

**PENGARUH SHARIA COMPLIANCE TERHADAP KEPUASAN NASABAH BSI KC MALANG
SOETTA DIMEDIASI OLEH LAYANAN DIGITAL BANKING**

**THE EFFECT OF SHARIA COMPLIANCE ON CUSTOMER SATISFACTION AT BSI KC MALANG
SOETTA MEDIATED BY DIGITAL BANKING SERVICE**

Tifani Nurmala Widiya^{1a}, Rini Safitri²

¹Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang, Jl. Gajayana No.50, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144

²Fakultas Ekonomi Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang, Jl. Gajayana No.50, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144

^aKorespondensi E-mail: tifaniwidiya@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak sharia compliance pada kepuasan nasabah melalui mediasi layanan digital banking pada perbankan syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Sebanyak 120 kuesioner dikumpulkan dari nasabah bank syariah di BSI KC Malang Soetta untuk diuji hipotesis. Metode analisis yang digunakan adalah pengujian analisis jalur menggunakan uji sobel test untuk mengetahui pengaruh dari variable mediasi. Hasil penelitian ditemukan berdasarkan hasil uji sobel tes pada perhitungan berdasarkan rumus dan diperoleh nilai sebesar $5,492 > 1,96$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$). Dapat disimpulkan bahwa layanan digital banking mampu memediasi pengaruh sharia compliance terhadap kepuasan nasabah BSI KC Malang Soetta.

Kata kunci: Kepatuhan Syariah, Kepuasan Nasabah, Layanan Digital Banking.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the impact of sharia compliance on customer satisfaction through the mediation effect of digital banking services on sharia banking. The research method used is a quantitative method. A total of 120 questionnaires were collected from Islamic bank customers at BSI KC Malang Soetta to test the hypothesis. The analytical method used is test analysis using the Sobel test to determine the effect of the mediating variable. The results of the study show that sharia compliance has an effect on customer satisfaction mediated by digital banking services with a significance result of a value of $5.492 > 1.96$ ($\text{sig} < =5\%$). The result can be concluded that digital banking services are able to mediate sharia compliance towards customer satisfaction at BSI KC Malang Soetta.

Keywords: Customer Satisfaction, Digital Banking Service, Sharia Compliance.

PENDAHULUAN

Perbankan syariah memiliki tujuan dalam meningkatkan pemerataan pembangunan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional. Diatur dalam Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, pengembangan industri perbankan syariah nasional telah memiliki landasan hukum yang memadai dan dengan hasil diperoleh dalam lima tahun terakhir bahwa pertumbuhan aset lebih dari 65% pertahun. Diharapkan dukungan dan peran industri perbankan syariah dalam perekonomian nasional akan semakin signifikan (ojk, 2018). Fakta diatas membuat industri perbankan harus kreatif dan selalu berinovasi di tengah banyaknya persaingan ketat dalam memprioritaskan nasabah untuk mencapai kepuasan serta loyalitas dan mampu meningkatkan laba (Marlina & Bimo, 2018). Dengan demikian, bank syariah berfokus pada kepatuhan syariah serta inovasi layanan untuk kepuasan pelanggan yang lebih baik, mengarah pada pembangunan dan pertumbuhan yang berkelanjutan (Othman & Owen, 2001).

Kajian *sharia compliance* menjadi penting pada perbankan syariah karena di Indonesia perkembangan perbankan syariah terus meningkat. Dalam skala internasional, selama bertahun-tahun, sektor perbankan syariah telah memiliki tingkat pertumbuhan 15-20 persen (Saqib & Farooq, 2015). Berdasarkan data dari Kementrian Dalam Negeri, Indonesia memiliki jumlah penduduk muslim per 31 Desember 2021 dengan total 237,53 juta jiwa, atau sama dengan 86,9% dari seluruh populasi di Indonesia. Nasabah bank syariah cenderung memiliki preferensi untuk melakukan urusan mereka sesuai dengan pedoman agama dalam hal halal dan aspek haram termasuk dalam urusan bisnis, sehingga diperlukan adanya ketetapan *sharia compliance* dalam pelaksanaan operasional. Bank merupakan lembaga yang berorientasi pada layanan yang memiliki

kepentingan utama dalam kepuasan nasabah (Rasheed, H. and Aimin, 2012).

