

Pengaruh Kepatuhan Syariah dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Syariah Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Intervening

Lisnawati^{1*}, Samsul², Rusnawati³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

*E-mail: lisnawatipala08@gmail.com

Information Article

History Article

Submission: 12-09-2026

Revision: 02-10-2026

Published: 05-10-2026

DOI Article:

10.62421/jibema.v4i2.783

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepatuhan syariah dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pengguna produk Tabungan syariah dengan reputasi Perusahaan sebagai variabel intervening pada Bank syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai. Penelitian ini dilatar belakangi oleh pentingnya penerapan prinsip-prinsip syariah dan kualitas pelayanan dalam membangun reputasi Perusahaan serta meningkatkan kepuasan nasabah di Tengah persaingan industry perbankan syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang ditentukan menggunakan Teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert. Teknik analisis data meliputi uji validasi, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis jalur (Path analysis), uji t, uji F, koefisien determinasi, serta uji Sobel untuk menguji pengaruh mediasi variabel reputasi Perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, reputasi Perusahaan terbukti mampu memediasi pengaruh kepatuhan syariah dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasaba.

Kata Kunci: Kepatuhan Syariah, Kualitas Pelayanan, Reputasi Perusahaan, Kepuasan Nasabah, Tabungan Syariah

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Sharia compliance and service quality on customer satisfaction among users of Sharia savings products, with the company's reputation as an intervening variable, at Bank Syariah Indonesia (BSI) Sinjai Branch. This study is motivated by the importance of applying Sharia principles and service quality in building the company's reputation and enhancing customer satisfaction amid competition in the Sharia banking industry. This study employs a quantitative approach. The sample consisted of 100 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through a questionnaire using a Likert scale. Data analysis techniques included validity testing, reliability testing, classical assumption testing, path analysis, t-tests, F-tests, the coefficient of determination, and the Sobel test to examine the mediating effect of the company's reputation variable. The results indicate that Sharia compliance has a positive and significant effect on customer satisfaction. Service quality also has a positive and significant effect on customer satisfaction.

Acknowledgment

Furthermore, the company's reputation was found to mediate the effects of Sharia compliance and service quality on customer satisfaction.

Keywords: *Sharia Compliance, Service Quality, Company Reputation, Customer Satisfaction, Sharia Saving*

©2026 Published by JIBEMA. Selection and/or peer-review under responsibility of JIBEMA

PENDAHULUAN

Sektor perbankan memainkan peran penting dalam memastikan stabilitas ekonomi global (Marchella., 2024). Sebagai Bank berperan sebagai perantara keuangan yang menyalurkan dana dari unit surplus kepada mereka yang membutuhkan. Kebutuhan modal, keberlanjutan dan efektivitas sistem perbankan sangat penting, karna mempengaruhi pertumbuhan ekonomi suatu negara (Kurniasari, D., 2024). Keberadaan Bank Syariah terbesar di Indonesia tampaknya menandakan bahwa sektor perbankan syariah di negara ini akan semakin berkembang, bank ini dikenal dengan nama BSI, Bank Syariah Indonesia, yang mulai beroperasi sejak 1 Februari 2021. Dalam latar belakangnya, bank ini merupakan hasil penggabungan dari tiga bank syariah milik negara, yaitu Mandiri, BNI, dan BRI. Bank Syariah Indonesia (BSI) memperkaya layanannya dengan Ultimate Service, sebuah inovasi dalam layanan digital. Ini adalah langkah positif dalam memberikan pelayanan yang bertujuan untuk membuat pelanggan puas dan setia.

Bank Syariah Indonesia (BSI), yang lahir dari konsolidasi tiga lembaga perbankan syariah milik negara yaitu BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan BNI Syariah, bertekad untuk menyediakan pelayanan finansial yang selaras dengan prinsip-prinsip syariah. Lembaga ini tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi umat, tetapi juga menggalakkan inklusi keuangan melalui transformasi digital layanan. hingga akhir Desember 2023, jumlah nasabah BSI mencapai 19,5 juta, dan meningkat menjadi 20,5 juta pada semester I tahun 2024, menunjukkan pertumbuhan sekitar 10,53% dibandingkan tahun sebelumnya. Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga, serta kegiatan operasional dan produknya.

Bank syariah merupakan institusi keuangan yang mengoperasikan prinsip-prinsip dan nilai-nilai syariah dalam penyediaan produk dan layanan. Pada era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, bank syariah harus mampu memberikan layanan yang berkualitas bagi nasabah. Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Salah satu cara menciptakan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) adalah melalui peningkatan kualitas, karena pelanggan adalah fokus utama ketika mengungkapkan tentang kepuasan dan kualitas jasa.

