

Pengaruh Kualitas Fitur Layanan Digital dan Kualitas Layanan Petugas Frontliner terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Indonesia

Hanum Aulia Tri Diani 1*, Dede Abdul Fatah 2²

^{1,2}Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta, Depok, 16425, Indonesia

¹E-mail*: hanum.aulia.tri.diani.ak22@mhs.wpnj.ac.id

²E-mail: dede.abdul.fatah@akuntansi.pnj.ac.id

INFO ARTIKEL :

Riwayat Artikel:

(akan diubah oleh editor

SNAM)

Diterima 19 Maret 2021

Direvisi 03 April 2021

Disetujui 01 Mei 2021

Tersedia online 25 Mei 2021

Keywords:

Kualitas Fitur Layanan Digital;

Kualitas Layanan Petugas

Frontliner; Loyalitas Nasabah.

ABSTRAK

Penelitian ini disusun dengan tujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana mutu fitur layanan digital serta kualitas pelayanan petugas *frontliner* memberikan kontribusi terhadap terbentuknya loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia yang beroperasi di wilayah Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan sifat asosiatif sebagai metode utamanya. Proses pengumpulan data dilaksanakan dengan cara menyebarkan instrumen kuesioner kepada 110 orang responden yang berstatus sebagai nasabah aktif Bank Syariah Indonesia. Sementara itu, metode analisa data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS), yang diproses menggunakan aplikasi *SmartPLS* versi 4.0. Berdasarkan hasil pengolahan data, ditemukan bahwa baik kualitas fitur layanan digital maupun kualitas pelayanan petugas *frontliner* sama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia apabila diuji secara parsial.

Selanjutnya, ketika kedua variabel tersebut diuji secara simultan, temuan yang diperoleh konsisten memperlihatkan adanya dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, dengan nilai R-Square yang tercatat sebesar 94,3%. Temuan ini mengonfirmasi bahwa keunggulan dalam pemanfaatan fitur digital, ditambah dengan keandalan serta pemenuhan empat elemen kualitas layanan *frontliner*, merupakan aspek krusial yang menjadi pertimbangan nasabah dalam membangun kesetiaannya terhadap layanan perbankan berbasis syariah. Dengan demikian, Bank Syariah Indonesia dituntut untuk senantiasa menjaga mutu layanan digitalnya, sekaligus meningkatkan kapabilitas petugas *frontliner*, sebagai upaya mempertahankan loyalitas nasabah secara berkesinambungan.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang berlangsung sangat cepat telah membawa perubahan besar pada dunia perbankan. Kondisi ini menuntut setiap bank untuk mampu menghadirkan layanan yang cepat, praktis, dan efisien bagi para nasabahnya. Sebagai salah satu bank syariah dengan skala terbesar di Indonesia, Bank Syariah Indonesia (BSI) turut berupaya mengembangkan beragam layanan digital guna menyesuaikan diri dengan kebutuhan nasabah yang terus mengalami perubahan. Mengacu pada data yang dirilis Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2025), angka pemanfaatan internet di Indonesia memperlihatkan kecenderungan yang terus meningkat setiap tahunnya, dengan tingkat penetrasi yang mencapai 80,66% dari keseluruhan populasi penduduk Indonesia pada tahun 2025.

Ketatnya persaingan yang terjadi di industri perbankan syariah turut mendorong setiap lembaga keuangan untuk senantiasa melahirkan berbagai terobosan layanan demi menghadirkan pengalaman yang lebih baik bagi nasabah, sebagai bagian dari strategi mempertahankan tingkat loyalitas nasabah di tengah kompetisi yang kian ketat (Yusuf et al., 2023). Guna mendukung kemudahan bagi nasabahnya, BSI turut menghadirkan sejumlah inovasi pada layanan digitalnya, di antaranya adalah *BSI Smart Agent*, *BSI Mobile*, *BSI Aisyah*, *E-Mas* dan *Gadai Emas*, serta sejumlah platform lain seperti *BSI JadiBerkah.id*, *BSI ATM* dan *CRM*, *BSI Merchant Business*, *BSI API Platform*, *BSI QRIS*, dan *Deposito Mobile*. Meski demikian, penerapan digital banking ini memberikan dampak positif terhadap tingkat kepuasan serta loyalitas nasabah, akan tetapi belum memberi pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah dikarenakan implementasi layanan digital tersebut dinilai masih belum berjalan secara optimal (Yusuf et al., 2023).

Aspek penilaian nasabah terhadap perusahaan maupun petugas *frontliner* merupakan hal yang penting dan berkaitan erat dengan citra bank syariah itu sendiri (Dandis et al., 2021). Persepsi yang dimiliki masyarakat terhadap suatu perusahaan, tingkat pemanfaatan teknologi yang tersedia, serta kualitas

*Corresponding author.

E-mail: hanum.aulia.tri.diani.ak22@mhs.wpnj.ac.id (Penulis Pertama)

pelayanan yang diberikan oleh petugas *frontliner* menjadi unsur penting dalam membangun relasi jangka panjang dengan nasabah (Guntoro, 2023), sehingga pemahaman yang komprehensif mengenai faktor-faktor tersebut menjadi sangat diperlukan.

Dikutip dari Bank Syariah Indonesia, (2025), fitur layanan digital BSI terdiri dari layanan *e-channel*, ATM online, serta platform transfer dan pembayaran lainnya. Pada tanggal 9-12 Februari 2025, PT BSI mengalami gangguan layanan digital berskala besar yang berdampak pada lebih dari 21 juta nasabah aktif BSI di seluruh Indonesia, sehingga memaksa mereka beralih ke transaksi manual di kantor cabang dengan antrean berjam-jam, khususnya di wilayah Jakarta yang menjadi pusat populasi nasabah digital. Fenomena tersebut memicu keluhan viral di media sosial, di mana nasabah menyuarakan frustrasi atas ketidakandalan layanan digital, yang juga menambah beban kerja *frontliner* serta menciptakan perspektif negatif terhadap reputasi BSI (Shabrina, 2025).