Prevalensi mode penyampaian layanan digital melalui saluran elektronik menjadi kebutuhan bank untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang penilaian kualitas layanan yang diperoleh nasabah (Zeithaml et al., 2002). Perbankan syariah perlu untuk meningkatkan layanan, menawarkan keunikan *value*, serta menerapkan kebijakan-kebijakan khusus terkait penggunaan layanan inovatif menggunakan teknologi informasi (Husna, 2020). Dibuktikan setelah merger, BSI semakin fokus untuk melakukan akselerasi dan strategi digitalisasi, baik dari segi produk maupun berupa layanan kepada seluruh nasabah.

Dalam kajian ini, penelitian dilakukan berfokus pada Bank Syariah Indonesia KC Malang Soetta, yang memiliki beberapa inovasi untuk terus mengarahkan para nasabahnya melakukan berbagai keperluan transaksi serta kegiatan operasional yang mengarah pada layanan digital. Dengan pengimplementasian nilai-nilai syariah yang kuat dalam menimbah amanah serta kepuasan dari nasabah. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh *sharia compliance* terhadap kepuasan nasabah yang dimediasi oleh layanan digital banking.

MATERI DAN METODE

Sharia Compliance

Ahmed & Mohiuddin (2021), menjelaskan *Sharia compliance* merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan tindakan untuk mematuhi prinsip-prinsip syariah, mengacu pada kepatuhan terhadap hukum Islam berdasarkan ajaran Al Qur'an dan sunnah. Sistem perbankan ini tidak mengenakan bunga atas pembiayaan tetapi didasarkan pada untung dan rugi dengan dasar berbagi. *Sharia compliance* merupakan transaksi berdasarkan aturan Islam yang dilakukan perbankan syariah dan diakui sebagai fiqh muamalat (Hunjra et

al, 2011). Usman et al., (2021) menyatakan sharia compliance menjadi pembeda utama antara bank syariah dan bank konvensional. Bank syariah secara proaktif mengejar total kepatuhan dengan aturan syariah dalam semua urusan keuangan dan non-keuangan yang ditegaskan kembali oleh penasehat syariah (Saqib & Farooq, 2015). Didukung dengan adanya peran dari Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang memberi pengawasan terhadap kontrak atau akad apakah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Nurhisam, 2016). Konsep *sharia compliance* menjadi persyaratan yang diwujudkan bagi individu yang menganut kepercayaan agama Islam dengan segala kebutuhannya dalam bertransaksi, dan persepsi syariah sangat penting bagi bank syariah karena dapat secara signifikan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan (Saqib & Farooq, 2015).

Layanan Digital Banking

Perbankan digital dianggap sebagai inovasi keuangan dengan tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan manfaat finansial bagi nasabah (Shin, 2020). Perbankan digital merupakan transisi dari layanan konvensional ke layanan perbankan berbasis teknologi seperti melalui ATM, platform seluler, dan internet dengan menyediakan layanan seperti *mobile banking, sms banking, internet banking*, digunakan untuk cek saldo, tagihan pembayaran dan kebutuhan transaksi lainnya (Egala & Mensah, 2021).

Pelayanan berbasis digital yang diberikan menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi, serta kemudahan dan kenyamanan untuk melakukan transaksi secara *online* tanpa mengharuskan nasabah untuk datang mengantri di bank secara langsung (Rema & Setyohadi 2016). *Positioning* baru dari bank syariah salah satunya meningkatkan aspek teknologi informasi yang selalu *up-date, user friendly*, dengan memfokuskan kepada kepuasan nasabah sebagai strategi dari perbankan (ojk, 2018).

Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah evaluasi pelanggan terhadap produk atau layanan itu sendiri dalam hal apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan harapan mereka yang diasumsikan (Zeithaml, 2002). Menurut (Kotler, P. and Keller, 2007) kepuasan konsumen merupakan bentuk perasaan senang atau kecewa dari seseorang setelah membandingkan kinerja suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

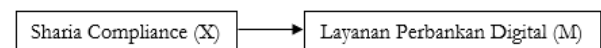
Metode Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Penelitian yang dilakukan termasuk jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan nasabah aktif BSI KC Malang Soetta, yang terdaftar di Bank BSI KC Soetta Malang dan secara aktif menggunakan produk/jasa dan melakukan berbagai transaksi terutama layanan *digital banking*.

Metode pengambilan sampel menggunakan jenis teknik pengambilan *random sampling*. Sampel didapat dan mendapat jumlah sebanyak 120 responden. Uji penelitian yang dilakukan yaitu uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji analisis jalur menggunakan uji sobel. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persamaan Struktur I

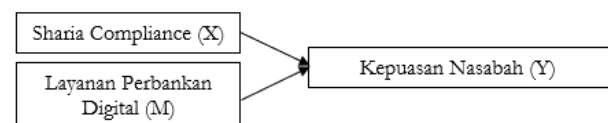


Gambar 1. Persamaan Struktur I

$$Z (LDB) = \beta SH + e1$$

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

Persamaan Struktur II



Gambar 2. Persamaan Struktur II

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

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

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji normalitas untuk menguji penelitian model regresi, variabel independen dan variabel dependen maupun keduanya memiliki distribusi yang normal atau tidak. Uji multikolonieritas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat adanya korelasi tinggi antara variabel independen dengan model regresi linier ganda. Sedang uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan varians pada model regresi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Uji asumsi klasik menjadi uji persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS).

a. Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Tes Normalitas Persamaan I

N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.14059239
Asymp. Sig. (2-tailed)		.002 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)		.115 ^d

Sumber: Data Diolah, 2022, SPSS 25

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

Tabel 2. Hasil Uji Tes Normalitas Persamaan II

N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.81615757

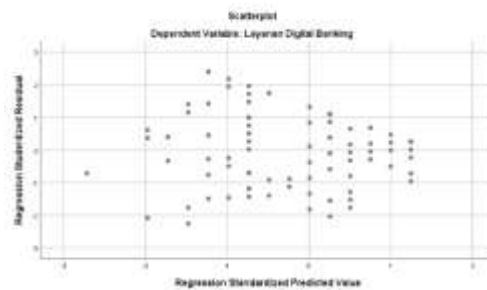
Asymp. Sig. (2-tailed)		.002 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)		.126 ^d

Sumber: Data Diolah, 2022, SPSS 25

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

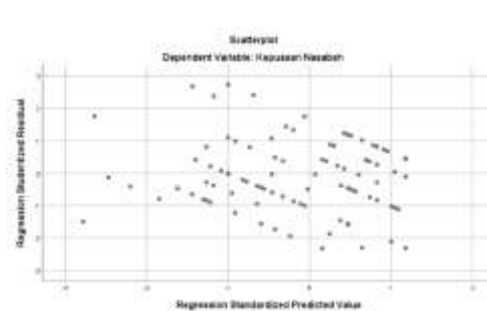
b. Uji Heterokedastisitas

Gambar 3 Scatterplot Persamaan I



Sumber: Data Diolah, 2022, SPSS 25

Gambar 4 Scatterplot Persamaan II



Sumber: Data Diolah, 2022, SPSS 25

Berdasarkan gambar di bawah dapat diambil kesimpulan bahwa titik-titik menyebar dan terdistribusi secara acak. Sehingga dinyatakan bahwa data tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga regresi dapat digunakan dan dianalisis lebih lanjut.

c. Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji tes Multikolinearitas

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

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan hasil uji dari tabel 3 diatas nilai *tolerance* variabel intervening yakni $1,00 > 0,10$ dan $VIF < 10$ yaitu 1,000 disimpulkan bahwa tidak terdapat kolerasi yang terjadi pada persamaan I. Sedangkan nilai *tolerance* yakni $0,575 > 0,10$ dan $VIF < 10$ yaitu 1,740, sehingga disimpulkan tidak ada kolerasi yang terjadi antara variabel dependen dan independen dalam model regresi persamaan II.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan I

l	Mode	R	R Square
1	a	.735	.540

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2022

Dari tabel 4 hasil uji di atas nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,735. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa pengaruh *sharia compliance* terhadap layanan digital banking adalah sebesar $0,735 = 73,5\%$ dan sisanya 26,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan I

l	Mode	R	R Square
1	a	.774	.599

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2022

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

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Dalam penelitian untuk menentukan hipotesis yang diajukan penelitian apakah diterima atau ditolak sesuai keadaan sebenarnya, maka dilakukan uji koefisien determinasi. Uji dilakukan untuk melihat kemampuan variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Uji determinasi ini dapat dilihat melalui hasil R square, jika nilai R square berada di atas 0,5 maka bisa dikatakan baik.

Uji t

Uji T digunakan bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Signifikansi $\alpha=5\%$ dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Apabila nilai Sig. (2-tailed) < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima
- b. Apabila nilai Sig. (2-tailed) > 0,05 maka Ha ditolak dan Ho diterima

Tabel 6. Hasil Uji t Persamaan I

Model	B	Std. Error	t	Sig.
1 (Constant)	16.295	2.810	5.798	.000
Sharia Compliance	.951	.081	11.735	.000

Model	B	Std. Error	t	Sig.
1 (Constant)	16.295	2.810	5.798	.000
Sharia Compliance	.951	.081	11.735	.000

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2022

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

Tabel 7. Hasil Uji t Persamaan II

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

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan hasil data uji t tabel 7 diperoleh angka t-hitung sebesar 3,305 dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan II, *sharia compliance* berpengaruh signifikan terhadap layanan kepuasan nasabah.

Uji f

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

- a. Apabila nilai signifikansi uji F < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima.
- b. Apabila nilai signifikansi uji F > 0,05 maka Ha ditolak dan Ho diterima.

Tabel 8 Hasil Uji F Persamaan I

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	2445.203	1	2445.203	138.721	.000 ^b
Residual	2079.963	17	122.351		
Total	4525.167	18			

1	Regr	2445.203	1	2445.203	138.721	.000 ^b
	Residual	2079.963	17	122.351		
	Total	4525.167	18			

Berdasarkan hasil uji F di atas menunjukkan bahwa nilai Nilai F hitung $138.721 > F$ tabel didapat sebesar 3.07 dan signifikansi yang diperoleh yaitu $0,000 < 0,05$ sehingga Ho ditolak. Dapat disimpulkan bahwa *sharia compliance* secara simultan berpengaruh terhadap layanan digital banking

Tabel 9 Hasil Uji F Persamaan II

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	635.273	2	317.636	87.515	.000 ^b
Residual	424.652	11	38.605		
Total	1059.925	13			

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan hasil data uji t tabel 9 diperoleh angka t-hitung sebesar 6,256 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat ditarik kesimpulan bahwa persamaan II, *sharia compliance* dan layanan perbankan digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

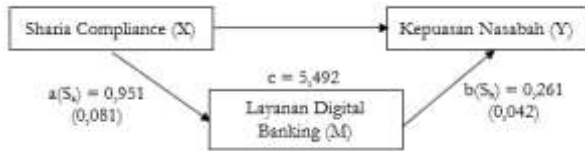
Uji Analisis Jalur Dengan Sobel Tes

Pengujian hipotesis variabel mediasi dilakukan melalui prosedur yang dikembangkan oleh sobel (1982) yang dikenal dengan Uji Sobel. Uji sobel dilakukan untuk melihat pengaruh variabel mediasi jika variabel tersebut memengaruhi hubungan variabel independen dan dependen.