Salah satu hasil dari integrasi Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah peningkatan kepuasan nasabah rata-rata dari 3.85 sebelum merger menjadi 3.94 setelah merger. Langkah-langkah untuk menggabungkan layanan, pengenalan sistem digital yang lebih baik, dan peningkatan operasional di berbagai bagian organisasi mendukung perubahan ini (Khaira, 2022). Selain itu, kepuasan nasabah meningkat karena upaya BSI untuk menangani masalah awal pasca merger, seperti adaptasi sistem dan manajemen keluhan nasabah (Putri & Warsitasari, 2022). Meskipun peningkatan ini terlihat kecil secara numerik, ini merupakan perubahan yang signifikan dalam industri perbankan karena indeks kepuasan biasanya berubah perlahan. BSI harus terus mengembangkan dan memenuhi kebutuhan klien melalui pengelolaan yang lebih baik dan responsif untuk mempertahankan tren ini.

Beberapa penelitian sebelumnya, seperti oleh Sandi dan Latifah (2023) di BSI KC Jenggolo, Sidoarjo, serta Warsitasari (2022) pasca-merger BSI, telah mengkaji hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah (Warsitasari, 2022). Selain itu, penelitian oleh Nurlaila et al, (2022) menunjukkan bahwa nilai-nilai syariah, kualitas layanan, dan keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun, penelitian ini belum menyelidiki pengaruh gabungan antara kualitas layanan dan penerapan nilai-nilai syariah secara langsung terhadap kepuasan nasabah di BSI Sidoarjo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bank syariah di Indonesia telah berusaha keras untuk memenuhi prinsip-prinsip syariah dan operasional mereka. Undang-undang Nomor 1 Tahun 2008 tentang perbankan syariah menjadi landasan hukum yang kuat bagi implementasi prinsip-prinsip syariah ini. Bank syariah juga berupaya untuk mengembangkan produk-produk inovatif yang tetap mematuhi syariah, menambah daya tarik nasabah (Mokoagow, 2024).

Pengembangan perbankan syariah di kabupaten Sinjai tersebut disadari masih terdapat sejumlah permasalahan yang perlu segera diatasi, baik dalam jangka pendek, menengah, maupun panjang. Belum lengkapnya peraturan dan infrastruktur bagi bank syariah merupakan salah satu permasalahan mendasar yang perlu segera diatasi agar bank syariah dapat beroperasi secara optimal sesuai dengan karakteristiknya. Sejumlah ketentuan yang ada belum sesuai dengan nature of business bank syariah yang tidak mengenal suku bunga dan kegiatan spekulasi serta mengutamakan prinsip kemitraan dan keadilan. Oleh karena itu, perlu adanya pengembangan perbankan syariah dari semua aspek, baik aspek peraturan, fatwa, infrastruktur, dan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat muslim di Indonesia yang besar sehingga menuntut bagi pengelola perbankan syariah untuk meningkatkan kualitas pelayanan keuangan berbasis nilai-nilai syariah.

Di Kabupaten Sinjai tuntutan semacam ini adalah wajar mengingat ekspektasi yang tinggi terhadap perbankan syariah juga dikaitkan dengan keyakinan transenden bahwa sistem inilah yang relevan dengan umat Islam demi mencapai kesejahteraan duniawi dan ukhrawi.

Dari hasil observasi awal yang di lakukan di bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sinjai pada tanggal 12 Januari 2026, di peroleh informasi bahwa BSI merupakan salah satu lembaga perbankan syariah yang resmi berdiri dan beroperasi pada tanggal 23 Agustus 2022, dari hasil observasi yang di dapat terdapat +4.500 nasabah yang aktif dan 150-200 nasabah yang bertransaksi setiap harinya.

Tabel 1. Data profit BSI Kabupaten Sinjai

Keterangan	Data
Jumlah nasabah aktif	± 4.500 orang
Produk tabungan utama	Tabungan Wadiah, Mudharabah
Jumlah pegawai	15 orang
Rata-rata transaksi/hari	150–200 transaksi

Sumber: data diolah (2026)

BSI KCP Sinjai melayani lebih dari 4.500 nasabah aktif dengan fokus pada produk tabungan syariah berbasis akad wadiah dan mudharabah. Tingginya aktivitas transaksi menunjukkan pentingnya kualitas pelayanan dan kepatuhan syariah dalam menjaga kepuasan nasabah (Samsul,2025).

