

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia menjadi salah satu negara yang masuk kedalam jajaran dengan penduduk terbanyak keempat dibawah Negara India, Tiongkok, dan Negara Amerika Serikat (US) yang dikaji dari data statistika per Agustus 2025. Banyaknya penduduk Indonesia kurang lebih berjumlah 275 juta jiwa, mayoritas dari mereka beragama Islam dengan prosentase kurang lebih 88,3% dari total populasi penduduk di Indonesia. Berikut ini data tabel negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam:¹

Tabel 1. 1 Data Negara dengan Penduduk Islam Terbanyak di Dunia

Negara	Populasi Muslim	Total Populasi	% Populasi Muslim	% Populasi Muslim Global
Indonesia	242,700,000	275,000,000	88.3	12.3
Pakistan	240,760,000	249,600,000	96.5	12.2
India	200,000,000	1,370,000,000	14.6	10.1
Bangladesh	150,800,000	165,200,000	91.3	7.6
Nigeria	97,000,000	200,000,000	48.5	4.9
Egypt	90,000,000	95,000,000	94.7	4.6
Turkey	84,400,000	86,000,000	98.1	4.3
Iran	82,500,000	83,000,000	99.4	4.2
China	50,000,000	1,390,000,000	3.6	2.5
Algeria	43,737,096	44,178,884	99.0	2.2

Sumber: <https://www.cnbcindonesia.com/research/20250515071139-128-633397/ini-perbandingan-jumlah-umat-muslim-di-pakistan-india-indonesia>

Berdasarkan tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwasannya data tersebut memberikan proyeksi penduduk muslim di Indonesia menyumbang sekitar 12,3% umat Islam dari total penduduk Islam di dunia. Sehingga data tersebut menjadikan Indonesia sebagai salah satu

¹ Revo M., "Ini Perbandingan Jumlah Umat Muslim Di Pakistan, India & Indonesia," *Cnbc*, last modified 2025, accessed September 15, 2025, <https://www.cnbcindonesia.com/research/20250515071139-128-633397/ini-perbandingan-jumlah-umat-muslim-di-pakistan-india-indonesia>.

negara yang berpotensi berkembangnya sejumlah lembaga keuangan syariah.² Dengan ini mengindikasikan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang sangat besar di sektor ekonomi Islam.

Ekonomi Islam di Indonesia mulai berjalan secara sistematis ketika munculnya lembaga keuangan berbasis Islam pertama di Indonesia yaitu PT Bank Muamalat Indonesia (BMI). Seiring berjalannya waktu, kemajuan ekonomi Islam di Indonesia semakin terlihat. Hal itu dapat dilihat dari banyaknya lembaga keuangan Islam yang bermunculan baik itu lembaga keuangan yang bersifat bank maupun non-bank. Lembaga keuangan syariah yang bersifat bank antara lain, Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (USS), dan Bank Pengkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Untuk lembaga keuangan syariah yang bersifat non-bank yaitu koperasi syariah.

Perkembangan yang pesat dari ekonomi Islam tersebut khususnya pada perbankan syariah di Indonesia tidak lain karena meningkatnya jumlah lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah serta didukungnya penduduk yang mayoritas muslim yang besar di Indonesia memberikan peluang besar bagi mereka untuk menarik lebih banyak pelanggan. Dengan demikian, adanya perkembangan yang menunjukkan secara signifikan dari lembaga-lembaga keuangan syariah tersebut ditanggapi baik oleh pemerintah dengan mengeluarkan UU No. 21

² Mastuki, "Menjadi Muslim, Menjadi Indonesia (Kilas Balik Indonesia Menjadi Bangsa Muslim Terbesar)," *Kementerian Agama Republik Indonesia*, last modified 2020, <https://kemenag.go.id/opini/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-03w0yt>.

Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.³ Perkembangan perbankan syariah di Indonesia dapat terlihat dari meningkatnya unit-unit bank syariah di Indonesia. Berikut ini data dari OJK per Januari 2025 terkait jumlah Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) di Indonesia:⁴

