 2023, Jakarta: OJK, 2024, hlm. 3.

[2]Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Statistik Perbankan Syariah Indonesia Desember 2023, Jakarta: OJK, 2024, hlm. 4.

[3]Bank Syariah Indonesia (BSI), Laporan Tahunan BSI 2025, Jakarta: PT Bank Syariah Indonesia Tbk, 2026, hlm. 13.

pasca merger (2021) menjadi 23,14 juta pada tahun 2025.[4] Perkembangan tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut.

Tabel 1. 1 Perkembangan Aset, DPK, dan Jumlah Nasabah BSI Tahun 2021–2025

Tahun	Total Aset (Rp Triliun)	Dana Pihak Ketiga (Rp Triliun)	Jumlah Nasabah (Juta)
2021	265,3	233,3	15,93
2022	305,7	250,9	17,78
2023	353,6	293,8	19,65
2024	408,6	327,5	21,11
2025	456,2	380,5	23,14

Sumber: Laporan Tahunan BSI 2021–2025 dan Laporan Kinerja Triwulanan BSI (diolah)

UIN IMAM BONJOL PADANG

Pertumbuhan BSI juga terlihat di tingkat regional. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Provinsi Sumatera Barat mencatat bahwa sepanjang tahun 2024, aset perbankan syariah di provinsi ini tumbuh 24,8% menjadi Rp12,98 triliun, dengan penghimpunan DPK naik 11,9% menjadi Rp10,90 triliun dan pembiayaan yang disalurkan tumbuh 20,2% menjadi Rp10,59 triliun, jauh melampaui laju pertumbuhan perbankan konvensional di wilayah yang sama.[5] Namun demikian, apabila dilihat dari besaran nominalnya, porsi perbankan syariah di Sumatera Barat masih jauh berada di bawah perbankan konvensional, sebagaimana terlihat pada Tabel 1.2. Data ini digunakan sebagai

[4] Bank Syariah Indonesia (BSI), Laporan Tahunan BSI 2025, Jakarta: PT Bank Syariah Indonesia Tbk, 2026, hlm. 24.

[5] Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Provinsi Sumatera Barat, "Kinerja Perbankan Syariah Sumatera Barat Triwulan IV 2024," Siaran Pers OJK Sumatera Barat, Padang, 10 Februari 2025.

representasi kondisi Kota Padang, mengingat Otoritas Jasa Keuangan hanya mempublikasikan statistik perbankan pada level provinsi dan tidak merilis data agregat per kota/kabupaten secara terpisah, sementara Kota Padang sendiri, sebagai ibu kota provinsi sekaligus pusat konsentrasi kantor cabang, kantor kas, dan aktivitas transaksi perbankan di Sumatera Barat, secara wajar menyumbang porsi terbesar dari keseluruhan angka provinsi tersebut.

Tabel 1. 2 Perbandingan Pangsa Pasar Perbankan Konvensional dan Perbankan Syariah (BSI) di Provinsi Sumatera Barat Tahun 2025 (Representasi Kota Padang)

Indikator	Perbankan Konvensional (Rp Triliun)	Perbankan Syariah/BSI (Rp Triliun)	Pangsa Pasar Syariah
Total Aset	71,01	12,98	15,5%
Dana Pihak Ketiga (DPK)	45,22	10,90	19,4%
Pembiayaan/Kredit yang Disalurkan	62,77	10,59	14,4%

Sumber: OJK Provinsi Sumatera Barat, 2025 (diolah). Data belum tersedia dalam pecahan per kota/kabupaten

PADANG

Data pada Tabel 1.2 memperlihatkan kenyataan yang cukup mengusik. Kota Padang dikenal luas sebagai kota religius dengan penduduk mayoritas Muslim yang menjunjung tinggi falsafah *adat basandi syarak, syarak basandi Kitabullah*, namun dana masyarakat maupun pembiayaan yang beredar di sektor perbankan justru masih dikuasai oleh bank konvensional seperti BRI, BNI, dan Bank Mandiri, sementara BSI sebagai satu-satunya bank syariah

hasil merger BUMN dengan jaringan terluas di kota ini hanya kebagian kurang dari seperlima DPK yang dihimpun perbankan di provinsi ini.