Pada Kabupaten Sinjai, fasilitas dan layanan perbankan dan keuangan syariah masih sangat terbatas, layanan yang diberikan masih bersifat sektoral dan dikhususkan kepada mahasiswa dan seluruh civitas akademik salah satu perguruan tinggi yang berbasis Islam. Sehingga Masyarakat tidak memiliki kesempatan untuk mengakses produk dan layanan yang disediakan oleh perbankan syariah. Ini menjadi salah satu kendala utama yang dihadapi untuk menumbuhkembangkan perbankan syariah di kabupaten Sinjai. Bukan hanya literasi syariah yang kurang oleh masyarakat tetapi ketersediaan produk dan layanan juga sangat susah untuk diakses.

METODE PENELITIAN

Dengan menerapkan metode eksplanatori, studi ini menganalisis hubungan sebab akibat antara variabel mutu layanan dan prinsip syariah serta variabel kepuasan pelanggan. Informasi diperoleh melalui survei yang disebarkan kepada 100 nasabah BSI dengan teknik pengambilan sampel acak. Penelitian proposal ini akan dilaksanakan di BSI KCP Kabupaten Sinjai di jl.Persatuan Raya No.192. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah aktif pengguna produk tabungan syariah pada Bank Syariah Indonesia KCP Sinjai. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Jenis data yang digunakan yaitu data primer yang dikumpulkan menggunakan metode kuesioner. Metode analisis yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda, dengan menggunakan olahan data pada aplikasi SPSS (*Statistical Package For Social Science*).

Hipotesis

H1 : Kepatuhan syariah berpengaruh positif terhadap kepuasan Nasabah

H2 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan Nasabah

H3 : kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah melalui reputasi perusahaan sebagai variabel intervening

H4 : Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah melalui reputasi perusahaan sebagai variabel intervening.

H5 : Pengaruh simultan kepatuhan syariah dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah melalui reputasi perusahaan sebagai variabel intervening

HASIL

Uji Validasi

Table 2. Hasil Uji Validasi data

Variabel	Item	Person correlation	Nilai Minimum	Keterangan
Kepatuhan Syariah (X1)	X1.1	0.719	0.196	Valid
	X1.2	0.723	0.196	Valid
	X1.3	0.706	0.196	Valid
	X1.4	0.702	0.196	Valid
	X1.5	0.758	0.196	Valid
	X1.6	0.670	0.196	Valid
	X1.7	0.682	0.196	Valid
	X1.8	0.679	0.196	Valid
	X1.9	0.734	0.196	Valid
	X1.10	0.650	0.196	Valid
Kualitas Layanan (X2)	X2.1	0.78	0.196	Valid
	X2.2	0.797	0.196	Valid
	X2.3	0.823	0.196	Valid
	X2.4	0.866	0.196	Valid
	X2.5	0.831	0.196	Valid
	X2.6	0.835	0.196	Valid
	X2.7	0.844	0.196	Valid
	X2.8	0.767	0.196	Valid
	X2.9	0.824	0.196	Valid
	X2.10	0.756	0.196	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y1	0.631	0.196	Valid
	Y2	0.561	0.196	Valid
	Y3	0.668	0.196	Valid
	Y4	0.683	0.196	Valid
	Y5	0.668	0.196	Valid
Reputasi Perusahaan (Z)	Z1	0.682	0.196	Valid
	Z2	0.827	0.196	Valid
	Z3	0.899	0.196	Valid
	Z4	0.884	0.196	Valid
	Z5	0.802	0.196	Valid

Sumber: data diolahh (2026)

Berdasarkan uji validasi data seluruh instrument penelitian pada table 4.1 menunjukkan bahwa seluruh butiran pertanyaan pada variable X1, X2, Y dan Z memiliki r hitung > 0,196 sehingga data pada seluruh butir variabel X1, X2, Y dan Z adalah valid. Instrumen ini dapat dilakukan untuk penelitian.

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi konsistensi dan stabilitas kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data dari setiap variabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian berikutnya. Uji reliabilitas sendiri dibatasi oleh fakta bahwa hasil pengukuran variabel tidak selalu sama. Dalam mengukur uji validitas digunakan cronbach's alpha dengan syarat dapat dikatakan reliabel jika cronbach's alpha > nilai variabel atau nilai koefisien alpha > 0,60. (Giovany, 2018).

Tabel 3. Hasil Uji Reabilitas Data

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai batas	Keterangan
Kepatuhan Syariah (X1)	0.885	0.60	Reliabel
Kualitas Layanan (X2)	0.943	0.60	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0.643	0.60	Reliabel
Reputasi Perusahaan (Z)	0.880	0.60	Reliabel

Sumber: data diolahh (2026)

Berdasarkan uji reliabilitas data penelitian pada Tabel 3 menunjukkan variabel kepatuhan syariah (X1) menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,885. Kualitas layanan (X2) menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,943. Variabel kepuasan nasabah (Y) menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,643 dan variabel reputasi perusahaan (Z) menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,880. Dari perolehan tersebut dapat dinyatakan bahwa semua instrumen tersebut reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Uji Kolmogorov-Smirnov adalah cara atau cara melakukan uji normalitas dengan syarat data dianggap berdistribusi normal jika nilai sig > 0,05 begitupun sebaliknya (Ghazali, 2018).