- a. Apabila nilai $M < 1,96$ dapat dinyatakan bahwa variabel intervening tidak mampu memediasi variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Apabila nilai $M > 1,96$ dapat dinyatakan bahwa variabel

intervening mampu memediasi hubungan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Gambar 5 Kerangka hasil uji analisis jalur dengan sobel tes



Sumber: Data Diolah Peneliti, 2022

$$\sqrt{sab} = b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2$$

a = koefisien regresi variabel X terhadap variabel M

b = koefisien regresi variabel M terhadap variabel Y

SE_a = standard error of estimation dari pengaruh variabel X terhadap variabel M

SE_b = standard error of estimation dari pengaruh variabel M terhadap variabel Y

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

Pengaruh Sharia Compliance terhadap Layanan Digital Banking

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diperoleh nilai signifikansi variabel layanan perbankan digital sebesar 0,000 < 0,05 (sig < α=5%). Dapat disimpulkan bahwa sharia compliance berpengaruh signifikan terhadap layanan digital banking BSI KC Malang Soetta. Persepsi pelanggan tentang layanan perbankan syariah dapat menjadi tolak ukur ketika bank tidak mematuhi prinsip syariah serta kurangnya kualitas layanan. Sehingga, bank syariah harus tetap meningkatkan spektrum untuk memberikan layanan yang lebih baik kepada nasabah. Termasuk dalam peningkatan inovasi layanan berbasis teknologi seperti *internet banking* dan *mobile banking*.

Didukung dalam penelitian Ulya (2019), bahwa aturan syariah telah mempertahankan regulasi *Islamic fintech*. Selama layanan berbasis teknologi tidak bertentangan dengan prinsip syariah, maka termasuk dalam *Islam fintech*. Penelitian lain menyatakan, *sharia compliance* sangat penting sebagai elemen yang harus dilinperhatikan dalam konteks perbankan syariah, termasuk dalam layanan *e-banking* (Usman et al., 2021).

Pengaruh Layanan Digital Banking terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diperoleh nilai signifikansi variabel layanan perbankan digital sebesar 0,000 < 0,05 (sig < α=5%). Dapat disimpulkan bahwa layanan digital banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KC Malang Soetta. Inovasi teknologi merupakan salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan tingkat kualitas pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah. Melalui kecanggihan teknologi dan inovasi di sektor keuangan dan perbankan, *digital banking* menjadi lebih akrab bagi nasabah bank yang menerima layanan secara konvensional. Selain itu, dapat membantu nasabah untuk mengelola keuangannya dengan lebih efisien (Ling et al., 2016).

Layanan perbankan digital telah menjadi sangat diperlukan untuk mematuhi protokol COVID-19 yang telah ditetapkan terutama untuk bank-bank, dampak layanan perbankan digital yang disediakan oleh bank selama COVID-19 menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, efisiensi, privasi/keamanan dan keandalan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Egala & Mensah, 2021). Didukung dengan penelitian (Garzaro & Pedro, 2021), (Mansour et al., 2016), (McKecnie et al., 2011) yang mengidentifikasi layanan berbasis teknologi dalam perbankan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Sharia Compliance terhadap Kepuasan Nasabah dimediasi Layanan Digital Banking.

