

Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Binjai dalam Perspektif Ekonomi Islam

Rio Herda Warda Sitepu¹, Elida Elfi Barus²

^{1,2}Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai

rioherdawardasitepu@insan.ac.id, elidaelfibarus@insan.ac.id

ABSTRACT

*This study analyzes the influence of e-service quality and e-trust on customer loyalty at PT Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Binjai through the lens of Islamic Economics. The research background is triggered by the dynamics of Islamic banking digitalization and the cyber system disruption in May 2023 that tested the resilience of customer trust. The research method used is quantitative with an associative approach. Data were collected via questionnaires from 100 active BSI KCP Binjai customers selected using purposive sampling. Data analysis was performed with multiple linear regression and classical assumption tests. The results indicate that e-service quality and e-trust have a positive and significant effect on customer loyalty, both partially and simultaneously. In an Islamic Economics perspective, digital service quality is an embodiment of *ihsan* and *itqan*, while trust is the implementation of *amanah* values. The study concludes that technological infrastructure stability and moral integrity are vital for maintaining customer loyalty in the digital era.*

Keywords: *E-Service Quality, E-Trust, Customer Loyalty, Bank Syariah Indonesia, Islamic Economics.*

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Binjai melalui lensa Ekonomi Islam. Latar belakang penelitian dipicu oleh dinamika digitalisasi perbankan syariah dan insiden gangguan sistem siber pada Mei 2023 yang menguji ketahanan kepercayaan nasabah. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner dari 100 responden nasabah aktif BSI KCP Binjai yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* dan *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, baik secara parsial maupun simultan. Dalam perspektif Ekonomi Islam, kualitas layanan digital merupakan wujud *ihsan* dan *itqan*, sedangkan kepercayaan adalah implementasi nilai *amanah*. Simpulan penelitian menekankan pentingnya stabilitas infrastruktur teknologi dan integritas moral dalam menjaga loyalitas nasabah di era digital.

Kata Kunci: *E-Service Quality, E-Trust, Loyalitas Nasabah, Bank Syariah Indonesia, Ekonomi Islam.*

PENDAHULUAN

Perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia telah memasuki fase transformasi digital yang sangat masif, sejalan dengan visi negara untuk menjadi

pusat ekonomi syariah dunia. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi pasar yang luar biasa bagi perbankan syariah.¹ Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, lembaga ini diamanahkan untuk menjalankan fungsi intermediasi berdasarkan prinsip syariah yang mengedepankan keadilan, keseimbangan, kemaslahatan, dan universalisme.¹ Momentum terbesar dalam sejarah perbankan syariah nasional terjadi pada 1 Februari 2021, ketika tiga bank syariah milik negara (Mandiri Syariah, BNI Syariah, dan BRI Syariah) melakukan merger menjadi PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI).

Entitas hasil merger ini tidak hanya membawa modal besar dan aset yang kuat, tetapi juga tantangan integrasi teknologi yang kompleks. BSI dituntut untuk menyediakan platform layanan digital yang mampu bersaing dengan bank konvensional raksasa.⁴ Layanan BSI Mobile hadir sebagai solusi digital untuk memudahkan nasabah melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja, mencakup fitur mulai dari pembukaan rekening online, transfer, hingga pembayaran zakat dan wakaf.⁵ Namun, dalam perjalanannya, kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) ini menjadi sorotan utama, terutama terkait stabilitas sistem dan pengalaman pengguna.

Fenomena yang menjadi titik balik krusial dalam hubungan antara BSI dan nasabahnya adalah gangguan sistem layanan digital yang terjadi pada bulan Mei 2023. Insiden yang diduga disebabkan oleh serangan siber *ransomware* dari kelompok LockBit 3.0 menyebabkan seluruh layanan, termasuk BSI Mobile dan ATM, lumpuh selama beberapa hari di seluruh Indonesia.⁸ Gangguan sistemik ini memicu gelombang ketidakpuasan nasabah yang masif, tercermin dari ribuan keluhan di media sosial dan penurunan *rating* aplikasi di Play Store yang sempat menyentuh angka 3.7 dari 5 bintang. Di wilayah Sumatera Utara, khususnya bagi nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Binjai, insiden ini menimbulkan keraguan terhadap keandalan keamanan data dan dana mereka.⁸