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	8.38185867
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.074
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.070
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.070
	99% Confidence Interval Lower Bound	.063
	Upper Bound	.077

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4 untuk uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dengan pendekatan *Monte Carlo* diperoleh hasil nilai signifikansi sebesar 0,070. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal atau lolos uji normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut Ghazali, (2018) digunakan untuk menguji apakah model regresi menemukan korelasi antara variabel bebas atau variabel independen. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai variance inflation factor (VIF) dan tolerance, dengan ketentuan jika nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0,1 maka tidak terjadi masalah multikolinearitas begitupun sebaliknya.

Tabel 5. Hasil Uji multikolinearitas

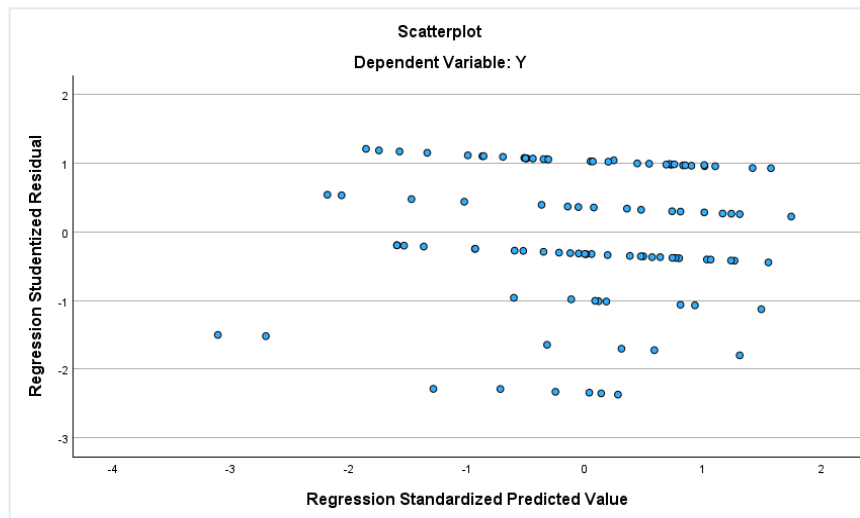
Variabel Independen	Variabel Dependen	Nilai Tolerance	Batas Nilai Tolerance	Nilai VIF	Batas Nilai VIF	Keterangan
Kepatuhan syariah	Kepuasan nasabah	0.970	>0.1	1.031	<10	Ho Diterima
Kualitas layanan	Kepuasan nasabah	0.945	>0.1	1.058	<10	Ho Diterima
Reputasi perusahaan	Kepuasan nasabah	0.949	>0.1	1.054	<10	Ho Diterima

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan table 5 tentang uji multikolinearitas menunjukkan bahwa hasil nilai tolerance tidak kurang dari 0.1 dan nilai VIF tidak lebih dari 10. Dari sini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas pada penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan alat untuk menguji model regresi ketidaksamaan variansi residual dari pengamatan. Salah satu cara untuk menentukan apakah ada heteroskedastisitas adalah dengan melihat pola tertentu pada grafik scatterplot (Ghazali, 2018).



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan uji heteroskedastisitas pada gambar 4.5 dilihat dari sebarannya terlihat bahwa titik-titik baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y bersifat acak dan berdistribusi merata. Kemudian titik-titik tersebut terkumpul di satu tempat dan tidak membentuk pola spesifik. Dari sini dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas yang muncul pada model regresi penelitian ini.

Uji t (parsial)

Uji t adalah uji hipotesis yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Uji t dilakukan dengan kriteria jika nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak begitu juga sebaliknya (Ghazali, 2018).

Tabel 6. Hasil Uji Parsial

Indikator Variabel				
Independen	Dependen	<i>sig</i>	t hitung	t tabel
Kepatuhan syariah	Kepuasan nasabah	0,001	7,386	1,984
Kualitas layanan	Kepuasan nasabah	0,001	4,705	1,984

Sumber: data diolah (2026)

Hasil dari output uji parsial (t) pada Tabel 6 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel X1 terhadap variabel Y

Dari tabel di atas diperoleh t-hitung variabel kepatuhan syariah (X_1) = 7,386 dan t-tabel = 1,984 atau dengan nilai signifikansinya yaitu $0,001 < 0,05$. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, artinya variabel kepatuhan syariah (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Oleh karena itu hipotesis bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dapat diterima.