Rahma & Sofyani (2024) memperlihatkan adanya keterkaitan antara mutu pelayanan digital dan loyalitas nasabah dalam pemanfaatan layanan perbankan secara berkesinambungan. Hal serupa turut diperkuat melalui riset Rezeki et al., (2023) yang mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas layanan digital merupakan strategi penting bagi BSI dalam upaya mempertahankan tingkat kepuasan sekaligus loyalitas nasabahnya. Akan tetapi, ditemukan pula hasil yang bertolak belakang sebagaimana diungkapkan Fahrudi et al., (2023), yang menyatakan bahwa kualitas fitur layanan digital nyatanya tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pengguna mobile banking. Kesimpulan yang sejalan dengan hal tersebut juga dilaporkan oleh Hasbi, (2023) dan Guntoro, (2023). Adanya variasi hasil penelitian ini mengindikasikan belum konsistennya temuan empiris yang ada, sehingga topik ini masih memerlukan kajian riset yang lebih mendalam ke depannya.

Permasalahan sistem yang terjadi pada Februari 2025 menuntut kualitas layanan petugas *frontliner* menjadi lebih responsif dan berempati dalam menangani keluhan nasabah yang panik, sehingga peran interaksi langsung menjadi kunci dalam mempertahankan loyalitas nasabah pada saat sistem digital sedang terkendala. Menurut (Guntoro, 2023), kualitas interaksi yang diberikan oleh petugas *frontliner* menjadi salah satu aspek yang menentukan terciptanya pengalaman positif bagi nasabah BSI. Ramadhani, (2025) menjelaskan bahwa loyalitas nasabah memiliki hubungan yang erat dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh BSI, dan Gofur et al., (2023) mengemukakan bahwa ketika persepsi terhadap kinerja bank mengalami penurunan, loyalitas nasabah juga berpotensi menurun.

Sejumlah penelitian lain turut mengungkap adanya hubungan antara kualitas pelayanan *frontliner* dengan tingkat loyalitas nasabah. Yasmin et al., (2025) mengemukakan bahwa membaiknya kualitas pelayanan yang diberikan petugas *frontliner* berbanding lurus dengan meningkatnya loyalitas nasabah. Pernyataan tersebut turut ditunjang oleh hasil riset Darma et al., (2025) yang menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai amanah, sikap responsif, serta empati dalam pelayanan memberi kontribusi positif terhadap loyalitas. Temuan yang selaras juga dikemukakan Dandis et al., (2021) yang menyebutkan bahwa dimensi kepatuhan, daya tanggap, jaminan, serta empati merupakan faktor-faktor krusial yang berkontribusi dalam meningkatkan loyalitas. Di sisi lain, Supriyanto et al., (2021) berpendapat bahwa kualitas layanan tidak memengaruhi loyalitas secara langsung, melainkan melalui kepuasan nasabah yang berperan sebagai variabel mediasi. Sementara itu, Luqmansyah et al., (2021) mendapati bahwa tidak seluruh dimensi kualitas layanan dan interaksi petugas *frontliner* pada *digital branch* bank syariah berpengaruh signifikan terhadap niat loyal (*loyalty intention*) nasabah.

Sebagai tahap awal, peneliti melaksanakan *pra-research* yang melibatkan 35 orang nasabah aktif BSI di wilayah DK Jakarta. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai layanan digital BSI telah cukup memudahkan proses transaksi maupun akses layanan, kendati masih terdapat sejumlah responden yang belum sepenuhnya merasakan kemudahan tersebut. Adapun terkait penilaian terhadap petugas *frontliner*, responden memberikan penilaian yang cukup baik dari segi kecepatan pelayanan maupun kemampuan dalam menjelaskan informasi. Berdasarkan hasil tersebut, masih ditemukan adanya ketidakkonsistenan dalam kualitas layanan yang berpotensi memengaruhi loyalitas nasabah BSI.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini difokuskan untuk mengkaji pengaruh kualitas fitur layanan digital dan kualitas layanan petugas *frontliner* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di wilayah DK Jakarta. Penelitian ini mengajukan beberapa rumusan masalah, yaitu apakah kualitas fitur layanan digital berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI di wilayah DK Jakarta, apakah kualitas layanan petugas *frontliner* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI di wilayah DK Jakarta, serta apakah kedua variabel tersebut memengaruhi loyalitas nasabah BSI di wilayah DK Jakarta. Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, studi ini dilakukan guna mengkaji sejauh mana kualitas fitur layanan digital serta kualitas layanan yang diberikan petugas *frontliner* berdampak pada tingkat loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di kawasan DK Jakarta.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Fitur Layanan Digital

Fitur layanan digital perbankan merupakan inovasi layanan yang dikembangkan melalui pemanfaatan teknologi informasi untuk mempermudah nasabah dalam mengakses berbagai layanan perbankan tanpa perlu mengunjungi kantor cabang secara langsung. Digitalisasi layanan perbankan memungkinkan masyarakat memperoleh akses terhadap layanan keuangan secara lebih fleksibel, baik dari sisi waktu maupun lokasi (Hadi et al., 2025). Menurut Hasyim et al., (2025), penggunaan layanan digital perbankan mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan masyarakat dalam bertransaksi. Kualitas fitur layanan digital dapat diukur menggunakan lima indikator, yaitu *ease of use* (kemudahan navigasi aplikasi), *system reliability* (stabilitas sistem transaksi tanpa eror atau *downtime*), *security & privacy* (perlindungan data serta enkripsi transaksi), *trust* (persepsi nasabah terhadap kredibilitas bank), dan *efficiency* (penghematan waktu dan biaya transaksi).