Jaringan Kantor Individual Perbankan Syariah - SPS Januari 2025 (Individual Islamic Commercial Bank and Islamic Business Unit - January 2025)				
Kelompok Bank / Group of Banks		KPO/KC HOO/BO	KCP/UPS SBO/SSU	KK CO
Bank Umum Syariah / Islamic Commercial Bank		427	1,573	-
1	PT. Bank Aceh Syariah	27	134	
2	PT BPD Riau Kepri Syariah	24	136	
3	PT BPD Nusa Tenggara Barat Syariah	12	28	
4	PT. Bank Muamalat Indonesia	80	153	
5	PT. Bank Victoria Syariah	2	-	
6	PT. Bank Jabar Banten Syariah	11	61	
7	PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk	155	946	
8	PT. Bank Mega Syariah	29	32	
9	PT. Bank Panin Dubai Syariah, Tbk	10	-	
10	PT. Bank Syariah Bukopin	13	11	
11	PT. BCA Syariah	15	62	
12	PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional	16	-	
13	PT. Bank Aladin Syariah, Tbk	1	-	
14	PT Bank Nano Syariah	32	10	
Unit Usaha Syariah / Islamic Business Unit		150	233	
14	PT Bank Danamon Indonesia, Tbk	10	4	
15	PT Bank Permata, Tbk	11	5	
16	PT Bank Maybank Indonesia, Tbk	17	3	
17	PT Bank CIMB Niaga, Tbk	19	5	
18	PT Bank OCBC NISP, Tbk	10	-	
19	PT BPD DKI	6	20	
20	PT BPD Daerah Istimewa Yogyakarta	1	8	
21	PT BPD Jawa Tengah	5	17	
22	PT BPD Jawa Timur, Tbk	7	10	
23	PT BPD Jambi	1	2	
24	PT BPD Sumatera Utara	6	16	
25	PT BPD Nagari	5	9	
26	PT BPD Sumatera Selatan dan Bangka	4	14	
27	PT BPD Kalimantan Selatan	2	14	
28	PT BPD Kalimantan Barat	4	5	
29	PT BPD Kalimantan Timur	2	26	
30	PT BPD Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat	4	-	
31	PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk.	35	75	
32	PT Bank Jago, Tbk	1	-	
Total BUS dan UUS / Total Distribution of Sharia Commercial Bank and Sharia Business Unit Network		577	1,806	
TOTAL				

Gambar 1. 1 Daftar Perbankan Syariah di Indonesia Tahun 2025

Berdasarkan gambar 1.1 di atas, menunjukkan bahwa kelompok Bank Umum Syariah (BUS) salah satunya di Indonesia adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). Perkembangan Bank Umum Syariah di Indonesia

³ Hilma A'yunina, "Pengaruh Tingkat Margin, Kepercayaan, Penanganan Komplain Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Nasabah Produk Murabahah (Studi Kasus Di BMT Istiqomah Tulungagung Dan KSPPS Baitul Izza Sejahtera Tulungagung)" (2020), <http://repo.uinsatu.ac.id/18549/>.

⁴ Otoritas Jasa Keuangan (OJK), "Statistik Perbankan Syariah- Januari 2025," no. January (2025).

yang pesat di era pasar bebas saat ini membuat persaingan perbankan khususnya perbankan syariah semakin ketat. Berdasarkan data dari OJK, salah satu Bank Umum Syariah (BUS) yang memiliki aset tertinggi di Indonesia adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) sebesar 395 triliun.⁵

Selain memiliki aset tertinggi, Bank Syariah Indonesia (BSI) termasuk bank yang banyak diminati oleh nasabah karena beberapa keunggulannya. Keunggulannya tersebut antara lain menjadi salah satu lembaga keuangan syariah terbesar di Indonesia, pertumbuhan aset dan laba yang semakin meningkat di setiap tahunnya,⁶ dan menjadi peringkat 4 di tingkat nasional untuk bank umum dan di tingkat internasional untuk bank syariah global setelah *MBSB BHB*, *Abu Dhabi Islamic Bank*, *Qatar Islamic Bank*.⁷

Meskipun menjadi salah satu bank syariah dengan aset tertinggi dan beberapa keunggulannya, Bank Syariah Indonesia (BSI) masih harus menghadapi dinamika pasar yang semakin kompetitif, terutama dari lembaga keuangan konvensional dan syariah serta *fintech* yang agresif merambah segmen generasi muda. Bank Syariah Indonesia (BSI) dituntut untuk tidak hanya mempertahankan eksistensinya, tetapi juga meningkatkan loyalitas nasabah, khususnya di segmen anak muda.

⁵ Bank Syariah Indonesia (BSI), “Laporan Keuangan 2025” 2025 (2025).

⁶ Enday Prasetyo, “Mengenal Kelebihan Bank BSI Dan Jenis-Jenis Tabungannya,” *Balans. Id* (Jakarta, November 5, 2025), Mengenal Kelebihan Bank BSI dan Jenis-jenis Tabungannya%0AEnday Prasetyo%0AEnday Prasetyo%0ARabu, 05 November 2025., diakses 11 Januari 2026

⁷ Bank Syariah Indonesia (BSI), “Rating ESG BSI Masuk Top 4 Global Islamic Bank” (Jakarta, January 23, 2025), last modified January 23, 2025, accessed January 11, 2026, <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/rating-esg-bsi-masuk-top-4-global-islamic-bank>.