Kesenjangan ini tidak lepas dari sejarah kehadiran bank konvensional yang jauh lebih dahulu beroperasi di Padang, dengan jaringan kantor cabang, ATM, dan agen yang lebih rapat sehingga telah lama tertanam dalam kebiasaan bertransaksi warga, mulai dari penyaluran gaji pegawai negeri dan pensiun, kredit usaha, hingga pembayaran tagihan sehari-hari kebiasaan dan kemudahan akses yang pada praktiknya kerap lebih kuat menentukan pilihan nasabah dibandingkan pertimbangan keagamaan semata. Tidak sedikit pula warga Padang yang menganggap bank syariah dan bank konvensional pada dasarnya sama saja, karena minimnya pemahaman mengenai skema akad dan mekanisme bagi hasil yang sebenarnya menjadi pembeda mendasar antara keduanya. Fenomena inilah yang memunculkan pertanyaan mendasar, apakah kedekatan masyarakat Padang dengan nilai-nilai keislaman benar-benar berbanding lurus dengan kepuasan dan loyalitas mereka terhadap bank syariah yang mereka gunakan, atau justru masih sebatas preferensi normatif yang belum banyak berpengaruh pada perilaku nasabah sehari-hari.

UIN IMAM BONJOL PADANG

Kondisi tersebut yang mendasari pemilihan BSI Kota Padang, khususnya nasabah pengguna aplikasi BYOND by BSI, sebagai objek penelitian ini, sekaligus menjadi alasan mengapa judul penelitian ini secara spesifik menyatukan isu *Digital Banking Experience* dan *Sharia Compliance Perception* dengan konteks Kota Padang, bukan konteks kota lain. Di tengah dominasi bank konvensional pada Tabel 1.2, BSI justru tercatat sebagai bank

syariah dengan jaringan kantor terluas di Kota Padang, sehingga paling representatif untuk menggambarkan bagaimana bank syariah bersaing merebut loyalitas nasabah di tengah masyarakat yang religius namun masih akrab dengan layanan konvensional. Penelusuran dan wawancara awal peneliti terhadap beberapa nasabah BSI pengguna BYOND by BSI di Kota Padang mengonfirmasi bahwa nasabah di kota ini pada dasarnya menuntut dua hal sekaligus dan sama-sama tidak bisa ditawar, yaitu layanan digital yang modern dan efisien, serta jaminan bahwa produk yang mereka gunakan benar-benar sesuai syariah, bukan sekadar berlabel syariah. Sebagian nasabah mengaku tetap bertahan dan merasa loyal pada BSI meskipun sempat kecewa dengan aplikasi BYOND, terutama karena alasan kesesuaian syariah dan kedekatan lokasi kantor cabang, sementara sebagian lain mengaku mulai mempertimbangkan bank lain ketika kedua aspek tersebut sama-sama mengecewakan dalam waktu berdekatan.

UIN IMAM BONJOL PADANG

Pola inilah, bukan semata pertimbangan teoretis, yang menjadi alasan mengapa *Digital Banking Experience* dan *Sharia Compliance Perception* diuji secara bersamaan dalam satu model, sebab menurut pengakuan nasabah, kekecewaan pada salah satu aspek saja, baik aplikasi yang bermasalah maupun keraguan atas kepatuhan syariah, sama-sama berpotensi menggoyahkan loyalitas mereka pada BSI, sehingga loyalitas nasabah BSI Kota Padang pada dasarnya ditentukan oleh interaksi kedua faktor tersebut, bukan oleh salah satunya saja. Selain itu, kajian pada konteks Sumatera Barat masih sangat terbatas, sebab penelitian-penelitian terdahulu mengenai topik serupa

umumnya mengambil lokasi di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandar Lampung, atau Palembang, sehingga penelitian ini diharapkan mampu mengisi kekosongan tersebut sekaligus menangkap dinamika loyalitas nasabah bank syariah yang khas pada masyarakat dengan karakteristik religiusitas dan kearifan lokal seperti Kota Padang.