Kualitas Layanan Petugas Frontliner

Kualitas layanan petugas *frontliner* merupakan salah satu unsur krusial dalam industri perbankan, mengingat petugas tersebut berfungsi sebagai representasi terdepan yang menjembatani interaksi antara pihak bank dengan nasabahnya. Penilaian nasabah tidak semata-mata ditujukan pada aspek kompetensi teknis petugas, melainkan juga mencakup bagaimana sikap, tata krama dalam melayani, keramahan, serta kesesuaian pelayanan tersebut dengan nilai-nilai syariah yang berlaku (Ramadhani, 2025). Sebagaimana dijelaskan Dandis et al., (2021), pengukuran kualitas layanan pada lembaga perbankan syariah dapat dilakukan melalui penerapan model CARTER yang tersusun atas enam dimensi, yakni *compliance* (tingkat kesesuaian terhadap prinsip syariah), *assurance* (rasa aman dan kepercayaan yang diberikan), *reliability* (keandalan dalam pemberian layanan), *tangible* (kelengkapan sarana dan fasilitas fisik), *empathy* (kepedulian serta perhatian personal), dan *responsiveness* (kecepatan serta kesiapan dalam merespons kebutuhan nasabah). Pelayanan yang dilaksanakan secara kompeten, tanggap, dan disertai empati akan mampu menciptakan kesan positif bagi nasabah, sehingga mendorong nasabah untuk terus memanfaatkan layanan bank tersebut sekaligus memperkuat hubungan jangka panjang yang terjalin (Jannah et al., 2024).

Loyalitas Nasabah

Merujuk pada pandangan Rajeev Thakur (2016) dalam Ajina et al., (2023), loyalitas didefinisikan sebagai suatu rangkaian proses pembelian yang dilaksanakan secara berulang sebagai wujud komitmen pelanggan terhadap suatu produk maupun layanan tertentu. Terbentuknya loyalitas nasabah dipengaruhi oleh beragam faktor, di antaranya meliputi mutu layanan yang diterima, tingkat kepuasan yang dirasakan, serta sejauh mana nasabah terlibat dalam hubungannya dengan pihak bank. Loyalitas nasabah dalam perbankan syariah dapat dilihat dari tiga indikator, yaitu *customer retention* (kemampuan bank mempertahankan nasabah dalam jangka panjang), *customer engagement* (tingkat keterlibatan interaksi aktif nasabah), dan *repeat usage* (perilaku menggunakan kembali layanan secara konsisten) (Fianto et al., 2020).

Penelitian Terdahulu

Studi yang dilakukan Rahma & Sofyani, (2024) mengungkap adanya pengaruh positif dari kualitas layanan digital terhadap minat nasabah untuk terus memanfaatkan layanan perbankan syariah. Sejalan dengan itu, Rezeki et al., (2023) yang membuktikan bahwa kualitas layanan elektronik memberi kontribusi positif dan bermakna terhadap loyalitas elektronik, baik ditinjau dari jalur langsung maupun tidak langsung dengan kepuasan elektronik yang berperan sebagai perantara. Akan tetapi, hasil yang bertentangan justru ditemukan oleh Hasbi, (2023) yang mengindikasikan bahwa kepercayaan elektronik serta proses transformasi digital tidak memberi pengaruh yang berarti terhadap loyalitas. Senada dengan hal tersebut, Guntoro, (2023) urut menyimpulkan bahwa kualitas layanan digital tidak berdampak signifikan terhadap loyalitas, melainkan justru kepatuhan syariah yang terbukti berpengaruh. Sementara itu, Fahrudi et al., (2023) mendapati bahwa ketersediaan fitur tidak memberi pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pengguna *mobile banking*, sedangkan persepsi keamanan justru terbukti berpengaruh secara signifikan.

Dari sisi layanan *frontliner*, Yasmin et al., (2025) melakukan pengujian terhadap pengaruh budaya organisasi dan gaya kepemimpinan atas kinerja *frontliner* BSI. Sementara itu, Darma et al., (2025) menemukan bahwa unsur amanah dan akhlak Islami telah diterapkan dalam pelayanan *frontliner* meskipun penerapannya belum sepenuhnya merata. Adapun Luqmansyah et al., (2021) membuktikan adanya pengaruh positif kualitas layanan *frontliner* terhadap loyalitas, meski tidak seluruh dimensinya berdampak signifikan terhadap niat loyal (*loyalty intention*). Sementara itu, Dandis et al., (2021) justru menemukan bahwa seluruh dimensi CARTER berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi

loyalitas nasabah Bank Islam di Yordania. Sebaliknya, Supriyanto et al., (2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas, tetapi berdampak melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

3. METODE

Riset ini tergolong ke dalam jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, yang ditujukan untuk mengkaji kontribusi kualitas fitur layanan digital (X1) beserta kualitas layanan petugas *frontliner* (X2) terhadap tingkat loyalitas nasabah (Y) pada BSI. Objek kajian dalam penelitian ini mencakup dua dimensi utama, yakni kualitas fitur layanan digital (ditinjau dari aspek kemudahan navigasi aplikasi serta efisiensi transaksi) dan kualitas layanan petugas frontliner (ditinjau dari sikap ramah, kecepatan merespons, serta kapabilitas dalam menyampaikan informasi).

Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah aktif BSI yang berdomisili di wilayah Daerah Khusus Jakarta. Proses pengambilan sampel dilaksanakan menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling, berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. merupakan nasabah aktif BSI
2. berdomisili di wilayah Daerah Khusus Jakarta
3. pernah menggunakan layanan digital BSI (*Mobile Banking/Internet Banking*)
4. pernah berinteraksi dengan petugas *frontliner* (*Customer Service/Teller*)
5. berusia minimal 20 tahun.