Berdasarkan hasil uji sobel tes pada perhitungan berdasarkan rumus diperoleh nilai sebesar $5,492 > 1,96$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$). Dapat disimpulkan bahwa layanan digital banking mampu memediasi sharia compliance terhadap kepuasan nasabah BSI KC Malang Soetta. Ahmed & Mohiuddin (2021), menyatakan Perbankan Islam adalah salah satu keuangan dengan pertumbuhan tercepat di pasar mayoritas Muslim dan sekitarnya. Prinsip syariah, melarang penerimaan prinsip bunga. Selain itu, perbankan syariah termasuk BSI KC Malang Soetta berusaha menyediakan layanan perbankan berkualitas tinggi untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Nasabah Muslim lebih memilih bank yang mematuhi hukum syariah dan memberikan layanan berkualitas di bank syariah yang kini menawarkan berbagai layanan inovatif menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Hal ini selaras dengan prinsip dan operasional yang dijalankan BSI KC Malang Seoetta.

Sejalan dengan hasil penelitian terdahulu terkait *sharia compliance* disebutkan dalam Saqib & Farooq (2015), dengan jaringan cabang, ATM, internet dan mobile banking, telah meningkatkan produk serta layanannya untuk mempertahankan eksistensi perbankan syariah serta prioritas pada kepuasan nasabah. Ahmed & Mohiuddin (2021), *Sharia compliance* juga memiliki dampak terhadap kepuasan nasabah dengan kualitas layanan sebagai mediasi.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, ditemukan bahwa 1) *sharia compliance* berpengaruh terhadap layanan *digital banking* dengan nilai signifikansi 0,000 dengan $\alpha=0,05$ atau

5%. 2) Layanan digital banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang diartikan inovasi dan layanan digital banking akan diikuti dengan peningkatan kepuasan nasabah. 3) Layanan *digital banking* mampu memediasi pengaruh *sharia compliance* terhadap kepuasan nasabah dengan hasil dari uji sobel tes sebesar 5,492.

DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, M., Kassim, S., & Dahari, Z. (2012). Customer Satisfaction and Switching Behavior in Islamic Banking: Evidence from Indonesia. *School of Doctoral Studies (European Union) Journal*, Table 1, 209–215.
- Ahmed, S., & Mohiuddin, M. (2021). The impact of Islamic Shariah compliance on customer satisfaction in Islamic banking services: mediating role of service quality. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2020-0346>.
- Amin, M., Isa, Z., & Fontaine, R. (2011). The role of customer satisfaction in enhancing customer loyalty in Malaysian Islamic banks. *Service Industries Journal*, 31(9), 1519–1532. <https://doi.org/10.1080/02642060903576076>.
- Bank Indonesia, P. (2007). Peraturan Bank Indonesia Nomor: 9/15/PBI/2007 Tentang Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum. 1–32.
- Egala, S. B., & Mensah, S. A. (2021). To leave or retain? An interplay between quality digital banking services and customer satisfaction. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2021-0072>.
- Fathayatul Husna. (2020). Wajah Ekonomi 4.0: Perbankan Syari'ah Digital, Peningkatan Daya Saing Dan Strategi Dakwah Islam. 3, 151–156. <https://doi.org/10.1010.24014/idarot.una.v3i1>.