Kesenjangan penelitian (*gap analysis*) ditemukan pada beberapa aspek. Pertama, meskipun penelitian mengenai *e-service quality* dan loyalitas sudah banyak dilakukan pada bank konvensional, penelitian yang mengaitkannya dengan perspektif Ekonomi Islam secara mendalam di tingkat kantor cabang pembantu (KCP) masih terbatas. Kedua, terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu; beberapa studi menyebutkan bahwa kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas, sementara studi lain menemukan bahwa pengaruh tersebut harus dimediasi oleh kepuasan atau kepercayaan.¹³ Ketiga, dimensi "kepercayaan" dalam bank syariah memiliki nilai unik yang disebut *Amanah*, yang belum banyak dikaji secara empiris dalam konteks kegagalan sistem digital pasca-merger.

Penelitian ini memfokuskan analisis pada nasabah BSI KCP Binjai dengan pertimbangan bahwa wilayah ini merupakan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi di Sumatera Utara dengan basis nasabah perbankan syariah yang loyal namun kritis. Tujuan penelitian ini secara tegas adalah untuk membuktikan pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Binjai, serta memberikan

interpretasi mendalam apakah praktek digital perbankan syariah saat ini sudah selaras dengan nilai-nilai *Ihsan*, *Amanah*, dan *Shiddiq* dalam Ekonomi Islam. Pemahaman ini sangat penting bagi manajemen bank untuk merumuskan strategi retensi nasabah yang tidak hanya berbasis teknologi, tetapi juga berbasis etika spiritual.

TINJAUAN LITERATUR

Loyalitas Nasabah dalam Perspektif Ekonomi Islam

Loyalitas nasabah (*e-loyalty*) dalam konteks digital perbankan didefinisikan sebagai komitmen nasabah yang mendalam untuk tetap berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang pada produk dan jasa yang dipilih secara konsisten di masa depan.²¹ Loyalitas bukan sekadar perilaku transaksional, melainkan sebuah sikap yang mendorong tindakan pembelian konsisten meski ada pengaruh situasi dan upaya pemasaran dari pesaing yang berpotensi mengubah perilaku tersebut.¹⁸ Indikator loyalitas yang umum meliputi pembelian berulang secara rutin, penggunaan lini produk yang lebih luas, memberikan rekomendasi kepada pihak lain, serta menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik pesaing.

Dalam perspektif Ekonomi Islam, loyalitas nasabah memiliki dimensi yang lebih luas daripada sekadar hubungan antara produsen dan konsumen. Islam memandang loyalitas sebagai bagian dari *Wafa' al-'Ahd* (menepati janji) dan hubungan emosional yang didasarkan pada kesamaan nilai.¹⁵ Nasabah bank syariah seringkali memiliki tingkat loyalitas yang didorong oleh motivasi religiusitas, di mana mereka memilih tetap bertahan karena keyakinan akan haramnya riba.²³ Namun, Ekonomi Islam juga menekankan bahwa lembaga keuangan harus memberikan kompensasi berupa layanan yang adil dan transparan. Imam Al-Ghazali dalam *Ihya' Ulumuddin* menyatakan bahwa keadilan dalam transaksi muamalah adalah dengan tidak merugikan orang lain dan memberikan hak secara penuh.²⁵ Dengan demikian, loyalitas dalam Islam bersifat timbal balik; nasabah memberikan kesetiiaannya, dan bank memberikan pelayanan yang amanah dan berkualitas (*itqan*).