Penentuan jumlah sampel merujuk pada formula Hair Jr et al., (2021), yaitu mengalikan total indikator penelitian (14 indikator) dengan koefisien 7, sehingga diperoleh jumlah minimal sebesar 98 responden yang dibulatkan menjadi 100 responden. Pada pelaksanaannya, penelitian ini berhasil mengumpulkan 110 responden.

Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner berbasis *Google Form* yang disebarakan secara daring, serta data sekunder dari literatur ilmiah, publikasi jurnal, dan artikel penelitian. Kuesioner menggunakan Skala Likert dengan empat poin penilaian, yaitu:

Tabel 1 Skala Likert

Nilai Skor	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Setuju
4	Sangat Setuju

Sumber: Data diolah, 2026

yang merupakan alat ukur umum dalam penelitian kuantitatif untuk menilai sikap, pandangan, atau persepsi responden (Koo & Yang, 2025).

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Fitur Layanan Digital (X1) dengan lima indikator (*ease of use, security & privacy, system reliability, efficiency, trust*) dan Kualitas Layanan Petugas *Frontliner* (X2) dengan enam indikator model CARTER (*compliance, assurance, reliability, tangible, empathy, responsiveness*), sedangkan variabel dependen adalah Loyalitas Nasabah (Y) dengan tiga indikator (*repeat usage, customer retention, customer engagement*).

Data dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* melalui perangkat lunak *SmartPLS 4.0*, yang dipilih karena kesesuaiannya dengan karakteristik variabel laten yang tidak dapat diobservasi secara langsung. Analisis dilakukan melalui tiga tahapan:

1. Analisis Pengukuran Model (Outer Model) yang meliputi uji validitas konvergen (*outer loading* dan *Average Variance Extracted/AVE*), uji validitas diskriminan (*cross loading*), dan uji reliabilitas (*Cronbach's Alpha dan Composite Reliability*).
2. Analisis Model Struktural (*Inner Model*) yang meliputi nilai *R-Square*, *F-Square*, dan *Q-Square*.
3. Uji Hipotesis menggunakan teknik *bootstrapping* untuk memperoleh nilai *T-statistic* dan *p-value*, di mana suatu pengaruh dinyatakan signifikan apabila *T-statistic* $\geq 1,96$ dan *p-value* $\leq 0,05$.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tahapan awal penelitian ini diawali dengan pelaksanaan uji coba (*pre-test*) instrumen kuesioner yang melibatkan 35 responden untuk menilai validitas dan reliabilitas setiap butir pertanyaan menggunakan IBM SPSS Versi 22. Nilai *r* tabel yang digunakan sebagai acuan pada $N = 35$ dan taraf signifikansi 5% adalah 0,334. Seluruh butir indikator dari ketiga variabel menghasilkan nilai *r* hitung di atas 0,334, meskipun item KD2 dan KF6 tercatat memiliki nilai korelasi yang relatif lebih rendah. Hasil uji

reliabilitas pre-test menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,817 untuk 20 item pertanyaan, yang melampaui ambang batas 0,600 sehingga seluruh butir pertanyaan dinyatakan reliabel.

Tabel 2 Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	29	26,4%
	Perempuan	81	73,6%
Pekerjaan	Mahasiswa/Pelajar	18	16,4%
	Karyawan Swasta	36	32,7%
	Pegawai Negeri	48	43,6%
	Wirausaha	8	7,3%
Pendidikan Terakhir	SMA/SMK/Sederajat	18	16,4%
	Diploma (D1-D3)	3	2,7%
	Sarjana (D4-S1)	74	67,3%
	Pascasarjana (S2-S3)	15	13,6%
Usia	20-24 Tahun	17	15,5%
	25-28 Tahun	51	46,4%
	29-32 Tahun	42	38,2%

Sumber: Data diolah, 2026

Kuesioner selanjutnya disebarkan kepada 110 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Komposisi responden didominasi oleh perempuan sebanyak 81 responden atau (73,6%) dari total responden. Berdasarkan pekerjaan, responden terbanyak berprofesi sebagai Pegawai Negeri sebanyak 48 responden (43,6%), Mahasiswa/Pelajar 18 responden (16,4%). Berdasarkan pendidikan terakhir, responden dengan latar belakang Sarjana (D4-S1) mendominasi dengan 74 responden (67,3%). Ditinjau dari segi usia, sebagian besar responden berada pada kelompok umur 25 hingga 28 tahun, yakni sejumlah 51 orang atau setara 46,4%.

Uji Validitas Konvergen (Outer Loading dan AVE)

Hasil analisis *outer model* memperlihatkan bahwa seluruh *nilai outer loading* pada setiap indikator telah melampaui ambang batas minimum > 0,70, dengan rincian variabel Kualitas Fitur Layanan Digital (X1) berkisar antara 0,774-0,869, Kualitas Layanan Petugas *Frontliner* (X2) berkisar antara 0,780-0,822, dan Loyalitas Nasabah (Y) berkisar antara 0,784-0,846.

Tabel 3 Hasil Uji Outer Loading

Indikator	X1	X2	Y
X1.1	0,823		
X1.2	0,869		
X1.3	0,802		
X1.4	0,789		
X1.5	0,808		
X1.6	0,813		
X1.7	0,849		
X1.8	0,774		
X2.1		0,792	
X2.2		0,780	
X2.3		0,807	

Indikator	X1	X2	Y
X2.4		0,785	
X2.5		0,796	
X2.6		0,822	
X2.7		0,803	
X2.8		0,822	
Y1			0,784
Y2			0,815
Y3			0,840
Y4			0,806
Y5			0,846

Sumber: Data diolah, 2026

Pengujian validitas konvergen menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Average Variance Extracted (AVE) di atas 0,50, yaitu X1 sebesar 0,666, X2 sebesar 0,642, dan Y sebesar 0,670, sehingga dinyatakan valid. Sementara itu, hasil cross loading memperlihatkan bahwa setiap indikator memiliki nilai tertinggi pada konstruksinya masing-masing, sehingga validitas diskriminan telah terpenuhi.

