

ANALISIS ISLAMIC SERVICE QUALITY DALAM PENINGKATAN LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH

Dwi Meilindri

Universitas Ahmad Dahlan

2200032012@webmail.uad.ac.id

Yuliana Banung Agarini

Universitas Ahmad Dahlan

2200032040@webmail.uad.ac.id

Hilma Fanniar Rohman

Universitas Ahmad Dahlan

hilma@pbs.uad.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the influence of Islamic Service Quality (ISQ) on customer loyalty in Islamic banks, particularly in the Special Region of Yogyakarta (DIY), Indonesia. The ISQ concept emphasizes the application of Sharia values such as honesty, fairness, sincerity, professionalism, and trust in every aspect of service delivery. Customer loyalty serves as a crucial long-term success indicator for Islamic banks, reflecting the emotional attachment and commitment of customers to continue using the offered products and services. This study employs a qualitative approach using library research methods by reviewing relevant literature, scientific journals, and official documents. The findings indicate that ISQ has a significant impact on customer loyalty, with trust and professionalism identified as the most dominant dimensions. Strategies to strengthen customer loyalty include improving Sharia-based service quality, providing continuous employee training, innovating products, and implementing promotional strategies aligned with Islamic values. This study recommends that Islamic banks consistently reinforce

the application of Sharia principles in their services to maintain customer trust and loyalty, especially in regions with high religious awareness such as Yogyakarta.

Keyword: Islamic Service Quality, Increasing Loyalty, and Islamic Banking

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Islamic Service Quality (ISQ) terhadap loyalitas nasabah bank syariah, khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Konsep ISQ menekankan penerapan nilai-nilai syariah seperti kejujuran, keadilan, ketulusan, profesionalisme, dan kepercayaan dalam setiap aspek pelayanan. Loyalitas nasabah menjadi indikator keberhasilan jangka panjang bank syariah karena mencerminkan keterikatan emosional dan komitmen nasabah untuk tetap menggunakan produk dan layanan yang ditawarkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka (library research) dengan mengkaji literatur, jurnal ilmiah, dan dokumen resmi yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ISQ berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, dengan dimensi kepercayaan dan profesionalisme sebagai faktor yang paling dominan. Peningkatan kualitas layanan berbasis syariah, pelatihan karyawan, inovasi produk, dan strategi promosi yang sesuai nilai Islam menjadi strategi utama untuk memperkuat loyalitas nasabah. Penelitian ini merekomendasikan agar bank syariah terus memperkuat implementasi nilai-nilai syariah dalam layanan untuk menjaga kepercayaan dan kesetiaan nasabah, terutama di wilayah dengan tingkat religiusitas tinggi seperti DIY

Kata Kunci: Islamic Service Quality, Peningkatan Loyalitas, dan Bank Syariah

Pendahuluan

Sektor perbankan di Indonesia memainkan peran vital dalam mendukung pertumbuhan dan stabilitas ekonomi nasional. Melalui fungsi intermediasi keuangan, perbankan menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya dalam bentuk kredit kepada sektor-sektor produktif, seperti usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta proyek infrastruktur. Hal ini membantu meningkatkan investasi dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Selain itu, perbankan juga berperan dalam mendukung kebijakan fiskal dan moneter pemerintah, seperti

pembelian surat berharga negara untuk pembiayaan pembangunan. Perkembangan teknologi digital juga telah mendorong perbankan untuk meningkatkan akses dan layanan kepada masyarakat melalui digitalisasi layanan keuangan (Fauzela, 2023)

Dalam beberapa tahun terakhir, terdapat peningkatan kesadaran masyarakat Indonesia terhadap pentingnya menjalankan aktivitas keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Hal ini mendorong permintaan yang signifikan terhadap produk dan layanan perbankan syariah yang bebas dari unsur riba dan praktik keuangan yang tidak adil. Bank syariah diharapkan dapat berinovasi dalam memahami kebutuhan, keinginan, dan perilaku nasabah agar mereka percaya dan loyal menjadi nasabah pengguna (Muarif & Wakhrodi, 2024).