Sehingga kondisi ini menjadi krusial mengingat generasi muda berpotensi besar dalam memperluas pasar dan menjamin keberlangsungan jangka panjang usaha.

Di tengah persaingan perbankan yang sangat ketat ini, mengakibatkan perbankan sangat bergantung dengan nasabah, khususnya nasabah yang loyal atau setia terhadap produk dan layanan yang ditawarkan. Ketika bank tidak mendapatkan nasabah yang loyal maka mereka akan kesulitan untuk beroperasi bahkan bersaing dengan kompetitornya sehingga bank harus berupaya menarik nasabah baru. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa upaya memperoleh nasabah baru cenderung butuh biaya yang besar dibandingkan mempertahankan nasabah yang ada atau loyalitas nasabah.⁸ Dengan demikian, upaya menumbuhkan loyalitas dapat dilakukan dengan memberikan layanan yang lancar dan menyenangkan. Apabila Bank Syariah Indonesia (BSI) memberikan layanan yang kualitasnya tinggi serta distribusi yang kompetitif dan bersaing maka nasabah akan puas sehingga loyalitas, kesetiaan bahkan kepercayaan penuh pun didapat. Dengan demikian, menumbuhkan dan mempertahankan loyalitas nasabah menjadi tantangan besar bagi seluruh bank termasuk Bank Syariah Indonesia (BSI).

Meskipun Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi salah satu bank syariah terbesar di Indonesia dengan aset tertinggi pula, hal tersebut tidak menutup kemungkinan bahwasannya Bank Syariah Indonesia (BSI) masih

⁸ Fani Firmansyah, "Service Quality And Profit Sharing Perception On Loyalty With Satisfaction Mediation (Study Bank Syariah Indonesia Kcp Malang Sutoyo)" 9, no. 2 (2026): 161–187.

menghadapi tantangan dalam menjaga loyalitas nasabah. Hal ini bisa dilihat dari adanya nasabah yang beralih ke bank konvensional ataupun ke bank digital syariah lain yang menawarkan layanan lebih baik, *margin* lebih menarik, dan citra perusahaan yang lebih kuat. Adapun beberapa keluhan dari nasabah meliputi kualitas pelayanan yang kurang merata di semua cabang, kurangnya kemudahan dalam layanan digital banking, serta proses pelayanan yang terlalu lama. Fenomena layanan yang minim dan kurang merata di cabang terlihat di salah satu cabang Bank Syariah Indonesia (BSI) di Aceh hingga Ketua Umum Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Cabang Takengon-Bener, Afdhalal Gifari menyuarakan kritikan pedasnya kepada Bank Syariah Indonesia (BSI). Buruknya layanan Bank Syariah Indonesia (BSI) memicu keluhan dari nasabah. Mereka mengeluhkan sering terjadi transaksi eror, uang tertahan ketika mengambil di mesin ATM, serta layanan di kantor Bank Syariah Indonesia (BSI) yang lambat.⁹ Permasalahan terkait layanan seperti itu terus terjadi hingga sehari-hari, akibatnya kepercayaan nasabah turun yang juga mempengaruhi loyalitas mereka terhadap Bank Syariah Indonesia (BSI).¹⁰ Selain itu, terdapat pula permasalahan yang muncul di Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Blitar, dimana beberapa nasabah mengeluhkan

⁹ Lintasgayo.co, "Layanan Buruk Hingga Aplikasi Error, HMI: BSI Gatot, Kembalikan Bank Konvensional Ke Aceh," last modified 2025, accessed October 24, 2025, <https://lintasgayo.co/2025/02/09/layanan-buruk-hingga-aplikasi-error-hmi-bsi-gatot-kembalikan-bank-konvensional-ke-aceh/>.

¹⁰ Amelia Rahima Sari, "Layanan BSI Terganggu Berhari-Hari, Nasabah: Kepercayaan Kami Turun," last modified 2023, accessed October 24, 2025, <https://www.tempo.co/ekonomi/layanan-bsi-terganggu-berhari-hari-nasabah-kepercayaan-kami-turun-189067>.

layanan yang kurang pada saat melakukan transaksi khususnya pengambilan uang pada rekening nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa permasalahan yang terjadi pada cabang-cabang Bank Syariah Indonesia (BSI) tersebut masih kurang dalam memberikan layanan secara cepat, tanggap dan kooperatif.