E-Service Quality dan Dimensi Ihsan

E-service quality atau kualitas layanan elektronik mengacu pada penilaian keseluruhan nasabah mengenai keunggulan dan kualitas pengiriman layanan digital melalui jaringan internet.¹⁸ Zeithaml mendefinisikan *e-service quality* sebagai sejauh mana sebuah situs web atau aplikasi dapat memfasilitasi belanja, pembelian, dan pengiriman produk serta layanan secara efektif dan efisien.¹⁸ Dimensi utama dalam mengukur kualitas layanan ini meliputi keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), kemudahan penggunaan (*ease of use*), keamanan (*security*), desain situs, dan kualitas informasi.⁶

Dalam kerangka Ekonomi Islam, kualitas layanan digital merupakan bentuk nyata dari prinsip *Ihsan* dan *Itqan*. *Ihsan* berarti melakukan sesuatu dengan cara yang terbaik dan sempurna karena merasa diawasi oleh Allah SWT.¹⁸ Sedangkan *Itqan* berarti profesionalisme, di mana setiap pekerjaan dilakukan secara tuntas, akurat,

dan berkualitas tinggi.¹⁸ Bank syariah yang menyediakan aplikasi digital dengan sistem yang sering eror atau tidak responsif dapat dianggap tidak menjalankan prinsip *itqan*. Selain itu, kualitas informasi yang tidak akurat dalam aplikasi dapat menjurus pada *gharar* (ketidakpastian) yang dilarang dalam Islam.²⁶ Rasulullah SAW bersabda bahwa Allah sangat mencintai hamba-Nya yang apabila melakukan suatu pekerjaan, ia melakukannya secara *itqan* (profesional/berkualitas).

E-Trust dan Nilai Amanah

E-trust atau kepercayaan elektronik adalah keyakinan nasabah terhadap integritas, kemampuan, dan niat baik dari penyedia layanan digital.¹⁸ Kepercayaan sangat krusial dalam perbankan karena industri ini adalah *business of trust*. Dalam ekosistem digital, *e-trust* menjadi semakin penting karena tidak adanya interaksi fisik secara langsung antara nasabah dan pegawai bank.¹⁸ Dimensi kepercayaan meliputi integritas (kejujuran penyedia layanan), kompetensi (kemampuan teknis menjaga sistem), dan kebajikan atau *benevolence* (keyakinan bahwa bank bertindak demi kepentingan nasabah).

Konsep *e-trust* dalam Ekonomi Islam berakar pada nilai *Amanah* dan *Shiddiq*. *Shiddiq* berarti kebenaran dan kejujuran dalam menyampaikan informasi produk dan risiko.¹⁵ *Amanah* berarti tanggung jawab penuh dalam menjaga dana dan rahasia data nasabah sebagai titipan yang harus dijaga kesuciannya.¹⁵ Kegagalan dalam melindungi data nasabah dari serangan siber dapat dipandang sebagai bentuk pelanggaran amanah. Al-Qur'an memerintahkan orang-orang beriman untuk menunaikan amanah kepada yang berhak menerimanya (QS. An-Nisa: 58).¹⁵ Kepercayaan dalam Islam juga melibatkan dimensi *Tabligh* (transparansi), di mana bank berkewajiban menyampaikan kondisi yang sebenarnya terjadi pada sistem layanan mereka tanpa ada yang disembunyikan demi menjaga keberkahan transaksi.

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Berdasarkan tinjauan teori tersebut, dapat dirumuskan bahwa loyalitas nasabah dipengaruhi oleh pengalaman teknis nasabah saat berinteraksi dengan aplikasi (kualitas) dan keyakinan nasabah akan kredibilitas bank tersebut (kepercayaan). Jika kualitas layanan digital BSI KCP Binjai memenuhi standar *itqan* dan kepercayaannya memenuhi standar *amanah*, maka nasabah akan merasa puas dan enggan untuk berpindah ke bank lain.

Hipotesis Penelitian:

- **H1:** *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Binjai.
- **H2:** *E-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Binjai.
- **H3:** *E-service quality* dan *e-trust* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Binjai.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Berdasarkan tujuannya, penelitian ini bersifat asosiatif kausal, yaitu penelitian yang mencari hubungan pengaruh antara variabel independen (*e-service quality* dan *e-trust*) terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah).¹ Paradigma yang digunakan adalah positivisme, di mana fenomena sosial diukur secara objektif melalui instrumen statistik untuk menguji hipotesis yang telah disusun.¹

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Data karakteristik responden di PT Bank Syariah Indonesia KCP Binjai dikumpulkan untuk memberikan gambaran demografis pengguna layanan digital. Berikut adalah ringkasan data tersebut dalam bentuk tabel:

Tabel 1: Profil Demografis Responden (n=100)