Tabel 4 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE	Keterangan
Kualitas Fitur Layanan Digital (X1)	0,666	Valid
Kualitas Layanan Petugas Frontliner (X2)	0,642	Valid
Loyalitas Nasabah (Y)	0,670	Valid

Sumber: Data diolah, 2026

Uji Validitas Diskriminan (Cross Loading)

Pengujian validitas diskriminan dilaksanakan guna mengukur sejauh mana suatu variabel dapat dibedakan dari variabel-variabel lain yang terdapat dalam penelitian. Pengujian ini dilaksanakan dengan mencermati nilai *cross loading*, di mana idealnya setiap indikator memiliki nilai *cross loading* yang lebih besar terhadap variabelnya sendiri dibandingkan terhadap variabel lainnya. Berdasarkan hasil pengujian yang dilaksanakan, diketahui bahwa keseluruhan indikator pada masing-masing variabel baik Kualitas Fitur Layanan Digital (X1), Kualitas Layanan Petugas *Frontliner* (X2), maupun Loyalitas Nasabah (Y) memiliki nilai *cross loading* tertinggi pada variabelnya sendiri, sehingga seluruh indikator telah memenuhi kriteria validitas diskriminan dengan baik.

Tabel 5 Hasil Uji Cross Loading

Indikator	X1	X2	Y
X1.1	0,823	0,795	0,773
X1.2	0,869	0,855	0,853
X1.3	0,802	0,758	0,773
X1.4	0,789	0,785	0,781
X1.5	0,808	0,770	0,780
X1.6	0,813	0,787	0,802
X1.7	0,849	0,817	0,802
X1.8	0,774	0,742	0,744
X2.1	0,754	0,792	0,743
X2.2	0,749	0,780	0,739
X2.3	0,806	0,807	0,783

Indikator	X1	X2	Y
X2.4	0,762	0,785	0,763
X2.5	0,754	0,796	0,749
X2.6	0,801	0,822	0,807
X2.7	0,779	0,803	0,779
X2.8	0,790	0,822	0,772
Y1	0,776	0,724	0,784
Y2	0,783	0,793	0,815
Y3	0,830	0,819	0,840
Y4	0,763	0,778	0,806
Y5	0,804	0,803	0,846

Sumber: Data diolah, 2026

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dengan mengevaluasi nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability sebagai indikator konsistensi instrumen penelitian. sebuah konstruk dapat dikatakan reliabel apabila kedua indikator nilai tersebut melebihi batas minimum 0,70. Berdasarkan hasil analisis, seluruh variabel penelitian memenuhi kriteria tersebut. Variabel Kualitas Fitur Layanan Digital (X1) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,928 dan Composite Reliability sebesar 0,941. Selanjutnya, variabel Kualitas Layanan Petugas Frontliner (X2) menghasilkan nilai masing-masing 0,920 dan 0,935, sedangkan variabel Loyalitas Nasabah (Y) memperoleh nilai 0,877 dan 0,910. Oleh karena itu, seluruh instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinyatakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik sehingga layak digunakan dalam proses analisis.

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Kualitas Fitur Layanan Digital (X1)	0,928	0,941	Reliabel
Kualitas Layanan Petugas Frontliner (X2)	0,920	0,935	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0,877	0,910	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2026

Uji R-Square

Koefisien determinasi (*R-Square*) digunakan untuk menunjukkan sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis, nilai *R-Square* untuk variabel Loyalitas Nasabah (Y) adalah sebesar 0,943 atau 94,3%, yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa secara bersama-sama Kualitas Fitur Layanan Digital (X1) dan Kualitas Layanan Petugas Frontliner (X2) mampu menjelaskan 94,3% variasi Loyalitas Nasabah (Y). Adapun sebesar 5,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

Tabel 7 Hasil Uji R-Square

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Loyalitas Nasabah (Y)	0,943	0,942

Sumber: Data diolah, 2026

Uji F-Square

Pengujian *F-Square* dilaksanakan guna mencermati besaran kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh temuan bahwa Kualitas Fitur Layanan Digital memiliki nilai *Effect Size* sebesar 0,442 yang termasuk kategori besar, sedangkan Kualitas Layanan Petugas *Frontliner* memperoleh nilai *Effect Size* sebesar 0,142 yang tergolong kategori kecil.

Tabel 8 Hasil Uji F-Square

Pengaruh Antarvariabel	Effect Size (f^2)	Keterangan
------------------------	-----------------------	------------

Kualitas Fitur Layanan Digital -> Loyalitas Nasabah	0,442	Besar
Kualitas Layanan Petugas Frontliner -> Loyalitas Nasabah	0,142	Kecil

Sumber: Data diolah, 2026

Uji Q-Square

Q-Square berfungsi sebagai ukuran untuk menilai seberapa baik kemampuan prediksi model terhadap variabel laten endogen. Kriteria interpretasinya meliputi nilai 0,02 yang menunjukkan kemampuan prediksi lemah, 0,15 menunjukkan kemampuan sedang, dan 0,35 menunjukkan kemampuan yang kuat. Berdasarkan hasil analisis, variabel Loyalitas Nasabah (Y) memperoleh nilai Q-Square sebesar 0,942. Nilai tersebut jauh melampaui batas kategori kuat, sehingga mengindikasikan bahwa model penelitian memiliki kemampuan prediksi yang sangat baik. Dengan demikian, variabel Kualitas Fitur Layanan Digital (X1) dan Kualitas Layanan Petugas Frontliner (X2) terbukti mampu memprediksi Loyalitas Nasabah (Y) secara sangat kuat.