Terkait *margin* mengindikasikan berdasarkan persepsi beberapa nasabah di lapangan, mereka merasa *margin* yang dikenakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) terlalu tinggi atau kurang jelas yang berpotensi mengurangi kepercayaan mereka. Kemudian, citra Bank Syariah Indonesia (BSI) yang masih dalam proses penguatan setelah *merger* juga menjadi permasalahan Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Sehingga citra Bank Syariah Indonesia (BSI) perlu diperkuat agar bisa membuat kesan positif di masyarakat.

Di kalangan masyarakat khususnya pada mahasiswa, mereka lebih dinamis, terbuka terhadap teknologi serta memiliki ekspektasi tinggi terhadap pengalaman layanan yang cepat, efisiensi dan relevan. Kebutuhan mereka tidak hanya sebatas pada produk pembiayaan atau simpanan, melainkan juga pada kenyamanan, kemudahan akses, transparansi, dan nilai tambah dari layanan yang diberikan.

Fenomena menurunnya loyalitas nasabah cukup banyak ditemukan di kalangan mahasiswa. Banyak dari mereka yang cenderung kritis dan selektif dalam memilih layanan perbankan misalnya mereka hanya menggunakan rekening BSI sebatas untuk mendapatkan layanan yang

disediakan Bank Syariah Indonesia (BSI) guna memproses program beasiswa (*BSI Scholarship*). Namun tidak dapat dipungkiri dilain sisi mereka menganggap bahwa kualitas layanan yang diberikan Bank Syariah Indonesia (BSI) masih dinilai kurang tanggap dan cepat dibandingkan bank lainnya, seperti halnya bagian *teller* yang sedikit, *servernya* lambat, dan waktu proses yang lama. Walaupun demikian, mereka tetap memilih Bank Syariah Indonesia (BSI) seiring penggunaan produk bank konvensional dengan alasan faktor dari keunggulan kualitas layanan yang dihadirkan masing-masing bank.¹¹ Berikut ini data sebaran kampus yang mahasiswanya menerima program *BSI Scholarship*:¹²

Tabel 1. 2 Sebaran Kampus Program BSI Scholarchip

Wilayah Jawa Timur
1. Institusi Teknologi Sepuluh Nopember
2. Universitas Brawijaya
3. Universitas Airlangga
4. Universitas Islam Malang
5. Universitas Mataram
6. UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung
7. Universitas Negeri Surabaya
8. Universitas Muhammadiyah Malang
9. Universitas Jember
10. Universitas Negeri Malang
11. UPN Veteran Jawa Timur
12. UDAYANA
13. Universitas Islam Negeri KHAS Jember

Sumber: <https://www.bsischolarship.id/bsi-scholarship>

Dalam konteks permasalahan di atas, kualitas layanan dijadikan sebagai salah satu kunci dari faktor yang dapat mempengaruhi tingkat

¹¹ Ayif Fathurrahman dan Umi Azizah, “Analisis Faktor-Faktor Preferensi Mahasiswa Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)” 1, no. 0274 (2018): 2622–4798, <https://doi.org/10.12928/ijiefb.v1i1.273>.

¹² Bank Syariah Indonesia (BSI), “BSI Scholarship Mahasiswa,” accessed October 26, 2025, <https://www.bsischolarship.id/bsi-scholarship>.

loyalitas nasabah. Kualitas layanan yang terbaik dan terpercaya dapat menciptakan pengalaman positif bagi nasabah, meningkatkan kepercayaan, serta memperkuat hubungan jangka panjang antara bank dan nasabahnya. Aspek kualitas layanan dalam perbankan syariah mencakup kejelasan dalam implementasi prinsip-prinsip syariah, *profesionalisme* sumber daya manusia, serta kemampuan untuk menjawab kebutuhan nasabah secara cepat dan akurat. Selain itu, mereka juga memberikan persepsi tinggi rendahnya *margin* yang diberikan kepada nasabah dapat menjadi alasan untuk mereka tetap memilih bank yang mereka inginkan dan begitupun citra perusahaan Bank Syariah Indonesia (BSI) baik buruknya menjadi faktor mereka setia atau tidak pada bank tersebut.

Menurut Anang Asari menyatakan bahwa kualitas layanan menjadi faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah khususnya pada UGT BMT Sidogiri cabang Glenmore. Selain itu, ada faktor lain yang menjadi sebab loyalitas nasabah yaitu citra perusahaan dan kepuasan nasabah. Pada penelitiannya tersebut, ketiga faktor antara lain, kepuasan layanan, citra perusahaan dan kepuasan nasabah menghasilkan hipotesis berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹³ Sama dengan Anang Asari, menurut Amanda Dwi Novita dan Nurul Hasanah, citra perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹⁴

¹³ Anang Asari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Glenmore Kabupaten Banyuwangi," *Momentum: Jurnal Sosial dan Keagamaan* 11, no. 2 (2022): 223–247.