2. Variabel X2 terhadap variabel Y

Dari tabel di atas diperoleh t-hitung variabel kualitas layanan (X_2) = 4,705 dan t tabel = 1,984 atau dengan nilai signifikansinya yaitu $0,001 < 0,05$. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, artinya variabel kualitas layanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Oleh karena itu, hipotesis bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan nasabah.

Uji F (simultan)

Uji F adalah uji hipotesis yang menentukan apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan. Uji F dilakukan dengan kriteria jika signifikansi $< 0,05$ maka H_o ditolak dan H_a diterima begitu juga sebaliknya (Ghazali, 2018).

Tabel 7. Hasil Uji Simultan

Indikator Variabel				
Independen	Dependen	Sig.	F hitung	F tabel
Kepatuhan syariah, kualitas layanan	Kepuasan nasabah	0,001	144,670	3,09

Sumber: data diolah (2026)

Dari Tabel 7 terlihat nilai F hitung sebesar 144.670 dengan tingkat signifikansi 0,001. Maka F hitung $> F$ tabel yaitu $144,670 > 3,09$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Dari sini dapat disimpulkan bahwa variabel kepatuhan syariah dan kualitas layanan secara bersamaan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah melalui reputasi perusahaan sebagai variabel intervening.

Uji Analisis Jalur

Tabel 8. Hasil Analisis Jalur Persamaan 1

Model	Indikator Variabel		Standardized Coefficients	Sig.
	Independen	Dependen	Beta	
	Kepatuhan	Kepuasan	0.100	0.017

Model	Indikator Variabel		Standardized Coefficients Beta	Sig.
	Independen	Dependen		
1	Syariah	nasabah		
	Kualitas layanan	Kepuasan nasabah	0.189	0.016
2	Kepatuhan Syariah	Kepuasan nasabah	0.012	0.019
	Kualitas Layanan	Kepuasan nasabah	0.050	0.029
	Reputasi perusahaan	Kepuasan nasabah	0.113	0.012

Sumber: data diolah (2026)

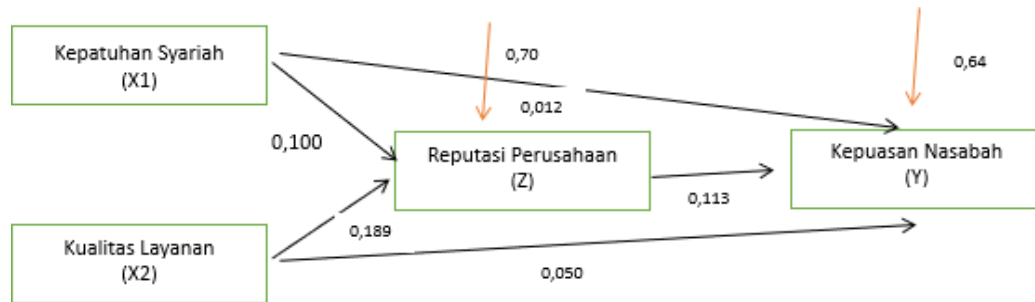
Tabel 9. Hasil Analisis Jalur Persamaan 2

Model	Prediktor	R Square
1	Kepatuhan syariah, Kualitas layanan	0.510
2	Kepatuhan syariah, Kualitas layanan, Reputasi perusahaan	0.580

Sumber: data diolah (2026)

Menghitung jalur model:

1. Mengacu pada output Regresi Model I pada bagian tabel “Coefficients” dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari kedua variabel yaitu $X_1 = 0.017$ lebih kecil dari 0,05, sedangkan variabel $X_2 = 0.016$ lebih kecil dari 0,05. Hasil ini memberikan kesimpulan bahwa Regresi Model I yakni variabel X berpengaruh signifikan terhadap Y. Mengacu pada output Regresi Model 2 pada bagian tabel “Coefficients” dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari kedua variabel yaitu $X_1 = 0.019$ lebih kecil dari 0,05, variabel $X_2 = 0.029$ lebih kecil dari 0,05, sedangkan variabel $Z = 0.012$ lebih kecil dari 0,05. Hasil ini memberikan kesimpulan bahwa Regresi Model 2 yakni variabel X dan Z berpengaruh signifikan terhadap Y,
2. Besarnya nilai R Square yang dapat pada tabel Model Summary adalah sebesar 0,510, hal ini menunjukkan bahwa semangat pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Z adalah sebesar 51% sementara sisanya 49% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Sedangkan besarnya nilai R Square yang dapat pada tabel Model Summary adalah sebesar 0,580, hal ini menunjukkan bahwa semangat pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Z adalah sebesar 58% sementara sisanya 42% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.