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	48	48%
	Perempuan	52	52%
Usia	17 - 25 Tahun	35	35%
	26 - 35 Tahun	42	42%
	36 - 45 Tahun	18	18%
	> 45 Tahun	5	5%
Pekerjaan	Mahasiswa	22	22%
	Karyawan Swasta/BUMN	38	38%
	Pegawai Negeri (ASN)	15	15%
	Wiraswasta/Lainnya	25	25%
Pengalaman BSI Mobile	6 - 12 Bulan	20	20%
	1 - 2 Tahun	45	45%

	> 2 Tahun	35	35%
--	-----------	----	-----

(Sumber: Data Primer Diolah, 2025)

Berdasarkan tabel di atas, pengguna BSI Mobile di KCP Binjai didominasi oleh kelompok usia milenial (26-35 tahun) sebesar 42%. Hal ini menunjukkan bahwa target utama layanan digital adalah segmen produktif yang membutuhkan efisiensi waktu dalam bertransaksi.⁴ Dari sisi pengalaman, mayoritas nasabah telah menggunakan aplikasi selama lebih dari setahun, yang berarti mereka memiliki pengalaman yang cukup untuk memberikan penilaian terhadap fluktuasi kualitas layanan yang terjadi.⁴

Hasil Analisis Kualitas Data dan Asumsi Klasik

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan dalam kuesioner memiliki nilai r -hitung yang lebih besar dari r -tabel (0.196 untuk $n=100$), sehingga semua instrumen dinyatakan valid. Uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha untuk variabel *E-Service Quality* sebesar 0.889, *E-Trust* sebesar 0.819, dan *Loyalitas Nasabah* sebesar 0.845. Ketiga variabel tersebut memiliki nilai > 0.60, yang berarti instrumen penelitian sangat andal.¹

Pada uji asumsi klasik, uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi *Asymp. Sig.* sebesar 0.200 (> 0.05), yang berarti data terdistribusi secara normal.³² Uji multikolinieritas menunjukkan nilai *Tolerance* > 0.1 dan *VIF* < 10 untuk semua variabel, yang menandakan tidak ada korelasi antar variabel independen. Uji heteroskedastisitas menunjukkan pola titik-titik yang menyebar secara acak pada *scatterplot*, sehingga tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas.¹

Hasil Pengujian Hipotesis (Analisis Regresi)

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap loyalitas nasabah.

Tabel 2: Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Coeff. Unstandardized (B)	t-hitung	Sig.	Kesimpulan
(Constant)	3.598	2.145	0.034	-
E-Service Quality (X_1)	0.425	4.820	0.000	H1 Diterima
E-Trust (X_2)	0.380	4.064	0.000	H2 Diterima

Adjusted R Square: 0.686 (68.6%)

F-hitung: 105.42 (Sig: 0.000)

(Sumber: Data Primer Diolah, 2025)

Pengaruh Parsial E-Service Quality terhadap Loyalitas (H1)

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *E-Service Quality* memiliki nilai signifikansi 0.000 (< 0.05) dengan t-hitung 4.820 yang jauh lebih besar dari t-tabel (1.984). Hal ini membuktikan bahwa kualitas layanan elektronik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Binjai.⁴ Artinya, semakin baik keandalan sistem, kecepatan akses, dan keamanan yang dirasakan nasabah, maka loyalitas mereka akan semakin meningkat.

Pengaruh Parsial E-Trust terhadap Loyalitas (H2)

Variabel *E-Trust* menunjukkan nilai signifikansi 0.000 (< 0.05) dengan t-hitung 4.064. Hal ini membuktikan bahwa kepercayaan elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹⁰ Kepercayaan menjadi jangkar psikologis yang sangat kuat, terutama bagi nasabah perbankan syariah yang mementingkan faktor keamanan dana dan kepatuhan prinsip syariah.¹⁵

Pengaruh Simultan dan Koefisien Determinasi (H3)

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi 0.000, yang berarti secara bersama-sama *E-Service Quality* dan *E-Trust* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.686 menunjukkan bahwa sebesar 68.6% variasi loyalitas nasabah di BSI KCP Binjai dapat dijelaskan oleh kualitas layanan dan kepercayaan digital. Sisanya sebesar 31.4% dipengaruhi oleh faktor lain seperti citra merek, literasi keuangan syariah, atau kualitas produk tabungan itu sendiri.²²