¹⁴ Nurul Hasanah Amanda Dwi Novita, "Pengaruh Kualitas Layanan Digital, Citra Perusahaan, Dan Customer Engagement Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia" 6, no. 1 (n.d.).

Selain itu menurut Hilma A'yunina *margin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹⁵ Namun pada penelitian Cici Insiyah dan Siti Suraiyda menyatakan bahwa *margin* secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.¹⁶ Berdasarkan pernyataan peneliti sebelumnya menjadikan dasar untuk peneliti melakukan penelitian selanjutnya terkait loyalitas nasabah dengan studi kasus mahasiswa agar tahu apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara loyalitas dari nasabah pada umumnya dengan nasabah yang notabene mahasiswa ketika kualitas layanan, persepsi *margin*, dan citra perusahaan diuji. Selain itu dari penelitian terdahulu ketiga faktor seperti kualitas layanan, citra perusahaan dan kepuasan nasabah sering disandingkan bersama untuk menguji dan mengukur pengaruh dari loyalitas nasabah, sangat sedikit yang menggunakan faktor persepsi *margin* untuk diuji bersama ketiga faktor tersebut. Dengan demikian, penelitian ini juga dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut.

Dengan demikian, masalah-masalah ini menunjukkan bahwa kualitas layanan, persepsi *margin* dan citra perusahaan bisa menjadi faktor penting yang perlu diteliti dan digali mendalam untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya faktor tersebut terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI), khususnya Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan

¹⁵ A'yunina, "Pengaruh Tingkat Margin, Kepercayaan, Penanganan Komplain Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Nasabah Produk Murabahah (Studi Kasus Di BMT Istiqomah Tulungagung Dan KSPPS Baitul Izza Sejahtera Tulungagung)."

¹⁶ Cici Insiyah dan Siti Suraiyda, "Pengaruh Margin Deposito Mudarabah Dan Kinerja Karyawan Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan" 05, no. 01 (2022): 40–44.

Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2022-2025 yang menjadi segmentasi potensial serta representatif dalam menilai kinerja perbankan syariah.

Peneliti menggunakan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2022-2025 sebagai subjek dan lokasi penelitian karena beberapa alasan ilmiah. Pertama, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2022-2025 memiliki kedekatan dan keterlibatan langsung dengan objek penelitian (BSI). Artinya, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2022-2025 menjadi kelompok aktif yang menggunakan produk dan layanan perbankan syariah untuk keperluan seperti tuntutan kampus berupa administrasi bahkan penerimaan beasiswa. Berikut data jumlah mahasiswa aktif dari berbagai program studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2022-2025:

Tabel 1. 3 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2022-2025

Program Studi	Jumlah Mahasiswa
Perbankan Syariah (PS)	433
Ekonomi Syariah (ES)	932
Akuntansi Syariah (AK)	581
Manajemen Bisnis Syariah (MBS)	919
Manajemen Keuangan Syariah (MKS)	657
Manajemen Zakat dan Wakaf (MAZAWA)	139
Pariwisata Syariah (PARSYA)	360
Total	4.021

Sumber: Data FEBI Ganjil 2025

Alasan kedua pemilihan lokasi penelitian di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dengan subjek Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2022-2025 yaitu homogenitas sampel untuk menghindari bias penelitian agar hasil penelitian yang didapat akurat. Ketiga, kelayakan ilmiah dan relevansi akademik. Dimana telah banyak dari mereka yang menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk kebutuhan transaksi keuangan, tabungan serta penerimaan dana pendidikan sehingga mereka mempunyai pengalaman dan persepsi yang cenderung relevan serta mampu menggambarkan loyalitas nasabah daripada mahasiswa fakultas lain. Selain itu, fakta di lapangan HRD menegaskan bahwa Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki peluang yang lebih tinggi untuk menjadi calon praktisi dan akademisi di bidang ekonomi dan perbankan syariah daripada mahasiswa fakultas yang lain. Pertimbangannya yaitu dari segi kompetensi dasar maupun praktik, mereka dibekali pemahaman terkait konsep ekonomi dan perbankan syariah seperti akad, *margin*, serta bagi hasil yang relevan dengan kebutuhan pekerjaan pada lembaga seperti Bank Syariah Indonesia (BSI).