Gambar 2. Hasil Output Analisis Jalur

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan gambar 2 dapat dilihat bahwa hasil perolehan yang didapat oleh output analisis jalur ini berasal dari *standardized coefficients beta*, sedangkan untuk nilai 1 dan nilai 2 di dapat dengan rumus yang telah dijabarkan pada menghitung jalur model pertama dan menghitung jalur model kedua.

Pembahasan

Kepatuhan syariah terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan diperoleh nilai signifikan sebesar $0,017 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung variabel Kepatuhan syariah (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Sebagaimana pada penelitian yang pernah dilakukan oleh Kevin (2022) temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kepatuhan syariah dipengaruhi oleh kepuasan nasabah. Sesuai dengan data responden kepatuhan syariah yang diberikan oleh BSI KCP Sinjai sesuai dengan apa yang ditawarkan memiliki pengaruh terbesar.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, terbukti bahwa variabel Kepatuhan Syariah mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pengguna produk tabungan syariah pada BSI KCP Sinjai. Hal ini berarti bahwa semakin baik bank menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam operasional sehari-hari, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa tata kelola syariah yang baik melalui pengawasan Dewan Pengawas Syariah, audit syariah, serta kepatuhan terhadap fatwa DSN-MUI akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah. Dalam konteks perbankan syariah, ketentuan syariah tidak hanya dipandang sebagai peraturan, tetapi juga sebagai identitas utama yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional. Nasabah tidak hanya menilai kualitas produk dan layanan yang diberikan, tetapi juga menilai sejauh mana bank menjalankan operasionalnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Hasil penelitian ini juga mendukung teori bahwa kepatuhan terhadap aturan dan regulasi akan meningkatkan keyakinan pemangku kepentingan terhadap kredibilitas suatu lembaga. Ketika BSI KCP

Sinjai mampu menunjukkan bahwa seluruh produk tabungan yang ditawarkan bebas dari unsur riba, gharar, dan maysir serta telah sesuai dengan ketentuan syariah, maka nasabah akan merasa lebih aman dan nyaman dalam bertransaksi. Rasa aman tersebut kemudian berkembang menjadi kepuasan karena kebutuhan spiritual dan kebutuhan finansial nasabah dapat terpenuhi secara bersamaan.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa penerapan syariah berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa aspek syariah masih menjadi pertimbangan utama masyarakat dalam memilih dan menggunakan layanan perbankan syariah.

Kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan diperoleh nilai signifikan sebesar $0,016 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas layanan (X2) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Sebagaimana seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Elia Agung Kurniawan (2025) temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. sesuai dengan data responden kualitas layanan yang diberikan oleh BSI KCP Sinjai.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan pada BSI KCP Sinjai, pelayanan yang cepat, ramah, profesional, serta kemampuan pegawai dalam memberikan informasi mengenai produk tabungan syariah menjadi faktor penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Nasabah yang mendapatkan pelayanan sesuai harapan cenderung memberikan penilaian positif terhadap bank, sehingga muncul rasa puas terhadap layanan yang diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rijal Arslan pada tahun 2025. Menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah.

Penelitian ini sejalan dengan teori *servqual* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Menurut teori ini, kualitas pelayanan diukur melalui lima dimensi utama, yaitu bukti nyata (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Jika bank dapat memenuhi kelima dimensi tersebut, maka nasabah akan memiliki persepsi positif terhadap layanan yang diterimanya.

Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung *Gap Theory of Service Quality*. Teori ini menjelaskan bahwa kepuasan nasabah muncul ketika layanan yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan nasabah. Sebaliknya, jika terdapat kesenjangan antara harapan dan kenyataan pelayanan yang diterima, maka kepuasan nasabah akan menurun.

Temuan ini juga diperkuat oleh *Expectation-Confirmation Theory*. Teori ini menjelaskan bahwa kepuasan terbentuk ketika kinerja aktual layanan mampu memenuhi ekspektasi nasabah. Dengan kata lain, jika pelayanan yang diberikan oleh BSI KCP Sinjai sesuai dengan harapan nasabah, maka nasabah akan merasa puas dan cenderung mempertahankan hubungan jangka panjang dengan bank.

Kepatuhan syariah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah melalui reputasi perusahaan

Diperoleh nilai signifikan sebesar $0.019 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh positif dan signifikan kepatuhan syariah (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) melalui reputasi perusahaan (Z) sebagai variabel intervening.

Sebagaimana seperti penelitian yang telah dilakukan oleh (Nikmah Dalimunthe,2023) temuan ini menunjukkan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan BSI KCP Sinjai di lihat bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa produk tabungan syariah dan pelayanan yang diberikan oleh BSI KCP Sinjai telah memenuhi harapan mereka. Hasil tersebut menunjukkan bahwa bank mampu memberikan produk yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan, serta ekspektasi nasabah.