Tabel 9 Hasil Uji Q-Square

Variabel	Q^2 predict	Keterangan
Loyalitas Nasabah (Y)	0,942	Besar/Kuat

Sumber: Data diolah, 2026

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *bootstrapping*, dengan kriteria signifikansi berupa nilai T -statistic $\geq 1,96$ serta p -value $\leq 0,05$. Berdasarkan hasil pengolahan data, variabel Kualitas Fitur Layanan Digital (X1) memperoleh nilai *original sample* sebesar 0,625, T -statistic 6,728, dan p -value 0,000, sehingga kriteria pengujian terpenuhi dan H1 dinyatakan diterima. Adapun variabel Kualitas Layanan Petugas Frontliner (X2) menunjukkan nilai *original sample* sebesar 0,354, T -statistic 3,794, dan p -value 0,000, yang berarti H2 juga diterima. Di sisi lain, kontribusi kedua variabel independen tersebut terhadap Loyalitas Nasabah tercermin dari nilai R -Square sebesar 0,943 (94,3%), yang menandakan bahwa keduanya secara simultan memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap variabel dependen. Atas dasar itu, H3 dinyatakan diterima.

Tabel 10 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	<i>Original Sample</i>	T -Statistic	P -Values	Keterangan
H1: Kualitas Fitur Layanan Digital (X1) -> Loyalitas Nasabah (Y)	0,625	6,728	0,000	Diterima
H2: Kualitas Layanan Petugas Frontliner (X2) -> Loyalitas Nasabah (Y)	0,354	3,794	0,000	Diterima

Sumber: Data diolah, 2026

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Fitur Layanan Digital (X1) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Hasil uji hipotesis mengindikasikan bahwa kualitas fitur layanan digital berkontribusi secara positif dan signifikan dalam mendorong peningkatan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia, dengan nilai *original sample* sebesar 0,625, T -statistic sebesar 6,728 ($>1,96$), serta p -value sebesar 0,000 ($<0,05$). Nilai F -Square sebesar 0,442 (kategori besar) turut mempertegas bahwa Kualitas Fitur Layanan Digital memberikan kontribusi yang cukup besar dalam membentuk Loyalitas Nasabah, sehingga H1 dinyatakan diterima. Temuan ini selaras dengan hasil riset Hidayah et al., (2022) yang mengungkapkan bahwa kualitas fitur layanan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, serta didukung pula oleh penelitian Rezeki et al., (2023) yang mengungkapkan bahwa peningkatan kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap terbentuknya loyalitas nasabah di industri perbankan.

Adapun indikator dengan capaian rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan kemudahan dalam memahami menu layanan digital BSI (*ease of use*), dengan nilai rata-rata sebesar 3,291, yang mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan layanan digital menjadi faktor pendorong utama terbentuknya loyalitas nasabah BSI di wilayah DK Jakarta. Di sisi lain, indikator dengan capaian rata-rata terendah berada pada aspek stabilitas sistem (*system reliability*), dengan nilai rata-rata sebesar 3,045, yang mengisyaratkan bahwa loyalitas nasabah lebih banyak terbentuk oleh kemudahan penggunaan dibandingkan stabilitas sistem aplikasi.

Pengaruh Kualitas Layanan Petugas Frontliner (X2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Hasil uji hipotesis turut menunjukkan bahwa Kualitas Layanan Petugas *Frontliner* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BSI, dengan nilai *original sample* sebesar 0,354, *T-statistic* sebesar 3,794 ($>1,96$), dan *p-value* sebesar 0,000 ($<0,05$), sehingga H2 dinyatakan diterima. Kendati nilai F-Square sebesar 0,142 tergolong kategori kecil, variabel ini tetap memberikan kontribusi yang nyata terhadap loyalitas nasabah BSI. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Khusnul Istiqomah et al., (2024) yang menyatakan bahwa pelayanan customer service berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI, serta penelitian Dandis et al., (2021) yang mendapati bahwa dimensi *assurance*, *empathy*, dan *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Indikator dengan capaian rata-rata tertinggi ditemukan pada aspek penampilan petugas *frontliner* yang rapi dan bersih (*tangible*), dengan nilai rata-rata sebesar 3,145, yang mengindikasikan bahwa penampilan profesional petugas menjadi aspek yang paling diperhatikan nasabah. Sebaliknya, indikator dengan capaian rata-rata terendah terdapat pada aspek perhatian dan kepekaan terhadap kebutuhan nasabah (*empathy*), dengan nilai rata-rata sebesar 3,018, yang mengisyaratkan bahwa loyalitas nasabah lebih banyak dipengaruhi kesan profesionalisme dibandingkan perhatian personal yang diberikan.

Pengaruh Kualitas Fitur Layanan Digital (X1) dan Kualitas Layanan Petugas Frontliner (X2) secara Simultan terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Analisis inner model menghasilkan nilai koefisien determinasi (R-Square) sebesar 0,943 untuk variabel Loyalitas Nasabah. Dengan persentase sebesar 94,3%, hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat kemampuan model dalam menjelaskan variabel Loyalitas Nasabah berada pada kategori sangat tinggi. Nilai ini mengindikasikan bahwa secara simultan, Kualitas Fitur Layanan Digital dan Kualitas Layanan Petugas *Frontliner* memiliki kapabilitas yang sangat kuat dalam menjelaskan variasi Loyalitas Nasabah, sementara sisanya sebesar 5,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar cakupan model. Hal ini turut ditunjang oleh nilai *Q-Square* sebesar 0,942 yang mengonfirmasi bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang kuat, sehingga H3 dinyatakan diterima. Dengan demikian, semakin baik kualitas fitur layanan digital yang disediakan, serta semakin diimbangi dengan kualitas pelayanan *frontliner* yang profesional dan responsif, temuan tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan pada variabel tersebut akan diikuti oleh meningkatnya tingkat loyalitas nasabah terhadap Bank Syariah Indonesia.