Berdasarkan pemaparan di atas membuat peneliti tertarik untuk melakukan analisis lebih lanjut terkait topik penelitian yang berjudul, “Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi *Margin*, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali

Rahmatullah Tulungagung”. Dimana harapan peneliti dari hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran terkait faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah bagi pengembang *fintech* syariah agar mereka mampu menyesuaikan kondisi saat ini.

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka terdapat identifikasi masalah antara lain:

- a Ketergantungan Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kesetiaan nasabah untuk tetap memperlancar operasional.
- b Kualitas layanan yang diberikan Bank Syariah Indonesia (BSI) masih menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan bahkan membangun loyalitas nasabah. Walaupun dalam pemberian layanan masih ada kekurangan.
- c Persepsi *margin* yang dikenakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) pada produk-produk pembiayaan dapat menimbulkan persepsi yang berbeda pada nasabah khususnya mahasiswa. Mereka menilai tinggi rendahnya *margin* menjadi alasan untuk nasabah memilih loyal atau tidak.
- d Citra perusahaan Bank Syariah Indonesia (BSI), baik buruknya menjadi dasar keputusan nasabah setia terhadap bank yang telah dipilih tersebut.

- e Adanya perbedaan pada penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa kualitas layanan, persepsi *margin*, dan citra perusahaan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, tetapi penelitian lain menunjukkan bahwa persepsi *margin* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

2. Batasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang pada penelitian di atas, peneliti membuat batasan penelitian antara lain:

- a Penelitian hanya dilakukan pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2022-2025 yang menggunakan produk atau jasa BSI, bukan nasabah umum BSI.
- b Variabel independen yang digunakan pada penelitian hanya tiga, yaitu kualitas layanan, persepsi *margin*, dan citra perusahaan. Sedangkan variabel dependen yang digunakan hanya satu yaitu loyalitas nasabah.
- c Jenis bank syariah yang diteliti dibatasi yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) saja, tidak mencakup bank syariah lain.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka peneliti merumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2022-2025?

2. Bagaimana pengaruh persepsi *margin* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayiid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2022-2025?
3. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2022-2025?
4. Bagaimana pengaruh secara simultan antara kualitas layanan, persepsi *margin* dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2022-2025?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dari rumusan masalah di atas, dapat diketahui bahwa penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2022-2025.
2. Mengetahui pengaruh persepsi *margin* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2022-2025.

3. Mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2022-2025.
4. Mengetahui secara simultan pengaruh kualitas layanan, persepsi *margin* dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2022-2025.

E. Kegunaan Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktisi.

1. Secara Teoritis

Terkait judul penelitian yang peneliti ambil, diharapkan dapat menambah wawasan, pemahaman serta pengetahuan di industri perbankan syariah, khususnya terkait beberapa faktor yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah khususnya mahasiswa. Selain itu, diharapkan penelitian ini juga dapat memperkaya literatur tentang pengaruh kualitas layanan, persepsi *margin* dan citra perusahaan dalam konteks perbankan syariah di Indonesia serta hasil penelitian ini mampu memberikan kontribusi berharga kepada para literatur akademis dengan menyediakan bukti empiris yang kuat.

2. Secara Praktisi

a. Bagi Akademik

Hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat dijadikan referensi sumber informasi atau sumber ilmiah yang menambah khazanah pengetahuan yang mendalam terkait pengaruh kualitas layanan, persepsi *margin*, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di bidang Perbankan Syariah bagi pihak akademik, khususnya di lingkungan perguruan tinggi UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Selain itu, dapat menambah koleksi penelitian terkait topik serupa di perpustakaan perguruan tinggi.

b. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Hasil penelitian yang dilakukan penulis dapat dijadikan masukan positif dan bahan evaluasi bagi manajemen atau pihak terkait untuk memperbaiki kebijakan serta prosedur maupun pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI).

c. Bagi Nasabah

Bagi nasabah, baik itu masyarakat umum maupun mahasiswa sebagai segmen nasabah muda, hasil penelitian yang dilakukan penulis dapat memberikan informasi dan wawasan tentang seberapa baik maupun buruk kualitas layanan, persepsi *margin* dan citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2022-2025. Sehingga dengan adanya hasil ini masyarakat maupun mahasiswa bisa menjadi selektif dalam memilih layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah dan kebutuhan finansial.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, hasil studi ini dapat menjadi pengembangan maupun tolak ukur untuk mengkai variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bahkan menggunakan pendekatan yang lebih luas, sehingga bisa memperkaya khazanah penelitian empiris dalam bidang Perbankan Syariah di Indonesia.