Penelitian ini dapat dijelaskan dengan menggunakan *Signaling Theory*. *Signaling Theory* menyatakan bahwa perusahaan akan memberikan sinyal kepada masyarakat tentang kualitas dan kredibilitasnya melalui berbagai aktivitas yang dilakukan. Dalam penelitian ini, penerapan syariah menjadi sinyal positif bahwa bank beroperasi sesuai prinsip Islam dan mengutamakan nilai-nilai keadilan serta amanah.

Ketika nasabah melihat bahwa seluruh aktivitas bank berjalan sesuai syariah, maka akan muncul persepsi positif terhadap bank tersebut. Persepsi positif ini kemudian membentuk reputasi yang baik bagi bank. Reputasi yang baik akan meningkatkan kepercayaan nasabah, sehingga mereka merasa lebih yakin dalam menggunakan produk tabungan syariah yang ditawarkan oleh bank.

Dari sudut pandang *Stakeholder Theory*, reputasi perusahaan terbentuk dari penilaian berbagai pihak terhadap kinerja perusahaan. Semakin baik penerapan syariah yang diterapkan oleh bank, maka semakin baik pula penilaian pemangku kepentingan terhadap bank tersebut. Penilaian positif ini akan memperkuat reputasi perusahaan dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan terhadap nasabah bank yang menerapkan prinsip syariah.

Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah melalui reputasi perusahaan

Diperoleh nilai signifikan sebesar $0.029 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan kualitas layanan (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) melalui reputasi perusahaan (Z) sebagai variabel intervening.

Berdasarkan hasil penelitian pada reputasi perusahaan mayoritas responden menyatakan setuju bahwa BSI KCP Sinjai merupakan bank yang dapat dipercaya dalam mengelola dana nasabah. Tingginya tingkat kepercayaan tersebut menunjukkan bahwa bank mampu menjaga amanah, memberikan rasa aman dalam setiap transaksi, serta menjalankan kegiatan oprasional secara profesional dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Menurut teori pemangku kepentingan, reputasi perusahaan terbentuk dari penilaian berbagai pihak berdasarkan pengalaman mereka dengan perusahaan. Jika BSI KCP Sinjai memberikan pelayanan yang cepat, responsif, ramah, dan profesional, nasabah akan menilai perusahaan secara positif.

Kualitas pelayanan yang baik akan membuat pelanggan puas dan memiliki kepercayaan yang lebih besar terhadap perusahaan. Hal ini karena perusahaan dianggap tidak mampu memberikan layanan yang berkualitas dan konsisten. Akibatnya nasabah merasa puas saat menggunakan produk tabungan syariah.

Penelitian ini juga mendukung teori *signaling* yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah sinyal yang diberikan perusahaan kepada masyarakat tentang kualitas operasionalnya. Semakin baik kualitas pelayanan, semakin kuat sinyal positif yang diterima masyarakat, sehingga reputasi perusahaan meningkat.

Dengan demikian, reputasi perusahaan berperan sebagai variabel intervening yang memperkuat hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, BSI KCP Sinjai harus terus meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan reputasi perusahaan agar kepuasan nasabah tetap terjaga dan meningkat.

Pengaruh simultan kepatuhan syariah dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah melalui reputasi perusahaan sebagai variabel intervening

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepatuhan syariah dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah melalui reputasi perusahaan sebagai variabel intervening. Hal ini di buktikan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepatuhan syariah dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah melalui reputasi perusahaan sebagai variabel

intervening.

Berdasarkan hubungan antar indikator pada keempat variabel menunjukkan adanya keterkaitan yang saling memperkuat. Kepatuhan terhadap prinsip syariah membangun keyakinan bahwa bank beroperasi sesuai dengan nilai-nilai islam, sedangkan keandalan pelayanan menciptakan pengalaman layanan yang profesional dan memuaskan. Kedua faktor tersebut secara bersama-sama meningkatkan kepercayaan masyarakat sebagai indikator utama reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan yang semakin baik kemudian mendorong terpenuhinya harapan nasabah, sehingga pada akhirnya meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan produk tabungan syariah di BSI KCP Sinjai.

Temuan ini mengindikasikan bahwa kepuasan nasabah tidak hanya dipengaruhi secara langsung oleh penerapan kepatuhan syariah dan kualitas pelayanan, tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi nasabah terhadap reputasi perusahaan. Ketika BSI KCP Sinjai mampu menjalankan operasional sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, menyediakan produk yang bebas dari unsur riba, gharar, dan maysir, serta memberikan pelayanan yang cepat, ramah, responsif, dan profesional, maka masyarakat akan memberikan penilaian positif terhadap bank. Penilaian positif tersebut membentuk reputasi perusahaan yang semakin baik sehingga meningkatkan rasa percaya, keyakinan, dan kepuasan nasabah.