Penelitian ini penting dilakukan setidaknya karena tiga alasan. Pertama, secara praktis, temuan mengenai pengaruh *digital banking* experience dan sharia compliance perception terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah dapat menjadi masukan bagi manajemen BSI dalam merumuskan strategi perbaikan layanan digital maupun penguatan edukasi kepatuhan syariah, sehingga BSI mampu memperluas pangsa pasarnya di tengah dominasi bank konvensional. Kedua, secara akademis, penelitian ini melengkapi kajian loyalitas nasabah bank syariah yang selama ini lebih banyak berfokus pada aspek digital atau aspek syariah secara terpisah, dengan mengujinya secara simultan dalam satu kerangka mediasi. Ketiga, secara kebijakan, temuan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi regulator maupun pemangku kepentingan industri keuangan syariah dalam mendorong percepatan inklusi keuangan syariah di daerah-daerah yang secara demografis religius namun pangsa pasarnya masih didominasi bank konvensional.

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital yang begitu pesat membawa tantangan tersendiri bagi industri perbankan, termasuk BSI. Hadirnya berbagai layanan *financial technology* (*fintech*), dompet digital, dan bank berbasis digital (*neobank*) membuat persaingan dalam memperebutkan

UIN IMAM BONJOL PADANG

nasabah semakin ketat, sebab nasabah kini memiliki banyak pilihan dan cenderung lebih selektif dalam memilih layanan keuangan yang tidak hanya sesuai kebutuhan, tetapi juga mudah, cepat, dan nyaman digunakan.[6] Kondisi ini memaksa bank syariah, termasuk BSI, untuk terus berinovasi menghadirkan layanan digital yang berkualitas demi mempertahankan loyalitas nasabahnya.

Bagi BSI, tantangan ini menjadi lebih konkret sejak layanan *mobile banking* nya secara bertahap dialihkan dari BSI Mobile ke aplikasi baru bernama BYOND by BSI, yang kini menjadi sarana transaksi digital utama nasabah, termasuk di Kota Padang.[7] *Digital Banking Experience*, yaitu keseluruhan pengalaman nasabah dalam menggunakan layanan perbankan berbasis digital yang mencakup dimensi kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keandalan sistem, dan keamanan data,[8] menjadi krusial justru pada masa transisi aplikasi semacam ini, sebab nasabah yang kecewa pada pengalaman awal memakai aplikasi baru cenderung lebih mudah beralih ke layanan lain yang dianggap lebih sesuai ekspektasi mereka.

Mengapa persoalan ini benar-benar dirasakan nasabah BSI di Kota Padang, bukan sekadar isu nasional, dapat dilihat dari dua sumber. Pertama, secara kuantitatif, rating aplikasi BYOND by BSI di Google Play Store baru berada pada angka 3,8 dari skala 5 dengan jumlah ulasan yang jauh lebih

UIN IMAM BONJOL PADANG

[6]McKinsey & Company, "Global Banking Annual Review 2023: The Tide Has Turned," McKinsey Global Institute, 2023, hlm. 14.

[7]Bank Syariah Indonesia (BSI), Laporan Tahunan BSI 2023, op.cit., hlm. 87.