e. Bagi Pemerintah

Bagi pemerintah, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan terutama bagi lembaga yang membawahi sektor keuangan syariah untuk menyesuaikan dan merumuskan kebijakan atau regulasi yang mendorong peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah yang dilihat dari kualitas layanan, persepsi *margin*, dan citra perusahaan.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan pemaparan masalah pada penelitian di atas, maka peneliti menggaris besari ruang lingkup penelitian. Ruang lingkup ini akan membatasi permasalahan agar tidak meluas serta tetap berfokus pada pembahasan yang akan dibahas dan juga agar penelitian yang dilakukan

lebih efektif dan efisien. Adapun ruang lingkup dari penelitian ini mencakup satu *variabel dependent* yaitu loyalitas nasabah (Y) dan tiga *variabel independent* yang terdiri dari kualitas layanan (X1), persepsi *margin* (X2), dan citra perusahaan (X3). Pada penelitian yang penulis lakukan, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dari UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2022-2025 dijadikan sebagai populasi dari penelitian.

G. Penegasan Variabel

Dalam penelitian yang berjudul, “Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi *Margin*, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung”, perlu dilakukan penegasan variabel sebagai gambaran untuk konsep-konsep yang dipergunakan pada penelitian. Berikut ini beberapa penegasan variabel yang bisa dijelaskan, sebagai berikut:

1. Secara Konseptual

Secara konseptual berarti mengacu pada konsep, ide, maupun teori yang digunakan berdasarkan pemahaman yang terbentuk dari literatur ataupun pengalaman. Sehingga penegasan variabel secara konseptual ini memberikan gambaran dan pemahaman tentang makna suatu istilah atau variabel yang digunakan dalam konteks penelitian. Berikut ini gambaran secara konseptual dari istilah yang digunakan pada peneliti:

a. Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan suatu ukuran keberhasilan, keunggulan atau kualitas yang diberikan suatu perusahaan atau individu kepada pelanggan maupun penerima layanan.¹⁷ Dalam konteks penelitian ini, kualitas layanan berkaitan dengan sesuatu yang diberikan oleh pihak Bank misalnya, *customer service* atau *teller* kepada nasabah baik dalam bentuk penanganan keluhan ataupun pelayanan perbankan.

b. Persepsi *Margin*

Persepsi *margin* merupakan suatu pandangan atau cara individu menilai dengan menafsirkan informasi melalui indera dan memberikan arti yang akan memengaruhi sudut pandang seseorang mengenai *margin* atau prosentasi dari keuntungan yang didapat.¹⁸ Pada penelitian ini, persepsi *margin* sebagai faktor yang digunakan untuk mengetahui loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).

c. Citra Perusahaan

Citra perusahaan diartikan sebagai kesan, pandangan, bahkan mengarah pada persepsi yang muncul pada masyarakat atau konsumen terhadap organisasi bahkan entitas bisnis.¹⁹ Citra

¹⁷ Rani Pilo, "Kualitas Pelayanan Adalah Indikator Penting Untuk Keberhasilan Bisnis," *MitraComm*, last modified 2023, accessed September 15, 2025, <https://mitracomm.com/kualitas-pelayanan/>.

¹⁸ Firdayanti B Hakim, Puteri Eka, and Dedi Supriyadi, "Persepsi , Pengambilan Keputusan, Konsep Diri Dan Values," *Jurnal Ilmiah Pascasarjana, Persepsi, pengambilan konsep diri dan values* 1, no. 3 (2021): hlm.156-157.

¹⁹ M. Fikri Akbar, *Public Relations*, (Bantul, DIY: Ikatan Guru Indonesia, 2021), hlm.

perusahaan ini terbentuk dari berbagai unsur misalnya nama merek, desain, ragam produk, nilai-nilai tradisi, ideologi maupun mutu yang secara sadar dibangun untuk mencerminkan identitas perusahaan atau entitas tertentu..

d. Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah merupakan sikap mendukung, setia serta mempertahankan hubungan baik seseorang terhadap kelompok maupun organisasi.²⁰ Dalam konteks penelitian ini, loyalitas berkaitan dengan kepercayaan nasabah dengan produk, pelayanan, maupun segala hal yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan tetap menggunakan produk yang ditawarkan. Nasabah yang dimaksud pada penelitian ini merujuk pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dari Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dari UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2022-2025 bukan nasabah umum.

e. Bank Syariah Indonesia (BSI)

Lembaga keuangan berbasis syariah yang terbentuk dari hasil gabungan atau *merger* tiga bank BUMN yaitu Bank BRI Syariah, Bank Mandiri Syariah, dan Bank BNI Syariah.²¹ Disini Bank Syariah Indonesia (BSI) dijadikan sebagai objek dari penelitian.