Hasil penelitian Selim (2022) menjelaskan bahwa penerapan kepatuhan syariah yang konsisten berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan penelitian terdahulu bahwa reputasi perusahaan merupakan variabel intervening yang mampu memperkuat pengaruh kepatuhan syariah dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan Kepatuhan Syariah berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip Islam secara konsisten dalam operasional perbankan merupakan faktor penting yang menentukan tingkat kepuasan nasabah.

Kualitas layanan memiliki dampak langsung, positif, dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Memberikan layanan yang unggul, mulai dari fasilitas fisik hingga keandalan staf, telah terbukti memenuhi harapan dan memberikan nilai positif kepada nasabah.

Reputasi perusahaan memainkan peran penting dalam memediasi pengaruh kepatuhan Syariah dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Citra positif yang dibangun melalui kepatuhan terhadap hukum Islam dan kualitas layanan yang prima secara tidak langsung memperkuat kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap pengambilan dana pensiunan pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Ratulangi [Skripsi]. Universitas Islam Negeri.
- Ahmed, R. R., & Malik, S. A. (2022). The impact of sharia compliance and service quality on customer satisfaction in Islamic banking: Mediating effect of corporate reputation. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(4), 567–585.
- Ahmed, S., & Mohiuddin, M. (2021). The impact of Islamic Shariah compliance on customer satisfaction in Islamic banking services: Mediating role of service quality. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2020-0346>
- Alshubiri, F., & Al Ani, M. K. (2023). Sharia-compliant financing and contract returns and sustainable investment in Omani Islamic banking. *Economic Change and Restructuring*, 56(4), 2455–2491.
- Apriliani, E. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT BSI KC Semarang [Skripsi]. Universitas Islam Negeri.
- Ardianty, A., Rahmat, B. Z., & Wijaya, T. (n.d.). Analisis pengukuran kualitas pelayanan bank syariah dengan metode fuzzy SERVQUAL dimensi CARTER. *Jurnal Ekonomi Islam*. <http://journal.uhamka.ac.id/index.php/jei>
- Butt, M. A. (2022). Financial risks and performance of conventional and Islamic banks: Do reputational risk matters? *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(4), 581–595. <https://doi.org/10.1108/JIABR-10-2020-0336>
- Eriani, C., Romadhani, B., & Fir. (2025). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi di bank syariah (BTN Syariah). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*.
- Fathudin, Muhajir, & Inayah, A. U. (2021). Faktor pelayanan, promosi dan reputasi terhadap minat nasabah menggunakan produk tabungan haji pada BRI Syariah KCP Magelang. *Al-Bayan: Hukum dan Ekonomi Islam*, 2(2).
- Fikri, H., Anam, C., Miskal, Hazrin, & Romadhani. (2026). Analisis kepatuhan syariah dalam transaksi perbankan syariah. *Jurnal Perbankan Syariah*.
- Gajewska, T., Zimon, D., Kaczor, G., & Madzik, P. (2020). The impact of customer satisfaction on service quality in e-commerce. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 69(4), 666–684. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-01-2019-0016>
- Giovany. (2018). Ragam model penelitian dan pengolahannya dengan SPSS (1st ed.). Andi.
- Hasny Delaila Siregar, dkk. (2024). Analisis uji hipotesis penelitian perbandingan menggunakan statistik parametrik. *Al-Ittihadu: Jurnal Pendidikan*, 3(1). <https://jurnal.asrypersadaquality.com/index.php/alittihadu>
- Hsu, C.-C., Chen, S.-H., & Feng, X.-C. (2024). Analisis kualitas produk dan kepuasan pelanggan: Studi kasus industri suku cadang otomotif. *International Journal of Finance, Accounting, and Management*, 6(2), 245–259. <https://doi.org/10.35912/ijfam.v6i2.2153>
- Melani, A., dkk. (2022). Analisis kualitas layanan dan kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>

- Nurjanna, A., Junaidi, H., & Maulana, C. Z. (2023). Pengaruh shariah compliance dan spiritual marketing terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening [Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang].
- Robanid, D. Q., dkk. (2024). The literature review of service quality on customer satisfaction in Indonesian banks. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(6). <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i6.1440>
- Setiawan, D. & Mukadar, A. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 8(1).
- Simatupang, B. (2022). Aspek yuridis UU No. 10 Tahun 1998 terhadap peranan perbankan dalam meningkatkan perekonomian Indonesia berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.
- Sopingi, I., & Syifaurrohman, A. (2025). Sharia compliance, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah BPRS Lantabur Tebuireng. *JIES: Journal of Islamic Economics Studies*, 6(1), 51–66. <https://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/jies>