- Heradhyaksa, B., & Suardi, I. (2019). Sharia Compliance in the Islamic Banking Perception in Indonesia. *5(2)*, 1608–1620.
- Hidayat, R., Akhmad, S., & Machmud, M. (2015). Effects of Service Quality, Customer Trust and Customer Religious Commitment on Customers Satisfaction and Loyalty of Islamic Banks in East Java. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, *7(2)*, 151–164. <https://doi.org/10.15408/ijies.v7i2.1681>
- Kotler, P. and Keller, K. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1 dan 2. Terjemahan: Drs. Benyamin Molan, Jakarta: Indeks.
- Kurniawan A, P. Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PANDIVA BUKU.
- Ling, G. M., Fern, Y. S., Boon, L. K., & Huat, T. S. (2016). Understanding Customer Satisfaction of Internet Banking: A Case Study In Malacca. *Procedia Economics and Finance*, *37(16)*, 80–85. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30096-x](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30096-x).
- Lovelock, Christopher and Lauren Wright. (2004). *Principles of Service Marketing and Management*, 2nd ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall Inc.
- Mansour, I. H. F., Eljelly, A. M. A., & Abdullah, A. M. A. (2016). Consumers' attitude towards e-banking services in Islamic banks: the case of Sudan. *Review of International Business and Strategy*, *26(2)*, 244–260. <https://doi.org/10.1108/RIBS-02-2014-0024>.
- Marlina, A., & Bimo, W. A. (2018). Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank. *INOVATOR*, *7(1)*. <https://doi.org/10.32832/inovator.v7i1.1458>.
- Mbama, C. I., & Ezepue, P. O. (2018). Digital banking, customer experience and bank financial performance: UK customers' perceptions. *International Journal of Bank Marketing*, *36(2)*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2016-0181>.
- McKecnie, S., Ganguli, S., & Roy, S. K. (2011). Generic technology-based service quality dimensions in banking: Impact on customer satisfaction and loyalty. *International Journal of Bank Marketing*, *29(2)*, 168–189. <https://doi.org/10.1108/02652321111107648>.
- Nurhisam, L. (2016). Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance) dalam Industri Keuangan Syariah. *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, *23(1)*, 77–96. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol23.iss1.art5>.
- ojk, ojk. (2018). *Prinsip dan Konsep Dasar Perbankan Syariah*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Othman, A., & Owen, L. (2001). The multi dimensionality of carter model to measure customer service quality (SQ) in Islamic banking industry: a study in Kuwait finance house. *International Journal of Islamic Financial Services*, *3(4)*, 1–12.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2018). *POJK Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum*. Ojk RI, I, 155. [http://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/regulasi/lembaga-keuangan-mikro/peraturan-ojk/Documents/SAL-POJK PERIZINAN FINAL F.pdf](http://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/regulasi/lembaga-keuangan-mikro/peraturan-ojk/Documents/SAL-POJK%20PERIZINAN_FINAL_F.pdf)
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL a multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, *7(3)*, 213–233. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>.
- Garzaro, D. M., & Pedro, S. D. C. (2021). Internet and mobile banking: the role of engagement and experience on

- satisfaction and loyalty. 39(1), 1–23. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2020-0457>.
- Rema, Y. O. L., & Setyohadi, D. B. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan mobile banking studi kasus : BRI Cabang Bajawa. Seminar Riset Teknologi Informasi.
- Rianto, M. R., Bukhari, E., Wibowo, A., & Fikri, N. (2020). Ancaman Pola Perilaku Finansial Perbankan Di Indonesia. 16(1), 27–32.
- Saqib, L., & Farooq, M. A. (2015). Customer perception regarding Shari'ah compliance of Islamic banking sector of Pakistan. <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2013-0031>.
- Shin, J. W. (2020). Customer perceptions of Korean digital and traditional banks. 38(2), 529–547. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2019-0084>.
- Sugiyono. (2015). Sugiyono, Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2015), 407 1. Metode Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D.
- Susilawaty, L., & Nicola, N. (2020). Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan. Jurnal Manajemen Maranatha. <https://doi.org/10.28932/jmm.v19i2.2478>.
- Ulya, N. U. (2019). Legal Protection of Donation-based Crowdfunding Zakat on Financial Technology: Digitalization of Zakat under Perspective of Positive Law and Islamic Law. International Conference of Zakat. <https://doi.org/10.37706/iconz.2018.132>.
- Usman, H., Projo, N. W. K., Chairy, C., & Haque, M. G. (2021). The exploration role of Sharia compliance in technology acceptance model for e-banking (case: Islamic bank in Indonesia). Journal of Islamic Marketing. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2020-0230>.
- Yusuf, A. M. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan. Renika Cipta.
- Zeithaml, V.A. Bitner, Mary J. Gremler, Dwayne D. (2003), Service Marketing Integrating.