5. KESIMPULAN

Tujuan utama penelitian ini adalah mengevaluasi pengaruh kualitas fitur layanan digital serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas *frontliner* terhadap loyalitas nasabah BSI di wilayah Daerah Khusus Jakarta. Untuk menguji hubungan antarvariabel, penelitian ini menerapkan metode Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) yang diolah melalui perangkat lunak SmartPLS 4.0, serta melibatkan sebanyak 110 orang responden yang berstatus nasabah aktif. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas fitur layanan digital merupakan salah satu faktor yang berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI. Oleh karena itu, optimalisasi fitur layanan digital dapat menjadi upaya untuk memperkuat loyalitas nasabah, dengan indikator kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai pendorong utama terbentuknya loyalitas, khususnya pada kelompok usia 25-28 tahun yang mendominasi responden penelitian ini. Kualitas layanan petugas *frontliner* turut terbukti memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI, dengan indikator penampilan profesional petugas (*tangible*) sebagai aspek yang paling berpengaruh. Secara simultan, kedua variabel tersebut terbukti memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI, dengan nilai *R-Square* sebesar 94,3%, yang menegaskan bahwa perpaduan antara kualitas layanan digital dengan pelayanan *frontliner* yang profesional merupakan dua pilar utama yang saling melengkapi dalam membentuk loyalitas nasabah.

Merujuk pada kesimpulan tersebut, Bank Syariah Indonesia disarankan untuk mempertimbangkan evaluasi kapasitas server serta infrastruktur pendukung layanan digital pada divisi IT, terutama pada jam-jam dengan volume transaksi tinggi, mengingat indikator stabilitas sistem (*system reliability*) memperoleh capaian rata-rata terendah pada variabel Kualitas Fitur Layanan Digital. Selain itu, dari sisi sumber daya manusia, BSI disarankan untuk merancang program pelatihan yang tidak hanya menekankan standar penampilan petugas *frontliner*, tetapi juga kemampuan dalam mendengarkan serta memahami kebutuhan nasabah secara personal dan tulus, mengingat indikator empati (*empathy*) memperoleh capaian rata-rata terendah pada variabel Kualitas Layanan Petugas *Frontliner*.

6. KETERBATASAN DAN PENELITIAN SELANJUTNYA

Dalam pelaksanaannya, penelitian ini tidak terlepas dari berbagai keterbatasan yang berpotensi memengaruhi hasil penelitian. Oleh karena itu, aspek-aspek tersebut diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi peneliti pada penelitian berikutnya. Pertama, penelitian ini belum menetapkan kriteria minimum lamanya seseorang menjadi nasabah sebagai syarat responden, padahal durasi menjadi nasabah

merupakan faktor penting dalam mengukur loyalitas secara lebih akurat. Dengan mempertimbangkan keterbatasan yang ada, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memasukkan kriteria tersebut agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif, misalnya minimal telah menjadi nasabah BSI selama enam bulan atau satu tahun, agar loyalitas yang diukur benar-benar mencerminkan keterikatan jangka panjang nasabah. Kedua, penelitian ini memiliki keterbatasan pada komposisi usia responden yang hanya berkisar antara 20 hingga 32 tahun, tanpa adanya responden berusia di atas 32 tahun, sehingga peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas rentang usia responden agar hasil penelitian dapat menggambarkan persepsi loyalitas nasabah dari berbagai generasi secara lebih menyeluruh. Ketiga, penelitian ini hanya mencakup wilayah Daerah Khusus Jakarta, sehingga peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian agar hasil yang diperoleh dapat merepresentasikan kondisi nasabah BSI secara lebih komprehensif di tingkat nasional.

7. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada Politeknik Negeri Jakarta, khususnya khususnya Jurusan Akuntansi serta Program Studi Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah, atas berbagai bentuk dukungan yang telah diberikan sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Rasa terima kasih juga penulis sampaikan kepada dosen pembimbing yang senantiasa memberikan arahan, masukan, serta motivasi selama proses penyusunan penelitian. Selain itu, penghargaan yang tulus diberikan kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan bersedia berpartisipasi dalam pengisian kuesioner sebagai bagian dari pengumpulan data penelitian.

8. DAFTAR PUSTAKA

- Agung Nugroho Lutfi Imam Fahrudi, Anni Rahimah, & Wahyuningtiyas, N. (2023). Pengaruh Persepsi Keamanan, Ketersediaan Fitur, Norma Subjektif Terhadap Loyalitas Melalui Keputusan Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 8(2), 217–231. <https://doi.org/10.33474/jimmu.v8i2.20677>
- Ajina, A. S., Joudeh, J. M. M., Ali, N. N., Zamil, A. M., & Hashem, T. N. (2023). The effect of mobile-wallet service dimensions on customer satisfaction and loyalty: An empirical study. *Cogent Business and Management*, 10(2). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2229544>
- APJII. (2025). SURVEI PENETRASI INTERNET DAN PERILAKU PENGGUNAAN INTERNET Sebagai perwakilan Pengurus APJII, kami dengan bangga mempersembahkan Profil Internet Indonesia 2025. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. <https://survei.apjii.or.id/>
- Bahtiar, S., & Ansori, M. (2024). Analisis Layanan Digital dan Kepuasan. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, 10(2), 1–14.
- Bank Syariah Indonesia. (2025). *Upgrade Sistem BSI Rampung, Layanan E-Channel Kembali Normal*. Bank Syariah Indonesia. <https://www.bankbsi.co.id>
- Dandis, A. O., Wright, L. T., Wallace-Williams, D. M., Mukattash, I., Al Haj Eid, M., & Cai, H. (2021). Enhancing consumers' self-reported loyalty intentions in Islamic Banks: The relationship between service quality and the mediating role of customer satisfaction. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1892256>
- Darma, A. F., Harahap, M. G., Nullah, A., & Tanjung, M. (2025). Implementation of Islamic Trust and Moral Values in Islamic Bank Frontliner Services *Jurnal Ilmu Keuangan dan Perbankan (JIKA)*. *Jurnal Ilmu Keuangan dan Perbankan (JIKA)*, 15(Desember).
- Fianto, B. A., Gan, C., Widiastuti, T., & Sukmana, R. (2020). Customer loyalty to Islamic banks: Evidence from Indonesia. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1859849>
- Gofur, H., Ibnudin, I., Syathori, A., & Himmawan, D. (2023). Strategi Pelayanan Prima Frontliner Pada Bank Syariah Indonesia KCP Indramayu Jatibarang. *JSEF: Journal of Sharia Economics and Finance*, 3(2), 60–70. <https://doi.org/10.31943/jsef.v3i2.40>
- Guntoro, I. S. F. U. A. D. W. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Digital BSI Terhadap Loyalitas dan Kepatuhan Nasabah: Analisis Kuantitatif dalam Perspektif Akuntansi Syariah. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol 2 No.2 Juli, Tahun 2008*, 3(2), 79–92.
- Hadi, Y., Mahrinasari, M., & Rosalina. (2025). the Influence of Digital Banking Service Quality on Electronic Satisfaction and Electronic Loyalty Among Customers of Bank Central Asia (Bca) in Indonesia. *International Journal of Business and Technology Studies and Research*, 7(1), 2665–7716. <http://www.ijbtsr.org>
- Hair Jr, J. F., M Hult, G. T., M Ringle, C., Sarstedt, M., P Danks, N., & Ray, S. (2021). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R. In *Springer Nature*.
- Hasbi, M. Z. N. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal*

- Ekonomi Syariah Indonesia (JESI)*, 9(2), 197–208. <https://doi.org/10.30997/jsei.v9i2.9884>
- Hasyim, Siregar, D. A., Sinaga, L. D., Barus, R. J. R. B., & Parhusip, S. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah Generasi Z. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(04), 250–258. <https://doi.org/10.61434/dfame.v3i2.293>
- Hidayah, N., Andriyati, S., Rismayani, V., & P, V. V. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEMUDAHAN TRANSAKSI DAN FITUR PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM PENGGUNAAN BSI MOBILE BANKING. *Al-Iqtishod Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 139–159.
- Iqbal, J., Heriyani, H., & Urrahmah, I. (2021). Pengaruh Kemudahan dan Ketersediaan Fitur terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Global Financial Accounting Journal*, 5(2), 25. <https://doi.org/10.37253/gfa.v5i2.6001>
- Jannah, M., Muhri, M., & Pamuji, A. E. (2024). Influence of Frontliner Service Quality and Quality Products Towards Customer Loyalty at KSPP Syariah BMT NU East Java Summersari Branch. *International Journal of Accounting and Management Research*, 5(2), 51–56. <https://doi.org/10.30741/ijamr.v5i2.1404>
- Khusnul Istiqomah, Ahsan Putra Hafiz, & Abdul Hakim Saputra. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Kas IAIN Sulthan Thaha Saifuddin Kota Jambi. *Maslahah : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(1), 268–286. <https://doi.org/10.59059/maslahah.v2i1.706>
- Koo, M., & Yang, S. (2025). *Likert-Type Scale*. 1–11. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/encyclopedia5010018>
- Luqmansyah, D. J., Rahayu, S., Hati, H., & Ph, D. (2021). Customer Experience on Islamic Banking Digital Branch in Indonesia. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 177, 167–175.
- Purwanto, N., Budiyanto, & Suhermin. (2022). *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR Implementasi Perilaku Electronic Word of Mounth pada Konsumen Marketplace*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Rahma, N., & Sofyani, H. (2024). The influence of islamic banking digital service quality on intention to continue using islamic banking: a case of Indonesia. *Journal of Accounting and Investment*, 25(1), 269–288. <https://doi.org/10.18196/jai.v25i1.18841>
- Ramadhani, S. U. L. (2025). KUALITAS LAYANAN DENGAN DIMENSI CARTER UNTUK MENDORONG LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI). In *Frontiers in Veterinary Science* (Issue 1). <https://doi.org/10.1038/s41598-022-26846-z%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41467-021-22308-8%0Ahttps://doi.org/10.1007/s00253-025-13460-y%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e14088%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.sjbs.2017.10.019%0Ahttps://doi.org/10.1016/j>
- Rezeki, M. R., Majid, M. S. A., & Kassim, S. H. (2023). The effect of e-service quality on e-loyalty of Islamic banking customers: Does e-satisfaction act as mediator? *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 9(2), 228–245. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol9.iss2.art6>
- Shabrina, D. (2025). *M-Banking Byond BSI Error Berhari-hari, Nasabah Diimbau Lakukan Transaksi di Kantor Cabang*. Tempo. <https://www.tempo.co/>
- Supriyanto, A., Wiyono, B. B., & Burhanuddin, B. (2021). Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1937847>
- Yasmin, R. P., Kartono, K., & Hartono, E. (2025). The Influence Of Organizational Culture And Leadership on The Performance of Bank Syariah Indonesia Frontliners With Motivational Mediation. *International Journal of Islamic Education, Research and Multiculturalism (IJIERM)*, 7(1), 32–53. <https://doi.org/10.47006/ijierm.v7i1.405>
- Yusuf, M., Safi'i, M. A., & Tamamudin. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Digital Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT Bank Syariah Indonesia Cabang Pekalongan Pemuda. *Islamic Business and Finance (IBF)*, 4(1), 68–91. <file:///C:/Users/user/Downloads/7.+jurnal+maya-sudah+bayar-fauzul.pdf>