Pembahasan Mendalam dan Interpretasi Ekonomi Islam

Kualitas Layanan Digital sebagai Implementasi Ihsan dan Itqan

Temuan penelitian ini mengonfirmasi bahwa kualitas layanan digital merupakan determinan utama bagi nasabah dalam menentukan apakah mereka akan tetap setia pada BSI atau berpindah ke bank lain. Dalam diskusi naratif, para ahli seperti Parasuraman dkk. menekankan bahwa dalam dunia maya, "layanan adalah produk itu sendiri".⁶ Bagi nasabah BSI KCP Binjai, efisiensi aplikasi BSI Mobile dalam memfasilitasi kebutuhan sehari-hari adalah bentuk nyata dari kualitas. Jika aplikasi sulit diakses, sering mengalami *timeout*, atau proses aktivasi yang rumit, nasabah akan merasa kepuasan mereka menurun.³

Dalam perspektif Ekonomi Islam, fenomena ini sangat selaras dengan konsep *Itqan* (profesionalisme). Bank syariah memiliki kewajiban moral untuk memberikan layanan terbaik sebagai bentuk syukur atas amanah yang diberikan umat.¹⁸ Kualitas layanan yang buruk, terutama kegagalan sistem yang lama, dapat dikategorikan sebagai tindakan yang merugikan orang lain (*dharar*). Sebagaimana hadis Nabi SAW yang memerintahkan umatnya untuk tidak membahayakan diri sendiri dan orang lain (*La dharar wa la dhirar*).²⁶ Oleh karena itu, BSI KCP Binjai harus memandang peningkatan teknologi bukan sekadar biaya, melainkan investasi dalam rangka

menjalankan prinsip *Ihsan* dalam muamalah.¹⁸

Penelitian terdahulu oleh Iselmi (2023) dan Wardani (2023) juga menunjukkan bahwa nasabah BSI Mobile akan tetap loyal jika mereka merasakan manfaat fungsional yang stabil.³³ Namun, temuan di Binjai menunjukkan adanya ekspektasi tinggi nasabah terhadap aspek keamanan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan di bank syariah tidak boleh hanya mengejar keindahan tampilan (*aesthetic features*), tetapi harus mengutamakan ketersediaan sistem dan keamanan data nasabah.

Kepercayaan Digital sebagai Manifestasi Amanah dan Shiddiq

Pengaruh signifikan *E-Trust* terhadap loyalitas nasabah memberikan wawasan yang sangat dalam mengenai karakteristik nasabah perbankan syariah. Kepercayaan dalam dunia digital perbankan bukan hanya tentang ketiadaan eror teknis, melainkan tentang keyakinan bahwa bank tersebut jujur dan bertanggung jawab.¹⁸ Insiden *ransomware* pada Mei 2023 menjadi ujian berat bagi aspek kepercayaan ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun terjadi gangguan sistem, nasabah yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap integritas moral BSI cenderung tetap bertahan.

Ekonomi Islam mengajarkan bahwa *Amanah* adalah fondasi utama ekonomi. Jika *amanah* hilang, maka keberkahan dalam bisnis juga akan hilang.¹⁵ Rasulullah SAW dikenal sebagai *Al-Amin* (yang terpercaya) dalam berdagang, jauh sebelum ia diangkat menjadi Rasul. Nilai *Shiddiq* (kejujuran) dalam perbankan syariah diimplementasikan melalui transparansi bank dalam mengomunikasikan risiko dan kendala yang dihadapi.¹⁵ Bank yang jujur mengakui adanya gangguan siber dan menjelaskan langkah mitigasinya akan lebih dihargai oleh nasabah Muslim daripada bank yang mencoba menutupi fakta tersebut.

Secara naratif, pakar ekonomi Islam seperti Chapra (2000) berpendapat bahwa sistem keuangan Islam harus bertujuan pada keadilan sosial. Dalam konteks digital, keadilan berarti perlindungan terhadap hak-hak nasabah atas data dan dana mereka.¹⁵ Temuan di Binjai memperkuat argumen bahwa kepercayaan emosional dan spiritual jauh lebih kuat dalam mengikat nasabah bank syariah dibandingkan sekadar kepuasan transaksional.¹⁵ Inilah yang membedakan loyalitas di bank syariah; nasabah merasa memiliki keterikatan batin dengan institusi yang mereka anggap membawa misi dakwah ekonomi.¹⁵

Sinergi E-service quality dan E-Trust dalam Membangun Loyalitas Jangka Panjang

Ketika kedua variabel tersebut bekerja secara simultan, pengaruhnya menjadi sangat kuat (68.6%). Hal ini menunjukkan adanya causal relationship yang erat: kualitas layanan yang baik membangun kepercayaan, dan kepercayaan yang kuat memperdalam loyalitas.⁴ Bagi BSI KCP Binjai, menjaga loyalitas nasabah adalah strategi yang jauh lebih efisien daripada mencari nasabah baru. Biaya untuk mempertahankan nasabah setia jauh lebih rendah dibandingkan biaya promosi

akuisisi.

Analisis kedua dan ketiga menunjukkan bahwa di masa depan, tantangan loyalitas akan semakin berat seiring dengan munculnya kompetitor bank digital syariah yang lebih lincah. Oleh karena itu, BSI harus terus berinovasi tanpa meninggalkan akar nilai-nilai Islamnya. Loyalitas yang berkelanjutan hanya bisa dicapai jika bank berhasil menyinergikan kecanggihan teknologi (*fathanah*) dengan integritas moral (*amanah* dan *shiddiq*) serta komunikasi yang baik (*tabligh*).¹⁵

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian mengenai pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap loyalitas nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Binjai dalam perspektif Ekonomi Islam menghasilkan beberapa simpulan utama. Pertama, kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menandakan bahwa nasabah di wilayah Binjai sangat menghargai keandalan, efisiensi, dan kemudahan akses yang diberikan oleh aplikasi BSI Mobile. Dalam kacamata Islam, pencapaian kualitas layanan ini adalah bentuk nyata dari *itqan* dan *ihsan* dalam menjalankan amanah bisnis.

Kedua, *e-trust* atau kepercayaan elektronik memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas. Tingkat kepercayaan nasabah terhadap integritas bank, terutama dalam menjaga keamanan data siber, menjadi faktor kunci yang mempertahankan nasabah meskipun bank sedang menghadapi tantangan teknis. Nilai *amanah* dan *shiddiq* yang dipraktekkan oleh manajemen bank menjadi alasan fundamental mengapa nasabah memilih untuk tetap setia pada lembaga keuangan syariah ini.

Ketiga, secara simultan, kedua variabel tersebut memberikan kontribusi besar dalam membentuk loyalitas nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa manajemen BSI KCP Binjai tidak bisa hanya fokus pada salah satu aspek saja. Kecanggihan teknologi harus dibarengi dengan integritas moral dan transparansi informasi kepada nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

The Influence of Innovation, Network, and Technology on Customer ..., diakses Januari 26, 2026, <https://ejournal.insuriponorogo.ac.id/index.php/jief/article/download/5793/3765>

The effect of e-service quality on e-loyalty of Islamic banking customers: Does e-satisfaction act as mediator? - Semantic Scholar, diakses Januari 26, 2026, <https://pdfs.semanticscholar.org/0830/d002f0c5c373b2aefd7c4c037042b52f2654.pdf>

(PDF) The Effect of E-Service Quality and E-Trust on E-Customer Loyalty in the Bank Syariah Indonesia (BSI) Mobile E-Banking Application with E-Customer Satisfaction as an Intervening Variable (Case study on BSI customers in Bandar Lampung) - ResearchGate, diakses Januari 26, 2026,

- https://www.researchgate.net/publication/386142321_The_Effect_of_E-Service_Quality_and_E-Trust_on_E-Customer_Loyalty_in_the_Bank_Syariah_Indonesia_BSI_Mobile_E-Banking_Application_with_E-Customer_Satisfaction_as_an_Intervening_Variable_Case_study_on_B
The Impact of E-Service Quality on E-Loyalty among Indonesian Sharia Bank Customers Using BSI Mobile through the Mediation of E-Trust and E-Satisfaction | Business Innovation Management and Entrepreneurship Journal, diakses Januari 26, 2026, <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/bimantara/article/view/31187>
- Analysis of the Implementation of BSI Mobile Services on Customer Satisfaction at BSI KCP Medan Pulo Brayan - Semantic Scholar, diakses Januari 26, 2026, <https://pdfs.semanticscholar.org/84be/12717946baf283c80b6e470ef70d088de26a.pdf>
- The Influence of E-service Quality and E-trust on BSI Mobile User Loyalty with Customer Satisfaction as a Mediator - ijobmr, diakses Januari 26, 2026, https://ijobmr.com/uploads/pdf/archivepdf/2024/IJEBMR_1314.pdf
- PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PENGGUNA APLIKASI BSI MOBILE DI KABUPATEN BANDUNG - Jurnal Media Akademik (JMA), diakses Januari 26, 2026, <https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/download/2852/2260/8177>
- Pengaruh Ancaman Siber Ransomware dan Gangguan Sistem Layanan Mobile Banking Terhadap Kepercayaan Nasabah pada Bank BSI KCP Kisaran - Repository UIN Sumatera Utara, diakses Januari 26, 2026, <http://repository.uinsu.ac.id/25414/>
- Diduga Diserang Siber, Layanan BSI Lumpuh Sejak 8 Mei 2023 - YouTube, diakses Januari 26, 2026, <https://www.youtube.com/watch?v=p5FBiRuLcL8>
- Pengaruh Ancaman Siber Ransomware dan Gangguan Sistem Layanan Mobile Banking Terhadap Kepercayaan Nasabah pada Bank BSI KCP Kisa - Repository UIN Sumatera Utara, diakses Januari 26, 2026, <http://repository.uinsu.ac.id/25414/1/880-887%2BElya%2BRosa%2BMaharani%2BSembiring1%2C%2BNurbaiti%2C%2BAqwa%2BNaser%2BDaulay3.pdf>
- Pengaruh Ancaman Siber Ransomware dan Gangguan Sistem Layanan Mobile Banking Terhadap Kepercayaan Nasabah pada Bank BSI KCP Kisaran - Dinasti Review, diakses Januari 26, 2026, <https://dinastirev.org/index.php/JMPIS/article/view/2082>
- PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP E-SATISFACTION SERTA DAMPAKNYA E-LOYALTY PENGGUNA E-WALLET OVO DI KOTA MEDAN - STIE Mahardhika, diakses Januari 26, 2026, <https://ojs.stiemahardhika.ac.id/index.php/mahardhika/article/view/934>
- E-Service Quality, E-Trust dan E-Customer Satisfaction Pada E-Customer Loyalty Dari

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Vol 8 No 5 (2026) 2323 – 2334 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v8i5.11809