[8]Muhammad Alfarizi, "Interaction of Customer Satisfaction and Digital Service Retention: Evidence of PLS from Indonesian Islamic Banking," Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah, Vol. 8, No. 1, 2023, hlm. 15.

sedikit dibandingkan BSI Mobile, tertinggal dari rating BSI Mobile sendiri sebesar 4,1,[9] sebagaimana disajikan pada Tabel 1.3, mengindikasikan bahwa proses migrasi ke aplikasi baru ini belum sepenuhnya diterima secara mulus oleh penggunanya, proses ini terasa semakin nyata jika di bandingkan dengan aplikasi lain rating BYOND (3,8) bahkan masih berada di bawah rating aplikasi muamalat DIN (3,9), meski masih sedikit lebih unggul dibandingkan hasanah dari BNI syariah (3,5), sehingga migrasi yang belum mulus ini hanya menjadi persoalan internal BSI, tetapi juga berpotensi membuat BYOND kalah bersaing dengan aplikasi bank syariah kompetitor.

Kedua, secara kualitatif, penelusuran dan wawancara awal peneliti terhadap beberapa nasabah BSI pengguna BYOND di Kota Padang menemukan keluhan yang berulang, di antaranya gangguan sistem saat login maupun transfer dana, waktu tunggu (*timeout*) yang lama pada jam sibuk, tampilan dan alur menu baru yang belum familiar, serta minimnya sosialisasi mengenai perpindahan dari BSI Mobile ke BYOND.[10] Beberapa nasabah bahkan mengaku sempat mempertimbangkan memindahkan sebagian transaksinya ke bank lain akibat pengalaman tersebut, meski pada akhirnya bertahan karena faktor kedekatan lokasi kantor cabang maupun pertimbangan syariah. Pola inilah yang menjadi salah satu persoalan pokok penelitian ini yaitu pengalaman digital yang belum stabil pada aplikasi BYOND berpotensi

UIN IMAM BONJOL PADANG

[9] Bank Syariah Indonesia (BSI), "BSI Mobile dan BYOND by BSI," ulasan pengguna pada Google Play Store, diakses Januari 2026.

[10] Google Play Store, Ulasan Aplikasi BSI Mobile, diakses pada Desember 2023, https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bsi.mobile.

langsung mengikis loyalitas nasabah BSI Kota Padang, bukan sekadar menurunkan kepuasan sesaat.

Tabel 1. 3 Perbandingan Rating Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah di Indonesia Tahun 2023

Nama Aplikasi / Bank	Rating (Google Play Store)	Jumlah Ulasan	Unduhan (Juta)
BSI Mobile (BSI)	4,1	322.000+	10+
BYOND by BSI	3,8	48.000+	1+
Muamalat DIN (Bank Muamalat)	3,9	29.000+	1+
Hasanah (BNI Syariah)	3,5	15.000+	0,5+

Sumber: Google Play Store, diakses Desember 2023 (diolah)

Persoalan kedua yang tidak kalah menentukan loyalitas nasabah BSI Kota Padang datang dari sisi kepatuhan syariah. Bank syariah memiliki keunikan yang tidak dimiliki bank konvensional, yaitu keharusan untuk beroperasi sesuai prinsip-prinsip syariah Islam. *Sharia Compliance Perception*, yaitu persepsi nasabah mengenai sejauh mana seluruh produk, layanan, dan operasional bank telah benar-benar sesuai ketentuan syariah, mencakup aspek bebas riba, kejelasan akad, serta pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS),[11] menjadi faktor yang sangat krusial mengingat motivasi religius menjadi salah satu alasan utama nasabah Muslim di Indonesia memilih bank syariah. Isu ini menjadi semakin relevan justru karena karakteristik masyarakat Kota Padang yang religius dan menjunjung tinggi falsafah *adat*

[11]Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), Fatwa DSN-MUI No. 01/DSN-MUI/IV/2000 tentang Giro, Jakarta: MUI, 2000.

UIN IMAM BONJOL PADANG

basandi syarak, syarak basandi Kitabullah semakin tinggi kedekatan nasabah dengan nilai-nilai keislaman, semakin besar pula ekspektasi mereka terhadap kepatuhan syariah bank yang mereka gunakan, dan semakin besar pula potensi kekecewaan apabila ekspektasi tersebut tidak terkonfirmasi.

Dari wawancara awal yang sama dengan nasabah pengguna BYOND di Kota Padang, sebagian mengaku belum sepenuhnya memahami perbedaan skema akad yang digunakan dalam produk-produk BSI, seperti *mudharabah*, *murabahah*, maupun *ijarah*, dan cenderung berasumsi bahwa selama label "syariah" melekat pada bank tersebut, seluruh produknya otomatis telah sesuai syariah. Sebagian nasabah lain justru mengaku tetap loyal pada BSI terutama karena alasan syariah ini, terlepas dari keluhan mereka terhadap aplikasi BYOND, sebuah temuan awal yang mengindikasikan bahwa persepsi kepatuhan syariah dapat menjadi penopang loyalitas ketika pengalaman digital sedang bermasalah, namun juga berpotensi menjadi sumber kekecewaan tersendiri ketika pemahaman nasabah terhadap akad dan mekanisme bagi hasil masih dangkal, misalnya terkait transparansi nisbah bagi hasil atau kejelasan biaya administrasi.

UIN IMAM BONJOL PADANG

Secara keseluruhan, kesenjangan pada kedua aspek tersebut tercermin pada tingkat kepuasan nasabah BSI yang masih perlu ditingkatkan. Survei Indonesia *Customer Satisfaction* Award (ICSA) tahun 2023 mencatat skor kepuasan nasabah BSI sebesar 4,012 dari skala 5, yang berarti masih ada

sekitar 20% nasabah yang belum merasa sepenuhnya puas,[12] sebuah indikasi bahwa masih terdapat celah (*gap*) antara ekspektasi nasabah dan pengalaman aktual yang mereka rasakan, baik dari sisi *digital banking* maupun pemenuhan standar syariah.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji pengaruh *digital banking* terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank syariah, maupun pengaruh sharia compliance secara terpisah. Nurjannah yang meneliti nasabah BSI Cabang Palembang Sudirman membuktikan bahwa sharia compliance berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening, [13] Ahmed juga membuktikan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah, [14] sementara dari sisi digital, Alfarizi menemukan bahwa pengalaman layanan digital perbankan syariah Indonesia berpengaruh terhadap kepuasan nasabah melalui berbagai dimensi seperti kemudahan penggunaan dan efisiensi. [15] Penelitian-penelitian tersebut umumnya hanya menguji satu variabel bebas dalam satu model. Penelitian yang paling mendekati kerangka kajian ini adalah Widiya & Safitri, yang menggabungkan sharia compliance dengan layanan *digital banking* pada nasabah BSI KC Malang, namun memposisikan

UIN IMAM BONJOL PADANG

[12]SWA Research & MARS Indonesia, "Indonesia Customer Satisfaction Award (ICSA) 2023," SWA Magazine, Jakarta, 2023, hlm. 22.

[13]A. Nurjannah, H. Junaidi & C.Z. Maulana, "Pengaruh Shariah Compliance dan Spiritual Marketing terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palembang Sudirman," Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance, Vol. 6, No. 2, 2023, hlm. 263.

[14]S. Ahmed, M. Mohiuddin, M. Rahman, K.M. Tarique & M. Azim, "The Impact of Islamic Shariah Compliance on Customer Satisfaction in Islamic Banking Services: Mediating Role of Service Quality," Journal of Islamic Marketing, Vol. 13, No. 9, 2022, hlm. 1838.

[15] Muhammad Alfarizi, "Interaction of Customer Satisfaction and Digital Service Retention: Evidence of PLS from Indonesian Islamic Banking," *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, Vol. 8, No. 1, 2023, hlm. 18.

layanan *digital banking* sebagai variabel mediasi, bukan sebagai variabel bebas yang sejajar dengan sharia compliance.[16] Berbeda dari penelitian-penelitian tersebut, temuan awal di lapangan pada nasabah BSI pengguna BYOND di Kota Padang justru menunjukkan bahwa kedua aspek ini bekerja sejajar dan saling melengkapi dalam membentuk loyalitas, bukan salah satu memediasi yang lain, sehingga posisi keduanya sebagai variabel bebas yang setara lebih mencerminkan kondisi nyata di lapangan. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menempatkan *Digital Banking Experience* dan *Sharia Compliance Perception* sebagai dua variabel bebas yang sejajar dan diuji secara simultan, pada konteks BSI Kota Padang yang secara sosial dan keagamaan berbeda dari lokasi penelitian terdahulu, serta menggunakan data kinerja BSI terkini hingga tahun 2025 sebagai landasan fenomena.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul *"Pengaruh Digital Banking Experience dan Sharia Compliance Perception terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Bank Syariah Indonesia Kota Padang)."* Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah BSI Kota Padang, khususnya nasabah pengguna aplikasi BYOND by BSI, dari aspek pengalaman digital dan persepsi kepatuhan syariah, dengan

UIN IMAM BONJOL PADANG

[16]T.N. Widiya & R. Safitri, "Pengaruh Sharia Compliance Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KC Malang Soetta Dimediasi Oleh Layanan Digital Banking," Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, Vol. 9, No. 3, 2022, hlm. 427.

mempertimbangkan peran kepuasan nasabah sebagai variabel yang menjembatani keduanya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Digital Banking Experience* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BSI?
2. Apakah *Sharia Compliance Perception* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BSI?
3. Apakah *Digital Banking Experience* berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah BSI?
4. Apakah *Sharia Compliance Perception* berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah BSI?
5. Apakah Kepuasan Nasabah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah BSI?
6. Apakah Kepuasan Nasabah memediasi pengaruh *Digital Banking Experience* terhadap Loyalitas Nasabah BSI?
7. Apakah Kepuasan Nasabah memediasi pengaruh *Sharia Compliance Perception* terhadap Loyalitas Nasabah BSI?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

UIN IMAM BONJOL PADANG

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Digital Banking Experience* terhadap Kepuasan Nasabah BSI.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Sharia Compliance Perception* terhadap Kepuasan Nasabah BSI.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Digital Banking Experience* terhadap Loyalitas Nasabah BSI.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Sharia Compliance Perception* terhadap Loyalitas Nasabah BSI.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah BSI.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis peran Kepuasan Nasabah dalam memediasi pengaruh *Digital Banking Experience* terhadap Loyalitas Nasabah BSI.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis peran Kepuasan Nasabah dalam memediasi pengaruh *Sharia Compliance Perception* terhadap Loyalitas Nasabah BSI.

UIN IMAM BONJOL PADANG

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang perbankan syariah, khususnya dalam memahami perilaku nasabah yang berkaitan dengan layanan digital dan kepatuhan syariah. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi

referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya yang memiliki tema serupa, serta memperkaya literatur mengenai variabel mediasi kepuasan nasabah dalam hubungannya dengan loyalitas pada sektor perbankan syariah di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan bagi manajemen BSI dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan digital dan penguatan persepsi kepatuhan syariah, sehingga kepuasan dan loyalitas nasabah dapat terus ditingkatkan.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan, khususnya di bidang perbankan syariah dan perilaku konsumen, sekaligus sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.

UIN IMAM BONJOL PADANG

c. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan acuan bagi peneliti lain yang ingin mengkaji topik serupa dengan variabel, objek, atau metode yang berbeda, sehingga dapat terus memperkaya khasanah penelitian di bidang perbankan dan keuangan syariah.

d. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas dan terstruktur mengenai penelitian ini, maka penulisan skripsi ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah yang mendasari penelitian ini, rumusan masalah yang akan dijawab, tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi secara keseluruhan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan teori-teori yang relevan dan menjadi landasan dalam penelitian ini, meliputi konsep *Digital Banking Experience*, *Sharia Compliance Perception*, Kepuasan Nasabah, dan Loyalitas Nasabah. Selain itu, bab ini juga memaparkan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian, serta kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

UIN IMAM BONJOL PADANG

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, serta teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.