Meskipun bank syariah menunjukkan pertumbuhan yang positif, mereka menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Persaingan yang semakin ketat dengan bank konvensional menuntut bank syariah untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan memenuhi ekspektasi nasabah. Nasabah memiliki banyak pilihan, sehingga bank syariah harus memastikan bahwa layanan yang diberikan tidak hanya memenuhi standar syariah tetapi juga unggul dalam hal kenyamanan dan efisiensi (Rakhima Salsabila et al., 2023).

Untuk bersaing dengan bank konvensional, bank syariah harus fokus pada peningkatan kualitas layanan dan kepuasan nasabah. Kualitas layanan yang baik mencakup keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik. Selain itu, kepuasan nasabah dipengaruhi oleh perilaku sopan karyawan, waktu penyampaian yang tepat, dan keramah-tamahan. Penelitian menunjukkan bahwa promosi yang efektif juga berperan penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Dengan demikian, bank syariah perlu mengembangkan strategi promosi yang menarik dan sesuai dengan nilai-nilai syariah untuk menarik dan mempertahankan nasabah (Rohwiyati et al., 2024).

Loyalitas nasabah merupakan indikator penting dalam keberhasilan jangka panjang bank syariah (Purnama et al., 2024). Nasabah yang loyal cenderung melakukan transaksi berulang, merekomendasikan bank kepada orang lain, dan lebih tahan terhadap penawaran dari pesaing. Loyalitas nasabah dapat memberikan efek positif terhadap keberhasilan perbankan syariah dalam jangka panjang. Oleh karena itu, bank syariah harus terus berupaya meningkatkan

kualitas layanan, kepuasan nasabah, dan strategi promosi untuk membangun dan mempertahankan loyalitas nasabah (Sebariani et al., 2023).

Layanan dalam perbankan syariah tidak hanya menekankan efisiensi operasional, tetapi juga harus selaras dengan prinsip-prinsip Islam. Hal ini mencakup penerapan nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, ketulusan, profesionalisme, dan kepercayaan dalam setiap aspek layanan. Dimensi-dimensi ini dikenal sebagai *Islamic Service Quality* (ISQ), yang menjadi landasan dalam membangun hubungan yang kuat antara bank syariah dan nasabahnya (Wardani & Sukardi, 2023).

Kejujuran dan keadilan memastikan bahwa semua transaksi dilakukan secara transparan dan adil, sesuai dengan hukum syariah. Ketulusan mencerminkan niat baik dan pelayanan yang tulus dari pihak bank kepada nasabah. Profesionalisme menunjukkan kompetensi dan keahlian staf bank dalam memberikan layanan yang berkualitas. Sementara itu, kepercayaan dibangun melalui konsistensi dalam memenuhi janji dan komitmen kepada nasabah. Penerapan dimensi-dimensi ISQ ini secara konsisten dapat meningkatkan persepsi positif nasabah terhadap bank syariah (Fatmawati et al., 2024).

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dikenal sebagai kota pelajar dengan tingkat kesadaran religius yang tinggi. Hal ini menjadikan DIY sebagai wilayah strategis bagi pengembangan perbankan syariah. Keberadaan berbagai bank syariah di DIY menciptakan kompetisi yang ketat dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Bank-bank syariah di wilayah ini berlomba-lomba meningkatkan kualitas layanan dan inovasi produk untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin selektif dan sadar akan nilai-nilai keislaman (Khasanah et al., 2022).

Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam terkait pengaruh ISQ terhadap loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, tergantung pada konteks dan lokasi penelitian. Hal ini menunjukkan adanya inkonsistensi dalam temuan penelitian terkait *Islamic Service Quality*. Mengingat inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya, penting untuk mengkaji kembali pengaruh ISQ terhadap loyalitas nasabah, khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang memiliki karakteristik unik sebagai kota pelajar dengan kesadaran religius yang tinggi. Penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana ISQ memengaruhi loyalitas nasabah dalam konteks lokal DIY (Rika Widianita, 2023).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan dalam satu pertanyaan utama, yaitu bagaimana pengaruh Islamic Service Quality (ISQ) dan dimensi-dimensinya terhadap loyalitas nasabah serta strategi yang diterapkan oleh bank syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta dalam meningkatkan loyalitas nasabah melalui penerapan ISQ.

Landasan Teori

1. Islamic Service Quality (ISQ)

Islamic Service Quality (ISQ) merupakan konsep kualitas layanan yang dirancang dengan mengedepankan nilai-nilai dan prinsip syariah sebagai dasar dalam setiap aspek pelayanan perbankan (Wahyoedi et al., 2021). Berbeda dengan pendekatan konvensional, ISQ tidak hanya menekankan pada kepuasan pelanggan dari sisi teknis, tetapi juga mempertimbangkan aspek etika dan spiritual dalam interaksi antara bank dan nasabah. Dalam implementasinya, ISQ mencerminkan komitmen bank syariah untuk memberikan layanan yang sesuai dengan ajaran Islam, termasuk dalam hal kejujuran, tanggung jawab, dan perlakuan yang adil terhadap nasabah (Muammar Khaddafi et al., 2024).

Dimensi utama dalam ISQ meliputi lima nilai fundamental, yaitu kejujuran, keadilan, ketulusan, profesionalisme, dan kepercayaan. Kelima unsur ini menjadi karakteristik khas yang membedakan layanan bank syariah dari bank konvensional (K et al., 2023). Tidak hanya berfungsi sebagai indikator kualitas layanan, dimensi tersebut juga berperan penting dalam membangun kepercayaan jangka panjang dan loyalitas nasabah. Nilai-nilai tersebut menegaskan bahwa hubungan antara bank syariah dan nasabah tidak semata-mata bersifat transaksional, melainkan juga dilandasi oleh ikatan moral dan spiritual yang kuat (Muarif & Wakhrodi, 2024).

2. Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah merupakan bentuk komitmen jangka panjang dari nasabah untuk tetap menggunakan produk dan layanan yang ditawarkan oleh suatu bank, meskipun terdapat banyak pilihan lembaga keuangan lain di pasar. Loyalitas ini tercermin melalui berbagai perilaku positif, seperti melakukan pembelian atau transaksi ulang secara konsisten, memberikan rekomendasi kepada orang lain, serta tetap bertahan meskipun

mendapatkan penawaran menarik dari bank pesaing (Chasanah, 2023). Dengan kata lain, nasabah yang loyal tidak hanya sekadar puas, tetapi juga memiliki keterikatan emosional dan kepercayaan yang tinggi terhadap bank tersebut.

Dalam konteks perbankan syariah, loyalitas nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas layanan semata, tetapi juga oleh seberapa besar nasabah mempersepsikan bahwa bank benar-benar menjalankan prinsip-prinsip syariah secara konsisten. Kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam, seperti keadilan, transparansi, dan kejujuran, menjadi faktor penting yang membentuk kepercayaan nasabah. Semakin tinggi persepsi positif terhadap kepatuhan syariah dan pelayanan yang diberikan, maka semakin besar pula kemungkinan nasabah untuk terus setia dan tidak berpindah ke lembaga keuangan lain (Suminto & Maharani, 2020)

3. Hubungan Islamic Service Quality dan Loyalitas Nasabah

Hubungan antara Islamic Service Quality (ISQ) dan loyalitas nasabah telah menjadi fokus berbagai penelitian dalam konteks perbankan syariah. Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan ISQ secara konsisten mampu meningkatkan tingkat kepuasan nasabah, yang pada gilirannya berkontribusi terhadap terciptanya loyalitas (Fatimah, 2024). Loyalitas bisa terbentuk karena kepuasan pelanggan, komitmen pelanggan, terdapat nilai lebih pada barang tersebut, kualitas produk dan layanan, faktor operasional, peningkatan daya saing perusahaan, kemudahan serta biaya yang ditawarkan. Ketika nasabah merasa bahwa layanan yang mereka terima tidak hanya profesional, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai syariah seperti kejujuran, keadilan, dan ketulusan, maka mereka cenderung membentuk keterikatan emosional yang kuat terhadap bank. Loyalitas yang terbentuk bukan semata-mata didasarkan pada aspek fungsional layanan, tetapi juga pada nilai-nilai spiritual dan etika yang dirasakan sesuai dengan keyakinan mereka (Baihaki et al., 2023).

Namun demikian, sejumlah penelitian juga mengungkapkan bahwa pengaruh ISQ terhadap loyalitas nasabah tidak bersifat mutlak dan dapat berbeda-beda tergantung pada latar belakang nasabah, persepsi individu, serta konteks sosial dan budaya tempat bank beroperasi. Misalnya, nasabah yang memiliki tingkat religiusitas tinggi mungkin lebih sensitif terhadap dimensi syariah dalam layanan, sementara nasabah lainnya lebih

menitikberatkan pada aspek kenyamanan atau kecepatan layanan. Dengan demikian, efektivitas penerapan ISQ dalam membangun loyalitas sangat bergantung pada pemahaman bank terhadap karakteristik dan kebutuhan spesifik nasabahnya (Jauhariyah & Setiawaty, 2023)

Oleh karena itu, untuk memastikan bahwa ISQ benar-benar berdampak positif terhadap loyalitas, bank syariah perlu mengembangkan strategi layanan yang tidak hanya berstandar syariah, tetapi juga relevan dengan segmen pasar yang dilayaninya. Seperti menciptakan suasana kantor modern, ramah, dan nyaman yang tidak hanya untuk nasabah muslim, tetapi juga untuk non-Muslim dengan tetap mencerminkan identitas syariah secara elegan. Melakukan pendekatan personalisasi dan pemetaan kebutuhan nasabah menjadi kunci untuk meningkatkan efektivitas ISQ dalam memperkuat loyalitas nasabah secara menyeluruh. (Putra & Herianingrum, 2014).

Metode

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research). Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran berbagai referensi yang relevan, termasuk jurnal ilmiah, buku akademik, hasil penelitian terdahulu, serta dokumen resmi yang berkaitan dengan konsep Islamic Service Quality dan loyalitas nasabah pada bank syariah, khususnya yang beroperasi di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).

Hasil dan Pembahasan

1. Pengaruh ISQ terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil kajian literatur, Islamic Service Quality (ISQ) terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di bank syariah. Dua dimensi utama, yaitu kejujuran dan keadilan, menjadi landasan penting dalam membangun rasa percaya nasabah terhadap lembaga keuangan syariah. Ketika nasabah meyakini bahwa mereka diperlakukan secara adil dan jujur sesuai prinsip Islam, maka hubungan yang terjalin menjadi lebih kuat dan berkelanjutan. Kepercayaan ini menjadi pondasi utama yang mendorong kesetiaan nasabah untuk terus menggunakan produk dan layanan bank syariah (Auliana et al., 2022).

Selain kejujuran dan keadilan, aspek profesionalisme dan ketulusan dalam memberikan pelayanan juga berperan besar dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Pelayanan yang dilakukan secara tulus, ramah, dan kompeten menciptakan pengalaman positif yang berkesan bagi nasabah. Kepuasan inilah yang kemudian menjadi faktor pendorong terbentuknya loyalitas jangka panjang. Dengan demikian, penerapan ISQ secara menyeluruh tidak hanya meningkatkan kualitas interaksi antara bank dan nasabah, tetapi juga memperkuat komitmen nasabah untuk tetap setia pada bank syariah yang mereka percayai (Muarif & Wakhrodi, 2024).

2. Dimensi ISQ yang paling Berperan

Dalam berbagai kajian literatur, kepercayaan dan profesionalisme diidentifikasi sebagai dua dimensi Islamic Service Quality (ISQ) yang paling berpengaruh dalam membentuk loyalitas nasabah bank syariah. Kepercayaan merupakan hasil dari sikap konsisten bank dalam menepati janji, menjalankan komitmen, dan menjaga integritas dalam setiap transaksi dan pelayanan. Ketika nasabah merasa yakin bahwa bank selalu bertindak sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan dapat diandalkan dalam memenuhi harapan mereka, maka akan tumbuh rasa aman dan percaya yang mendalam. Kepercayaan ini menjadi dasar emosional yang kuat bagi nasabah untuk terus menjalin hubungan jangka panjang dengan bank (Rohwiyati et al., 2024).

Di sisi lain, profesionalisme dalam pelayanan juga memainkan peran penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Profesionalisme tercermin dari kemampuan staf bank dalam melayani secara efisien, ramah, sopan, serta memahami kebutuhan nasabah dengan baik. Kompetensi dan sikap yang ditunjukkan oleh petugas bank sangat memengaruhi persepsi nasabah terhadap kualitas layanan. Ketika pelayanan diberikan secara konsisten dan berkualitas tinggi, nasabah merasa dihargai dan diperlakukan secara manusiawi, yang mendorong mereka untuk tetap setia dan tidak berpindah ke lembaga keuangan lain. Oleh karena itu, kombinasi antara kepercayaan dan profesionalisme menjadi kunci dalam memperkuat loyalitas nasabah di lingkungan perbankan syariah (Mutmainnah, 2023).

Tabel 1.1 Dimensi ISQ yang Paling Berperan Dalam Membangun Loyalitas Nasabah

Dimensi ISQ	Penjelasan	Peran dalam Membangun Loyalitas Nasabah
Kepercayaan	Terbangun melalui konsistensi bank dalam menepati janji, menjalankan komitmen, serta menjaga integritas sesuai prinsip-prinsip syariah.	Menumbuhkan rasa aman dan keyakinan nasabah terhadap bank, sehingga memperkuat hubungan jangka panjang.
Profesionalisme	Ditunjukkan melalui kompetensi, keramahan, efisiensi, dan kesopanan staf dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dan memahami kebutuhan nasabah.	Meningkatkan kepuasan nasabah dan membuat mereka merasa dihargai, yang mendorong kesetiaan dan keengganan berpindah bank.

Sumber : Diolah Peneliti 2025

3. Strategi Peningkatan Loyalitas Nasabah

Untuk meningkatkan loyalitas nasabah, bank syariah perlu menerapkan strategi yang berfokus pada penguatan kualitas layanan yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Peningkatan kualitas layanan dapat dilakukan secara konsisten dengan menanamkan prinsip-prinsip syariah dalam setiap proses pelayanan, seperti kejujuran, keadilan, dan transparansi. Hal ini akan menciptakan rasa percaya dan kepuasan nasabah karena mereka merasa dilayani tidak hanya secara profesional, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai yang mereka anut. Selain itu, pemberian pelatihan berkala kepada karyawan menjadi langkah penting agar mereka memahami prinsip syariah dan mampu menerapkannya dalam interaksi sehari-hari dengan nasabah.

Di samping peningkatan layanan, inovasi produk dan promosi yang sesuai dengan karakteristik nasabah juga menjadi strategi efektif. Bank syariah perlu terus mengembangkan produk dan layanan yang relevan dengan kebutuhan dan preferensi nasabah, misalnya dalam bentuk digital banking yang tetap berprinsip syariah. Promosi pun harus dilakukan secara etis dan mencerminkan nilai-nilai Islam agar tidak hanya menarik secara komersial, tetapi juga membangun citra positif bank di mata masyarakat. Dengan strategi yang menyeluruh dan berorientasi pada nilai syariah, bank syariah dapat menciptakan loyalitas nasabah yang kuat dan berkelanjutan (Rohwiyati et al., 2024).

Tabel 1.2 Strategi Peningkatan Loyalitas Nasabah

Strategi Peningkatan Loyalitas Nasabah	Deskripsi	Sumber Referensi
Meningkatkan kualitas layanan berbasis nilai-nilai syariah secara konsisten	Memberikan layanan yang sesuai dengan prinsip Islam seperti kejujuran, keadilan, dan ketulusan secara berkelanjutan untuk membangun kepercayaan nasabah.	
Memberikan pelatihan kepada karyawan agar lebih profesional dan memahami prinsip-prinsip syariah	Melakukan pelatihan berkala agar staf mampu memberikan layanan yang profesional dan sesuai etika syariah, meningkatkan kepuasan nasabah.	
Mengembangkan inovasi produk dan	Merancang produk dan layanan baru yang tetap	

layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah	mematuhi prinsip syariah dan memenuhi kebutuhan nasabah, seperti pembiayaan rumah syariah, investasi halal.	
Melakukan promosi yang efektif dan sesuai dengan nilai-nilai Islam	Melakukan edukasi, sosialisasi, dan promosi produk secara berkelanjutan yang menekankan keadilan, transparansi, dan larangan riba agar nasabah lebih percaya dan loyal.	

Sumber: Diolah Peneliti 2025

4. Konteks DIY sebagai Wilayah Penelitian

Karakteristik masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang dikenal religius serta memiliki tingkat kepedulian tinggi terhadap nilai-nilai keislaman memberikan tantangan tersendiri bagi bank syariah. Masyarakat di wilayah ini cenderung kritis dalam menilai sejauh mana lembaga keuangan benar-benar menjalankan prinsip syariah secara konsisten, baik dalam produk, layanan, maupun operasionalnya. Oleh karena itu, bank syariah tidak dapat hanya mengandalkan label “syariah” semata, melainkan harus mampu membuktikan komitmennya secara nyata melalui praktik pelayanan yang sesuai dengan ajaran Islam (Rika Widianita, 2023).

Namun, karakteristik tersebut juga menjadi peluang strategis bagi bank syariah untuk memperkuat posisinya melalui peningkatan kualitas layanan berbasis nilai-nilai syariah (ISQ). Dengan menerapkan ISQ secara menyeluruh dan konsisten, bank syariah dapat membangun kepercayaan yang lebih dalam di kalangan masyarakat DIY. Kepekaan

masyarakat terhadap nilai-nilai agama dapat diarahkan menjadi kekuatan untuk menciptakan loyalitas nasabah yang tinggi, asalkan bank mampu menunjukkan integritas, profesionalisme, serta kepatuhan syariah dalam setiap aspek pelayanannya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil studi pustaka, dapat disimpulkan bahwa Islamic Service Quality (ISQ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Di antara berbagai dimensi ISQ, kepercayaan dan profesionalisme terbukti sebagai faktor yang paling menentukan dalam membentuk loyalitas nasabah. Oleh karena itu, bank syariah dituntut untuk senantiasa meningkatkan mutu layanan yang berlandaskan nilai-nilai Islam, memberikan pelatihan berkelanjutan kepada karyawan, serta menghadirkan inovasi produk dan strategi promosi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah guna mempertahankan loyalitas di tengah kompetisi industri yang semakin dinamis. Penelitian ini mendukung hasil studi sebelumnya dan memberikan masukan praktis bagi bank syariah agar menjadikan peningkatan ISQ sebagai prioritas utama dalam strategi pengelolaan hubungan nasabah. Hal ini menjadi sangat relevan, khususnya di daerah dengan karakteristik masyarakat yang religius seperti Yogyakarta, di mana konsistensi penerapan nilai-nilai syariah menjadi kunci dalam menjaga kepercayaan dan kesetiaan nasabah.

REFERENCE

- Auliana, Sissah, Sri Rahmah, & Nurfitri Marthaliah. (2022). Pengaruh Islamic Banking Service Quality dan Brand Islam terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Indonesia. *Islamic Economics and Finance Journal*, 2(2), 128–139. <https://doi.org/10.55657/iefj.v2i2.94>
- Baihaki, F. R., Rahma, T. I. F., & Nasution, J. (2023). Pengaruh Islamic Branding Dan Islamic Service Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Indonesia Dengan Customers Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 4(1), 1528–1544.
- Chasanah, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komitmen, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(8), 4022–4043.
- Fatimah, S. (2024). Pengaruh Service Quality, E-Trust Dan Transformasi Digital Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk BSI Mobile: Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(1), 378–381. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i1.3952>
- Fatmawati, I., Irianda, A. G., & Abilawa, A. (2024). The Influence of Islamic Service Quality, Emotional Attachment, and Religiosity on Satisfaction for Loyalty in the Context of Sharia Banking. *E3S Web of Conferences*, 571. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202457102005>
- Fauzela, D. S. (2023). Peranan Perbankan Dalam Menghadapi Pengaruh Globalisasi Ekonomi. *Inovasi Pembangunan : Jurnal Kelitbangan*, 11(03), 291–306. <https://doi.org/10.35450/jip.v11i03.154>
- Jauhariyah, N. A., & Setiawaty, U. A. (2023). Pengaruh Pelayanan Islami Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Bsi Di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Istiqro*, 9(2), 198–205. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v9i2.2443>
- Khasanah, M., SR HS, M., & Sutrisno. (2022). Linking Sharia Bank Corporate Image and Customer Trust with Customer Switching Intention: The Mediating Role of Customer

- Loyalty. *Journal of Islamic Economic and Business Research*, 2(2), 220–234.
<https://doi.org/10.18196/jiebr.v2i2.81>
- Muammar Khaddafi, Rizki Zaskiyah Daulay, Ira Wahyuni, Elke Dwi Soraya, Zuhra Quratul Aini, & Faraisha Syahryanna. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Akuntansi Syariah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Syariah. *SANTRI : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(6), 94–103. <https://doi.org/10.61132/santri.v2i6.1005>
- Muarif, A. D., & Wakhrodi, W. (2024). Minat Masyarakat Muslim terhadap Jasa Bank Syariah Perspektif Bank Syariah dan Perilaku Masyarakat. *Journal Of Indonesia Sharia Economics*, 3(September), 109–124.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35878/jjiose.v3i2.1307> e-ISSN: 2829-1719, ISSN: 2962-3812
- Mutmainnah, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 782–793. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2917>
- Purnama, C., Rahmah, Z. Z., Fatmah, D., Rahmah, M., Hasani, S., Rahmah, Y., Yuliani, Y., & Mutfarida, B. (2024). Investigasi Peran Temporal Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada Bank Syariah Indonesia. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(2), 390–400. <https://doi.org/10.36985/qa4k6692>
- Putra, R. P., & Herianingrum, S. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jestt*, 1(9), 622–635.
- Rakhima Salsabila, N., Hidayatullah, A. D., & Hussin, N. S. (2023). Bank Syariah Sebagai Alternatif Pembiayaan Untuk Meningkatkan Ekonomi Umat. *Ekonomi Islam*, 14(1), 96–114. <https://doi.org/10.22236/jei.v14i1.9144>
- Rika Widianita, D. (2023). Pengaruh Islamic Service Quality Dan Islamic Branding Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. In *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam: Vol. VIII* (Issue I).

- Rohwiyati, Sulistya, Danarwati, Y. S., & Supheni, I. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 2(1), 35–41. <https://doi.org/10.59330/jmd.v2i1.35>
- Sebariani, N., Ningsih, I., & Khoiruddin, A. Y. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Factors Affecting Customer Loyalty At Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Syarikah*, 9(2), 197–208.
- Suminto, A., & Maharani, S. (2020). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Islamic Banking Service Quality dan Corporate Image terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Ponorogo. *El Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, 3(1), 51–79. <https://doi.org/10.21154/elbarka.v3i1.2013>
- Wardani, R. A., & Sukardi, B. (2023). Constituting Islamic Service Quality and Islamic Customer Relationship Management Through Customer Loyalty and Satisfaction Indonesian's Islamic Bank Practise. *INASJIF Indonesian Scientific Journal of Islamic Finance*, 2(1), 11–32.