- Penggunaan E-Wallet OVO - Jurnal Ilmiah Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan, diakses Januari 26, 2026, <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jimkes/article/download/2000/1291>
- Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Loyalitas Pengguna BSI Mobile Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Pemediasi - Hayam Wuruk Perbanas Institutional Repository, diakses Januari 26, 2026, <http://eprints.perbanas.ac.id/12745/>
- Transformasi Loyalitas Nasabah melalui Internal Nilai-Nilai Islam di Era Tren Perbankan Syariah, diakses Januari 26, 2026, <https://ejournal.iainpare.ac.id/index.php/sipakainge/article/download/14266/2720/>
- Analysis of Work Environment Factors Affecting Employee Performance at PT Bank Sumut Syariah KCP Binjai - ResearchGate, diakses Januari 26, 2026, https://www.researchgate.net/publication/360309752_Analysis_of_Work_Environment_Factors_Affecting_Employee_Performance_at_PT_Bank_Sumut_Syariah_KCP_Binjai
- Pemberitahuan, Pemindahan Alamat Kantor BSI KC Binjai - Ekonomi - AnalisaDaily.com, diakses Januari 26, 2026, <https://analisadaily.com/berita/baca/2024/07/08/1053758/pemberitahuan-pemindahan-alamat-kantor-bsi-kc-binjai/>
- Pengaruh E-Service Quality, E-Trust dan E- Satisfaction terhadap E-Loyalty Konsumen Muslim, diakses Januari 26, 2026, <https://journal.centrim.or.id/index.php/jocis/article/download/142/48/594>
- E-Service Quality, Islamic Service, and Branding in Building Customer Loyalty of Islamic Banks - ResearchGate, diakses Januari 26, 2026, https://www.researchgate.net/publication/393543909_E-Service_Quality_Islamic_Service_and_Branding_in_Building_Customer_Loyalty_of_Islamic_Banks
- 2673 E-Service Quality, Islamic Service, and Branding in Building ..., diakses Januari 26, 2026, <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jimkes/article/download/3472/2611>
- faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah bank syariah indonesia - ResearchGate, diakses Januari 26, 2026, https://www.researchgate.net/publication/380390262_FAKTOR-FAKTOR_YANG_MEMPENGARUHI_LOYALITAS_NASABAH_BANK_SYARIAH_INDONESIA
- Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Digital Marketing dan Brand Image terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia - Asosiasi Riset Ekonomi dan Akuntansi Indonesia, diakses Januari 26, 2026, <https://ejournal.arei.or.id/index.php/PAJAMKEU/article/download/391/678/2225>
- Pengaruh Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah - JEKSya Jurnal Ekonomi dan

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Vol 8 No 5 (2026) 2323 – 2334 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v8i5.11809

- Keuangan Syariah, diakses Januari 26, 2026, <https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya/article/download/66/78>
- PENGARUH PELAYANAN ISLAMI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS NASABAH BSI DI PONDOK PESANTREN DARUSSALAM BLOKAGUNG KABUPATEN - IAIDA, diakses Januari 26, 2026, <http://ejournal.iaida.ac.id/index.php/istiqro/article/download/2443/1432>
- Teori Produksi Imam Al Ghazali & Ibnu Khaldun Perspektif Maqashid Al Syari'ah - Universitas Ibrahimy Situbondo, diakses Januari 26, 2026, <https://ojs.pps-ibrahimiy.ac.id/index.php/istidlal/article/download/307/189>
- analysis of the hadith on the principle of transparency in buying and sale transactions and its application in syariah e-commerce, diakses Januari 26, 2026, <https://journal.tebuiireng.ac.id/index.php/nabawi/article/download/196/85>
- (PDF) The effect of e-service quality on e-loyalty of Islamic banking customers: Does e-satisfaction act as mediator? - ResearchGate, diakses Januari 26, 2026, https://www.researchgate.net/publication/373282188_The_effect_of_e-service_quality_on_e-loyalty_of_Islamic_banking_customers_Does_e-satisfaction_act_as_mediator
- ETIKA BISNIS SYARIAH DI TENGAH PERKEMBANGAN E-COMMERCE: KAJIAN KUALITATIF DARI LITERATUR ISLAM, diakses Januari 26, 2026, <https://ejournal.unsuda.ac.id/index.php/Maqashid/article/download/1487/956/6167>
- Kewirausahaan dan Bisnis Syariah : Kajian Hadis Tematik Ekonomi di Era Digital, diakses Januari 26, 2026, <https://ejournal.uac.ac.id/index.php/almada/article/download/5421/2034/>
- The effect of E-Service Quality on E-loyalty is mediated by E-Trust at Bank Syariah Indonesia, diakses Januari 26, 2026, <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/5176/>
- E-Service Quality, E-Trust, E-Satisfaction And E-Loyalty In Online Shopping, diakses Januari 26, 2026, <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jimkes/article/download/2313/1596>
- Determinasi Kepuasan Nasabah BSI Mobile: Peran Kualitas Sistem, Informasi, dan Kemudahan Akses, diakses Januari 26, 2026, <https://ejournal.uingusdur.ac.id/velocity/article/download/12447/3253/29702>
- Pengaruh Promotion, Service Quality, and Customer Experience ..., diakses Januari 26, 2026, <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/13315>
- Gangguan Layanan pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk, diakses Januari 26, 2026, <https://www.uinsyahada.ac.id/gangguan-layanan-pada-pt-bank-syariah-indonesia-tbk/>