²⁰ Ali Maddinsyah Aprihatiningrum Hidayati, Wa Ode Sifatu, *Loyalitas Dan Kepuasan Konsumen: Tinjauan Teoritik*, (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021), hlm. 87

²¹ Literasi Syariah, "Sejarah Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia," last modified 2023, accessed October 15, 2025, <https://www.bankbsi.co.id/news-update/edukasi/sejarah-dan-perkembangan-bank-syariah-di-indonesia>.

2. Secara Operasional

Berdasarkan penegasan istilah secara konseptual, pada penelitian ini penulis menegaskan bahwasannya penelitian ini ditujukan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, persepsi *margin*, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2022-2025. Sehingga variabel yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut:

a. Kualitas layanan

Kualitas layanan dijadikan sebagai variabel independen pertama atau X1. Pada penelitian ini, variabel tersebut diukur menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan peneliti berdasarkan hasil penyebaran kuisioner online atau *gform* yang didalamnya berisi indikator antara lain, ketepatan, kecepatan dan ketanggapan kualitas layanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) kepada nasabah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2022-2025.

b. Persepsi *margin*

Persepsi *margin* dijadikan sebagai variabel independen kedua atau X2. Pada penelitian ini, variabel tersebut diukur menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan peneliti berdasarkan hasil penyebaran kuisioner online atau *gform* yang

didalamnya berisi indikator yaitu kewajaran *margin*, dan kesesuaian dengan prinsip syariah pada produk-produk Bank Syariah Indonesia (BSI).

c. Citra perusahaan

Citra perusahaan dijadikan sebagai variabel independen ketiga atau X3. Pada penelitian ini, variabel tersebut diukur menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan peneliti berdasarkan hasil penyebaran kuisioner online atau *Gform* yang didalamnya berisi indikator antara lain, *personality*, *reputasi*, *value*, dan *corporate identify*.

d. Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah dijadikan sebagai variabel dependen atau variabel respon atau Y. Pada penelitian ini, variabel tersebut diukur menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan peneliti berdasarkan hasil penyebaran kuisioner online atau *gform* yang didalamnya berisi indikator antara lain pembelian berulang (*repeat purchase*), merujuk (*referrals*), kebal dari daya tarik pesaing (*retention*), dan pembelian pada layanan yang sama (*purchase across product and service lines*).

H. Sistematika Penulisan

Penyusunan sistematika yang dibuat peneliti dirancang sedemikian rupa untuk memberikan gambaran yang jelas dan terarah untuk mengarahkan pembaca dalam memahami fokus permasalahan. Peneliti

akan menyajikan enam bab dan masing-masing bab akan dilengkapi dengan penjelasan sebagai uraian pendukung. Adapun struktur penulisan secara sistematis sebagai berikut:

1. **Bagian Awal**, mencakup beberapa elemen antara lain halaman sampul depan, halaman judul, lembar persetujuan, lembar pengesahan, surat pernyataan keaslian karya, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, serta daftar lampiran. Selain bagian awal yang umum itu ada tambahan yang lain yaitu, transliterasi dan abstrak.
2. **Bagian Inti**, mencakup enam bab sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan: Pada bab ini akan dimuat penjabaran singkat mengenai latar belakang masalah yang disusun berdasarkan identifikasi permasalahan dan relevansi dengan topik penelitian yang peneliti ambil. Perumusan masalah, tujuan, kegunaan, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah disertakan juga pada bab ini.

Bab II Landasan Teori: Bab akan memaparkan uraian pendek terkait beberapa teori dari berbagai referensi relevan sesuai variabel yang dibahas dalam mendukung penelitian. Kajian penelitian terdahulu, kerangka berpikir serta hipotesis penelitian juga diuraikan dalam bab ini.

Bab III Metode Penelitian: Bab akan memaparkan metode dari mulai pendekatan dan jenis penelitian yang diambil, lokasi,

populasi, teknik *sampling* sekaligus sampel, jenis dan sumber serta teknik penelitian untuk pengumpulan data. Pada bagian ini, juga berisikan data-data peneliti terkait judul yang diambil.

Bab IV Hasil Penelitian: Sistematika ini akan memberikan pemaparan inti hasil penelitian. Biasanya data berisi deskripsi serta *final* uji hipotesis

Bab V Pembahasan: Pembahasan bab menguraikan data serta teknik analisis penelitian. Sehingga hasil penelitian dijelaskan secara jelas.

Bab VI Kesimpulan: Bab akan berisi simpulan dari judul penelitian. Sehingga memaparkan kesimpulan terkait “Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi *Margin*, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung”