

Peran Digital Banking Syariah dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Generasi Milenial pada Bank Syariah Indonesia (BSI) dan Bank Muamalat di Kecamatan Sangatta Utara

Zahrotun Ni'mah¹, Miftakhul Rizal Mubaidilla¹, Jamila¹

¹ Sekolah Tinggi Agama Islam Sangatta, Indonesia

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Keywords: Islamic digital banking; customer loyalty; millennials; service quality; sharia compliance	Digital transformation has shifted Islamic banking services from branch-centred interaction to mobile, real-time, and self-service transactions. This study examines how Islamic digital banking strengthens millennial customer loyalty at Bank Syariah Indonesia (BSI) and Bank Muamalat in Sangatta Utara. A descriptive qualitative field-study design was employed from December 2025 to May 2026. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation involving 14 purposively selected informants: twelve millennial customers and two bank employees. The data were reduced, thematically displayed, compared across sources, and verified through source, method, and time triangulation. The findings show that loyalty is shaped by the convergence of application ease, transaction speed, system security, feature relevance, responsive human service, trust, and perceived sharia compliance. Digital banking contributes to loyalty by reducing time and mobility costs, supporting twenty-four-hour transactions, and creating routine satisfaction. BSI emphasises an integrated feature ecosystem and direct product socialisation, whereas Bank Muamalat highlights transaction security, digital-channel education, feedback mechanisms, and understanding of system cut-off times. A distinctive finding is that repeated use does not always reflect strong attitudinal loyalty: payroll requirements or organisational arrangements may sustain behavioural use while customers still move funds to other banks. Therefore, Islamic banks should evaluate loyalty beyond transaction frequency by integrating reliability, customer education, transparent sharia communication, complaint recovery, and relationship quality. The study contributes local comparative evidence that Islamic digital loyalty emerges from functional value, security-based trust, and religious legitimacy rather than technological sophistication alone.
Article history: Received 2026-05-28 Revised 2026-07-01 Accepted 2026-08-06	
Corresponding Author: Zahrotun Ni'mah Sekolah Tinggi Agama Islam Sangatta, Indonesia; zahrotunnnimah@gmail.com	<i>This is an open access article under the CC BY license.</i> 

1. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah cara bank merancang, menyampaikan, dan mengevaluasi layanan. Interaksi yang sebelumnya bertumpu pada kantor cabang bergeser ke aplikasi seluler, kanal pembayaran, pembukaan akses mandiri, dan transaksi waktu nyata. Di Indonesia, layanan digital didefinisikan sebagai layanan bank melalui sistem elektronik yang berorientasi pada kebutuhan nasabah, inovasi, manajemen risiko, perlindungan data, dan tata kelola yang memadai (Otoritas Jasa Keuangan, 2023). Kerangka tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi bukan sekadar memindahkan transaksi dari loket ke layar telepon genggam, melainkan mengubah model hubungan bank dengan nasabah.

Bagi perbankan syariah, tuntutan transformasi tersebut bersifat ganda. Bank perlu menghadirkan pengalaman digital yang mudah, aman, cepat, dan stabil, sekaligus mempertahankan legitimasi syariah yang menjadi pembeda utamanya. Transformasi perbankan syariah pada era digital menuntut integrasi antara efisiensi teknologi dan nilai-nilai syariah (Gisatriadi, 2024). Nasabah tidak hanya menilai apakah aplikasi dapat menyelesaikan transfer atau pembayaran, tetapi juga apakah layanan, akad, biaya, dan cara bank berkomunikasi konsisten dengan nilai keadilan, transparansi, bebas riba, serta kemaslahatan. Karena itu, kualitas layanan digital bank syariah merupakan perpaduan antara nilai fungsional teknologi dan keyakinan bahwa transaksi berada dalam kerangka syariah.

Generasi milenial menjadi kelompok penting dalam transformasi tersebut karena tumbuh bersama internet, telepon pintar, dan ekosistem transaksi digital. Dalam konteks Indonesia, generasi milenial sering digambarkan sebagai kelompok yang akrab dengan perkembangan teknologi dan perubahan sosial pada zamannya (Arif, 2021). Karakter yang mengutamakan kecepatan, kemudahan, fleksibilitas, serta ketersediaan layanan kapan pun mendorong penerimaan terhadap inovasi perbankan digital (Hutagaol & Napitupulu, 2022; Muzdalipah & Mahmudi, 2023). Namun, penerimaan teknologi tidak otomatis menghasilkan loyalitas. Seseorang dapat menggunakan aplikasi karena rekening gaji, tuntutan tempat kerja, atau ketiadaan pilihan lain, tanpa memiliki komitmen kuat terhadap bank. Sebaliknya, loyalitas yang lebih mendalam terlihat ketika nasabah memilih bertahan, mempercayai layanan, menggunakan lebih dari satu fitur, dan bersedia merekomendasikannya meskipun tersedia alternatif lain.

Secara konseptual, loyalitas memiliki dimensi perilaku dan sikap. Hubungan antara sikap relatif dan pembelian ulang dapat menghasilkan bentuk loyalitas yang berbeda (Dick & Basu, 1994). Loyalitas juga dipahami sebagai komitmen untuk menggunakan kembali produk atau jasa secara konsisten (Oliver, 2014). Dalam konteks digital banking, frekuensi transaksi menjadi indikator yang penting, tetapi belum cukup. Penggunaan ulang perlu dibaca bersama kepuasan, kepercayaan, preferensi, persepsi risiko, pengalaman penanganan kendala, dan kesediaan mempertahankan hubungan dengan bank.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas layanan seluler berhubungan erat dengan kepuasan nasabah bank syariah. Dimensi keamanan, kemudahan, desain, dan sistem aplikasi membentuk pengalaman layanan mobile banking (Fianto et al., 2021). Kualitas layanan elektronik memengaruhi e-loyalty secara langsung maupun melalui e-satisfaction (Rezeki et al., 2023). Efisiensi aplikasi, keamanan, dan reliabilitas juga berpengaruh terhadap niat melanjutkan penggunaan layanan bank syariah (Rahma & Sofyani, 2024). Temuan-temuan tersebut memperlihatkan bahwa retensi digital dibentuk oleh kemampuan teknologi dalam memberikan manfaat secara konsisten.

Kajian lain menambahkan pentingnya kepercayaan, religiositas, dan literasi keuangan syariah. Kompatibilitas, kesadaran, serta religiositas berhubungan dengan niat mengadopsi mobile banking bank syariah (Sudarsono et al., 2022). Kemudahan, efisiensi, privasi dan keamanan, responsivitas, reliabilitas, biaya layanan, serta portofolio fitur membentuk kepuasan dan retensi pengguna (Alfarizi, 2023). Pada tataran nasional, kajian tersebut kuat dalam menjelaskan hubungan antarvariabel, tetapi masih diperlukan pemahaman kualitatif tentang cara nasabah memaknai pengalaman sehari-hari dan cara kantor cabang mengelola loyalitas dalam konteks lokal.

Kecamatan Sangatta Utara merupakan lokasi yang relevan untuk mengkaji persoalan tersebut. Wilayah ini menjadi pusat pemerintahan dan aktivitas ekonomi Kabupaten Kutai Timur dengan empat desa/kelurahan, yaitu Sangatta Utara, Teluk Lingga, Singa Gembara, dan Swarga Bara. Sangatta Utara memiliki karakter wilayah perkotaan dan aktivitas ekonomi yang dinamis, sehingga kebutuhan terhadap transaksi cepat, pembayaran digital, dan akses keuangan tanpa batas ruang semakin penting (Badan Pusat Statistik Kabupaten Kutai Timur, 2025). Pada saat yang sama, kondisi jaringan, variasi literasi digital, dan pola penggajian perusahaan dapat memengaruhi cara nasabah menggunakan layanan perbankan.

Bank Syariah Indonesia (BSI) dan Bank Muamalat dipilih karena keduanya digunakan oleh masyarakat Sangatta Utara serta memiliki kanal digital yang mendukung transaksi harian. BSI mewakili bank syariah hasil konsolidasi dengan ekosistem fitur yang luas, sedangkan Bank Muamalat merupakan pelopor bank syariah nasional dengan kanal Muamalat DIN dan layanan e-channel. Integrasi transaksi serta produk syariah dalam aplikasi menjadi salah satu arah penting digitalisasi layanan BSI (Milza et al., 2021; Muzdalipah & Mahmudi, 2023). Perbandingan keduanya memungkinkan penelitian melihat pola umum pembentukan loyalitas sekaligus perbedaan penekanan strategi pada tingkat cabang.

Celah penelitian terletak pada tiga hal. Pertama, sebagian besar studi terdahulu menilai kualitas layanan digital, kepuasan, niat keberlanjutan, dan loyalitas melalui pendekatan kuantitatif (Alfarizi, 2023; Mutmainah & Apriadi, 2025; Rahma & Sofyani, 2024; Rezeki et al., 2023). Akibatnya, pengalaman konkret pengguna ketika menghadapi jaringan lambat, pemeliharaan sistem, batas waktu transaksi, atau kebutuhan bantuan belum tergambarkan secara mendalam. Kedua, studi komparatif antara dua bank syariah dalam konteks daerah masih terbatas. Ketiga, penggunaan berulang sering diperlakukan sebagai loyalitas, padahal pemakaian karena rekening gaji atau kebijakan organisasi dapat menghasilkan loyalitas perilaku yang semu. Penelitian ini menempatkan suara nasabah dan pegawai bank secara bersamaan untuk menjelaskan dinamika tersebut.

Berdasarkan konteks tersebut, penelitian bertujuan: (1) mengidentifikasi faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah generasi milenial terhadap digital banking syariah pada BSI dan Bank Muamalat; (2) menganalisis peran layanan digital dalam membentuk kepuasan, kepercayaan, dan keberlanjutan penggunaan; serta (3) membandingkan strategi kedua bank dalam mempertahankan nasabah milenial di Sangatta Utara. Kontribusi penelitian adalah model konseptual yang memadukan nilai fungsional digital, keamanan, kualitas hubungan, dan legitimasi syariah, sekaligus membedakan penggunaan rutin dari komitmen loyalitas yang lebih kuat.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan desain penelitian lapangan dan studi kasus komparatif. Pendekatan tersebut dipilih karena penelitian berupaya memahami pengalaman, alasan, persepsi, dan makna loyalitas dari sudut pandang pengguna serta pihak bank,

bukan mengukur besarnya pengaruh secara statistik (Sugiyono, 2019). Unit analisisnya adalah praktik penggunaan layanan digital banking syariah pada BSI dan Bank Muamalat oleh nasabah generasi milenial di Kecamatan Sangatta Utara.

Penelitian dilaksanakan pada Desember 2025 sampai Mei 2026, mencakup persiapan instrumen, pengurusan akses, pengumpulan data, pengolahan, dan analisis. Lokasi penelitian meliputi wilayah Sangatta Utara, Teluk Lingga, Singa Gembara, dan Swarga Bara. Pemilihan informan dilakukan secara purposive dengan kriteria: termasuk generasi milenial, berdomisili di Kecamatan Sangatta Utara, menggunakan digital banking syariah, dan memanfaatkan layanan tersebut dalam transaksi sehari-hari. Dua pegawai bank dipilih karena memahami pelayanan, strategi, dan operasional kanal digital pada masing-masing bank.

Jumlah informan sebanyak 14 orang, terdiri atas enam nasabah BSI, enam nasabah Bank Muamalat, satu pegawai BSI, dan satu pegawai Bank Muamalat. Jumlah tersebut ditetapkan berdasarkan kecukupan informasi dan kemunculan pola yang berulang. Untuk kebutuhan publikasi, identitas nasabah disajikan dalam kode agar perhatian pembaca terarah pada pengalaman dan tema penelitian. Profil ringkas informan ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Profil Informan Penelitian

Kode	Kelompok	Usia/pekerjaan	Domisili	Lama menggunakan/menjadi nasabah
PB	Pegawai BSI	Marketing emas	Sangatta Utara	Memahami layanan dan sosialisasi BSI
PM	Pegawai Bank Muamalat	Relationship Manager Funding	Sangatta	Memahami Muamalat DIN dan e-channel
NB1	Nasabah BSI	41 tahun/pedagang	Swarga Bara	2 tahun
NB2	Nasabah BSI	44 tahun/ibu rumah tangga	Swarga Bara	2 tahun
NB3	Nasabah BSI	34 tahun/karyawan swasta	Teluk Lingga	3 tahun
NB4	Nasabah BSI	31 tahun/karyawan swasta	Singa Gembara	1 tahun
NB5	Nasabah BSI	39 tahun/karyawan swasta	Swarga Bara	4 tahun
NB6	Nasabah BSI	29 tahun/karyawan swasta	Swarga Bara	2 tahun
NM1	Nasabah Muamalat	41 tahun/guru	Swarga Bara	10 tahun
NM2	Nasabah Muamalat	34 tahun/guru	Swarga Bara	8 tahun
NM3	Nasabah Muamalat	34 tahun/ibu rumah tangga	Swarga Bara	3 tahun

Kode	Kelompok	Usia/pekerjaan	Domisili	Lama menggunakan/menjadi nasabah
NM4	Nasabah Muamalat	40 tahun/guru swasta	Singa Gembara	8 tahun
NM5	Nasabah Muamalat	34 tahun/karyawan swasta	Swarga Bara	2 bulan
NM6	Nasabah Muamalat	30 tahun/karyawan swasta	Teluk Lingga	7 tahun

Sumber: data primer penelitian, 2026.

Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pertanyaan terbuka mengenai pola penggunaan, kemudahan, manfaat, keamanan, kepuasan, alasan bertahan, kendala, serta strategi bank. Wawancara pegawai bank menggali perkembangan layanan, fitur, penerapan prinsip syariah, karakteristik pengguna, ukuran loyalitas, sosialisasi, dan rencana pengembangan. Observasi digunakan untuk melihat konteks pelayanan, interaksi nasabah dengan aplikasi, serta media edukasi dan umpan balik di kantor bank. Dokumentasi meliputi foto kegiatan, dokumen pendukung, publikasi statistik, regulasi, dan literatur ilmiah.

Analisis dilakukan secara interaktif melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles et al., 2014). Pada tahap reduksi, transkrip dikelompokkan ke dalam tema kemudahan, kecepatan, keamanan, reliabilitas, pelayanan, kepercayaan, kepuasan, prinsip syariah, penggunaan berulang, serta kendala. Pada tahap penyajian, tema dibandingkan antara nasabah BSI, nasabah Bank Muamalat, dan penjelasan pegawai bank. Penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap dengan memeriksa kasus yang mendukung maupun menyimpang dari pola dominan.

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu sebagai bagian dari pengujian kredibilitas penelitian kualitatif (Sugiyono, 2019). Pernyataan nasabah dibandingkan dengan keterangan pegawai bank dan dokumentasi; hasil wawancara dibandingkan dengan observasi; serta informasi dikumpulkan pada waktu berbeda untuk melihat konsistensi pengalaman. Penelitian juga menjaga jarak analitis antara klaim layanan dari pihak bank dan pengalaman aktual pengguna. Kutipan wawancara dipilih secara terbatas untuk memperkuat tema, sedangkan tafsir peneliti dibedakan dari pernyataan langsung informan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Konteks Wilayah dan Ekosistem Layanan Digital

Sangatta Utara memiliki luas administratif 333,56 km² dan terdiri atas empat desa/kelurahan. Swarga Bara merupakan wilayah terluas, sedangkan Teluk Lingga merupakan wilayah dengan luas paling kecil. Posisi Sangatta sebagai pusat pemerintahan Kabupaten Kutai Timur serta kedekatannya dengan aktivitas pertambangan mendorong pertumbuhan perdagangan, jasa, pendidikan, dan usaha mikro (Badan Pusat Statistik Kabupaten Kutai Timur, 2025). Mobilitas pekerja dan tingginya intensitas transaksi harian menciptakan kebutuhan terhadap layanan yang dapat diakses tanpa harus mendatangi kantor cabang.

Dalam konteks tersebut, telepon genggam berfungsi sebagai infrastruktur keuangan sehari-hari. Nasabah menggunakan aplikasi untuk transfer, mengecek saldo dan mutasi, membayar tagihan listrik, membeli pulsa dan paket data, membayar melalui QRIS, serta menerima gaji. Pola penggunaan tidak

terbatas pada transaksi bernilai besar; justru transaksi kecil dan berulang menjadikan aplikasi melekat pada rutinitas. Nilai layanan digital, dengan demikian, terutama muncul dari pengurangan waktu tunggu, biaya perjalanan, dan ketergantungan pada jam operasional kantor.

Pegawai BSI menyatakan bahwa penggunaan dan kualitas pelayanan digital meningkat dibandingkan tahun sebelumnya, meskipun sebelumnya terdapat keluhan layanan lambat. BSI menawarkan layanan transaksi dan fitur syariah dalam satu aplikasi, termasuk tabungan, investasi emas, tabungan haji, dan pembelian hewan kurban. Pegawai Bank Muamalat juga menyampaikan peningkatan pengguna e-channel, khususnya Muamalat DIN, serta menyebut CMS, token, QRIS, dan kanal transaksi digital sebagai layanan yang mendukung kebutuhan nasabah. Kedua bank sama-sama memosisikan digital banking bukan hanya sebagai kanal transaksi, tetapi sebagai pintu masuk terhadap ekosistem produk syariah.

Keterangan bank memperlihatkan bahwa inovasi fitur harus berjalan beriringan dengan edukasi. Pada BSI, sosialisasi dilakukan untuk investasi emas, pembiayaan usaha, pembiayaan rumah, dan penawaran langsung kepada pelaku usaha di pasar. Pada Bank Muamalat, customer service, teller, dan pegawai melakukan sosialisasi penggunaan Muamalat DIN, QRIS, serta keamanan transaksi. Bank Muamalat juga menyediakan barcode umpan balik pada meja customer service. Praktik ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak menghapus peran hubungan manusia; pegawai cabang tetap menjadi mediator yang membantu nasabah memahami aplikasi, risiko, dan prosedur transaksi.

Tabel 2. Perbandingan Praktik Digital Banking BSI dan Bank Muamalat di Sangatta

Aspek	BSI	Bank Muamalat	Makna bagi loyalitas
Kanal/fitur dominan	Aplikasi terintegrasi; transfer, pembayaran, QRIS, tabungan, emas, haji, kurban	Muamalat DIN, QRIS, CMS, token dan e-channel	Kelengkapan fitur meningkatkan relevansi dan intensitas penggunaan
Penekanan keamanan	Pengawasan, akad jelas, SOP pelayanan, perbaikan sistem	PIN transaksi acak menurut pegawai, OTP/token, edukasi keamanan	Keamanan membangun rasa nyaman dan kepercayaan
Edukasi dan relasi	Sosialisasi produk; kunjungan langsung ke pasar/UMKM	Sosialisasi oleh CS/teller; barcode umpan balik; penjelasan cut-off	Hubungan manusia mengurangi kesenjangan literasi digital
Kendala utama	Sistem padat dan jaringan dapat memperlambat layanan	Ketidapahaman batas waktu transaksi, jaringan, dan pemeliharaan sistem	Reliabilitas dan komunikasi gangguan menentukan pemulihan kepuasan
Orientasi syariah	Tidak menggunakan bunga; akad dan produk diawasi	Penjelasan akad murabahah, wadiah, ijarah, dan prinsip syariah	Legitimasi syariah memperkuat ketenangan dan komitmen

Sumber: hasil wawancara pegawai BSI dan Bank Muamalat, 2026.

3.2. Kemudahan, Kecepatan, dan Nilai Fungsional

Kemudahan penggunaan merupakan tema paling konsisten pada kedua kelompok nasabah. Antarmuka yang sederhana, langkah transaksi yang dapat dipahami, dan kemampuan mengakses layanan melalui telepon genggam mengurangi hambatan penggunaan. Informan tidak mendefinisikan kemudahan sebagai desain visual semata, tetapi sebagai kemampuan menyelesaikan kebutuhan keuangan tanpa pergi ke ATM atau kantor bank. NB1, seorang pedagang, menekankan bahwa aplikasi memungkinkan pengecekan saldo dan transfer dari toko sehingga aktivitas usaha tidak perlu ditinggalkan.

“Manfaatnya lebih praktis, jadi tidak perlu lagi ke bank atau ATM. Sangat membantu menghemat waktu.”

— NB1, nasabah BSI, wawancara 9 Mei 2026

Pengalaman tersebut serupa dengan NB2 yang menggunakan aplikasi untuk transfer, pengecekan saldo, dan pembayaran tagihan listrik. Bagi pengguna yang mengelola rumah tangga, kemampuan melakukan transaksi dari rumah menghasilkan manfaat yang sangat konkret. Pada nasabah yang bekerja, seperti NB3 dan NM1, layanan digital mengurangi gangguan terhadap jam kerja. Temuan tersebut sejalan dengan kajian yang menempatkan kemudahan dan kualitas sistem sebagai dimensi penting kepuasan mobile banking bank syariah (Fianto et al., 2021).

Kecepatan juga dipahami secara luas. Nasabah menilai layanan cepat ketika transaksi dapat dilakukan segera, konfirmasi muncul dengan jelas, dan dana atau pembayaran diproses tanpa menunggu. Penggunaan QRIS, pembelian pulsa, pembayaran listrik, serta transfer menjadi contoh fitur yang paling sering disebut. Ketersediaan akses 24 jam memungkinkan nasabah menyesuaikan transaksi dengan ritme kerja, keluarga, dan usaha. Kemudahan temporal tersebut menciptakan nilai fungsional yang berulang, lalu membentuk kebiasaan.

NM4 menggambarkan manfaat digital banking sebagai transaksi yang lebih cepat, praktis, hemat waktu, dan dapat dilakukan kapan saja. NM6 menilai bahwa selama telepon genggam dan paket data tersedia, berbagai pembayaran dapat diakses dengan sederhana. Efisiensi aplikasi berpengaruh terhadap keberlanjutan penggunaan layanan bank syariah (Rahma & Sofyani, 2024). Temuan penelitian ini menambahkan bahwa efisiensi dirasakan secara kontekstual: pedagang membutuhkannya agar tidak meninggalkan usaha, guru membutuhkannya di sela pekerjaan, dan karyawan membutuhkannya untuk menerima serta mengelola gaji.

Kelengkapan fitur memperluas alasan untuk tetap berada dalam satu aplikasi. Fitur transaksi dasar membangun penggunaan rutin, sedangkan fitur investasi, tabungan haji, zakat, atau produk syariah lainnya meningkatkan keterikatan dengan ekosistem bank. Pada BSI, minat generasi muda terhadap emas digital disebut sebagai salah satu pintu hubungan jangka panjang. Pada Bank Muamalat, QRIS dan e-channel mendukung kebutuhan pengguna yang mengutamakan pembayaran cepat. Dengan demikian, fitur meningkatkan loyalitas ketika relevan dengan kebutuhan, bukan semata-mata karena jumlahnya banyak.

3.3. Keamanan, Reliabilitas, dan Kepercayaan

Keamanan menjadi prasyarat sebelum kemudahan dapat berubah menjadi loyalitas. Nasabah menghubungkan keamanan dengan tidak adanya saldo terpotong tanpa penjelasan, adanya PIN atau OTP, notifikasi transaksi, serta kemampuan bank membantu ketika terjadi masalah. Perasaan aman mengurangi persepsi risiko dan menumbuhkan kepercayaan bahwa aplikasi layak digunakan untuk transaksi berulang. NB1 menyatakan belum pernah mengalami pemotongan saldo yang tidak wajar, sedangkan NM4 menyebut PIN, OTP, dan notifikasi sebagai sumber rasa aman.

Bank Muamalat menekankan mekanisme verifikasi transaksi dan edukasi penggunaan yang aman. Pegawai menjelaskan penggunaan pola PIN transaksi tertentu yang berubah secara acak sebagai upaya mencegah penyalahgunaan. Pernyataan tersebut dipahami sebagai praktik yang diterangkan oleh pegawai pada tingkat cabang, bukan evaluasi teknis independen terhadap sistem. BSI, di sisi lain, menekankan pengawasan, pelayanan sesuai SOP, dan perbaikan kualitas aplikasi. Pada kedua bank, keamanan yang dirasakan nasabah terbentuk dari kombinasi desain sistem dan komunikasi bank.

Kepercayaan juga dipengaruhi oleh reliabilitas. Aplikasi yang lambat pada saat sistem padat, jaringan tidak stabil, pemeliharaan sistem, atau gagal transfer dapat mengganggu pengalaman. Hampir seluruh kendala yang disebut informan bersifat teknis dan temporer, terutama kualitas jaringan internet. Sebagian nasabah dapat menerima gangguan ketika jarang terjadi dan bank memberikan penjelasan. Namun gangguan yang berulang tanpa komunikasi dapat mengikis kepercayaan karena nasabah tidak dapat memastikan apakah masalah berasal dari jaringan pribadi, sistem bank, atau proses transaksi.

Kualitas layanan elektronik dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna layanan digital bank syariah (Rezeki et al., 2023). Temuan lapangan memperjelas mekanismenya: sistem yang stabil menciptakan rasa terkendali; rasa terkendali menghasilkan kenyamanan; dan kenyamanan mendorong penggunaan ulang. Sebaliknya, kegagalan transaksi menimbulkan biaya psikologis berupa kecemasan serta kebutuhan memeriksa ulang saldo. Oleh karena itu, ukuran reliabilitas sebaiknya tidak hanya berupa uptime sistem, tetapi juga kejelasan status transaksi, notifikasi, kecepatan pemulihan, dan akses bantuan.

NM4 menilai aplikasi jarang mengalami gangguan dan customer service cepat membantu ketika ada masalah. Pernyataan ini menunjukkan bahwa kualitas digital dan kualitas manusia saling melengkapi. Ketika sistem gagal, respons petugas menjadi momen penentu loyalitas. Pemulihan layanan yang cepat dapat mempertahankan kepercayaan, sedangkan respons lambat membuat nasabah mempertimbangkan kanal lain.

“Pengalaman saya terhadap kualitas layanan digital banking cukup baik. Aplikasi jarang mengalami gangguan dan customer service juga cepat membantu ketika ada masalah.” NM4, nasabah Bank Muamalat, wawancara 2026

3.4. Kualitas Pelayanan dan Peran Interaksi Manusia

Meskipun transaksi berlangsung melalui aplikasi, pengalaman loyalitas tidak sepenuhnya digital. Nasabah tetap menilai keramahan, kecepatan respons, kesediaan menjelaskan fitur, dan kemampuan menyelesaikan keluhan. Pegawai BSI menyatakan bahwa pelayanan diberikan sesuai SOP dan sosialisasi dilakukan melalui penjelasan produk serta kunjungan ke pelaku usaha. Pegawai Bank Muamalat menyebut sosialisasi rutin oleh customer service dan teller, sekaligus membuka kanal umpan balik melalui barcode di meja pelayanan.

Temuan tersebut penting karena tingkat pemahaman digital masyarakat tidak seragam. Nasabah milenial memang terbiasa menggunakan telepon pintar, tetapi tidak semua memahami fitur investasi, pengaturan keamanan, batas waktu transaksi, atau konsekuensi akad. Kesalahan penggunaan dapat dipersepsikan sebagai kegagalan bank apabila penjelasan tidak memadai. Dengan demikian, edukasi berfungsi sebagai bagian dari kualitas layanan dan manajemen risiko, bukan sekadar promosi.

Pada BSI, pendekatan langsung ke pasar memperlihatkan upaya menghubungkan layanan digital dengan kebutuhan usaha kecil. Pendekatan ini dapat meningkatkan akuisisi sekaligus membangun kedekatan karena bank hadir pada ruang aktivitas nasabah. Pada Bank Muamalat, penjelasan mengenai

batas waktu sistem berperan mencegah ekspektasi yang keliru ketika transaksi tidak dapat dilakukan pada waktu tertentu. Kedua praktik memperlihatkan bahwa loyalitas digital dibentuk melalui desain hibrida: aplikasi menyelesaikan transaksi rutin, sementara petugas membangun pemahaman, rasa dihargai, dan pemulihan ketika terjadi kendala.

Kualitas pelayanan juga mengubah kepuasan sesaat menjadi hubungan jangka panjang. Nasabah yang memperoleh pengalaman positif cenderung menyebut bank sebagai institusi yang dapat dipercaya dan berniat terus menggunakan aplikasi. Kepercayaan dan komitmen merupakan faktor penting dalam membentuk loyalitas nasabah bank syariah (Lubis et al., 2022). Namun, kepercayaan dalam penelitian ini tidak hanya berasal dari reputasi institusi; kepercayaan dibangun ulang setiap kali aplikasi bekerja, petugas merespons, dan transaksi selesai dengan benar.

3.5. Kepatuhan Syariah sebagai Legitimasi dan Ketenangan

Kesesuaian syariah merupakan faktor pembeda yang tidak ditemukan dalam kerangka loyalitas bank digital secara umum. Sebagian informan menyatakan bahwa penggunaan bank syariah memberi rasa tenang karena transaksi dipercaya sesuai dengan prinsip Islam. Pegawai BSI menjelaskan bahwa pembiayaan tidak menggunakan bunga dan nominal serta akad disepakati sejak awal. Pegawai Bank Muamalat menekankan penjelasan akad, seperti murabahah, wadiah, dan ijarah, sebelum nasabah bertransaksi.

Bagi nasabah, legitimasi syariah tidak selalu dinilai melalui pengetahuan teknis yang rinci. Banyak informan menggunakan indikator sederhana: bank berlabel syariah, akad dijelaskan, tidak ada bunga, dan layanan terasa transparan. NM3 menyatakan lebih nyaman dan tenang karena menggunakan bank syariah. NM5 menyebut kepercayaan dan kesesuaian syariah sebagai alasan bertahan. Ini menunjukkan bahwa persepsi kepatuhan syariah berfungsi sebagai sumber kepercayaan normatif, melengkapi kepercayaan teknis terhadap keamanan aplikasi.

Religiositas berpengaruh terhadap niat nasabah Muslim dalam mengadopsi mobile banking bank syariah (Sudarsono et al., 2022). Temuan penelitian ini memperluas pembahasan tersebut ke tahap pascaadopsi. Nilai syariah tidak hanya membantu seseorang memilih bank pada awal hubungan, tetapi juga memberi alasan moral untuk tetap menggunakan layanan. Walaupun demikian, label syariah tidak dapat menggantikan kualitas teknologi. Nasabah tetap menuntut aplikasi yang stabil, cepat, dan mudah. Loyalitas paling kuat muncul ketika kepatuhan syariah dan kualitas fungsional saling menguatkan.

Implikasinya, komunikasi syariah perlu dibuat lebih konkret di dalam aplikasi dan pelayanan. Penjelasan singkat mengenai akad, biaya, sumber keuntungan, status transaksi, dan manfaat sosial dapat meningkatkan pemahaman tanpa membebani pengguna. Transparansi tersebut penting agar kepatuhan syariah tidak hanya diterima sebagai klaim institusi, tetapi dipahami sebagai karakter layanan yang dapat dirasakan.

“Karena saya merasa nyaman pakainya dan lebih tenang juga karena menggunakan bank syariah, jadi insyaallah sesuai syariat Islam.” NM3, nasabah Bank Muamalat, wawancara 2026

3.6. Dari Kepuasan Menuju Loyalitas: Penggunaan Rutin dan Komitmen

Hasil penelitian menunjukkan alur yang relatif konsisten: kemudahan, kecepatan, keamanan, fitur, dan pelayanan menghasilkan manfaat yang dirasakan; manfaat membentuk kepuasan; kepuasan yang berulang meningkatkan kepercayaan; dan kepercayaan mendorong penggunaan berkelanjutan. Kepuasan berperan sebagai penghubung antara kualitas layanan digital dan retensi atau e-loyalty (Alfarizi, 2023; Mutmainah & Apriadi, 2025; Rezeki et al., 2023).

Namun, tidak seluruh penggunaan berulang memiliki kekuatan loyalitas yang sama. NB4 menggunakan rekening BSI terutama karena penggajian dari tempat kerja, lalu memindahkan dana ke bank lain setelah menerima gaji. Kasus ini penting karena menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan dapat dihasilkan oleh ketentuan organisasi. Secara perilaku, nasabah tetap aktif; secara sikap, preferensi terhadap bank belum tentu kuat. Pola tersebut mendekati loyalitas semu atau inerti, yaitu penggunaan yang bertahan karena struktur eksternal, bukan komitmen mendalam.

Sebaliknya, NB1, NM4, dan NM6 menunjukkan kombinasi penggunaan rutin, kepuasan, kepercayaan, dan alasan memilih yang lebih jelas. Mereka menyebut kepraktisan, keamanan, pelayanan, serta kesesuaian syariah sebagai alasan bertahan. Loyalitas perlu dibaca melalui hubungan antara perilaku penggunaan ulang dan sikap relatif terhadap penyedia layanan (Dick & Basu, 1994). Bank yang hanya menghitung jumlah login atau transaksi berisiko melebihi tingkat loyalitas.

Pengukuran loyalitas digital perlu memadukan indikator perilaku dan sikap. Indikator perilaku meliputi frekuensi transaksi, keragaman fitur, lama penggunaan, dan proporsi transaksi yang dipertahankan dalam ekosistem bank. Indikator sikap meliputi kepercayaan, preferensi, niat melanjutkan, kesediaan merekomendasikan, persepsi syariah, dan respons ketika tersedia alternatif. Wawancara singkat setelah penanganan keluhan dan survei pengalaman digital dapat membantu bank membedakan nasabah aktif karena kebutuhan administratif dari nasabah yang benar-benar terikat.

Temuan ini juga menjelaskan mengapa kualitas hubungan tetap penting. Nasabah yang awalnya menggunakan rekening karena penggajian masih dapat dikembangkan menjadi loyal apabila bank memberi pengalaman yang relevan, menawarkan fitur sesuai kebutuhan, dan membangun kepercayaan. Dengan kata lain, penggunaan administratif adalah titik masuk, bukan jaminan loyalitas.

Tabel 3. Tema Temuan dan Implikasinya terhadap Loyalitas

Tema	Bukti pengalaman informan	Mekanisme loyalitas	Risiko bila tidak dikelola
Kemudahan dan efisiensi	Transaksi melalui HP; tidak perlu ke bank/ATM; akses 24 jam	Nilai fungsional dan kebiasaan penggunaan	Nasabah berpindah ke aplikasi yang lebih sederhana
Keamanan dan reliabilitas	PIN/OTP/notifikasi; transaksi aman; gangguan jaringan dan pemeliharaan sistem	Kepercayaan dan pengurangan risiko	Kecemasan, penurunan penggunaan, perpindahan dana
Pelayanan manusia	Sosialisasi, bantuan CS, penjelasan fitur dan cut-off	Kepuasan, pemulihan layanan, rasa dihargai	Kesalahan penggunaan dan keluhan berulang
Kepatuhan syariah	Akad jelas; bebas bunga; rasa tenang menggunakan bank syariah	Legitimasi normatif dan komitmen	Label syariah dianggap simbolik tanpa transparansi
Kelengkapan fitur	Transfer, tagihan, QRIS, pulsa, investasi emas, haji	Keterikatan pada ekosistem dan penggunaan silang fitur	Fitur tidak relevan menambah kompleksitas
Penggunaan administratif	Rekening gaji tetap digunakan tetapi dana dipindahkan	Perilaku ulang tanpa preferensi kuat	Bank salah menilai aktivitas sebagai loyalitas

Sumber: sintesis data primer penelitian, 2026.

3.7. Strategi Penguatan Loyalitas pada BSI dan Bank Muamalat

Strategi kedua bank memiliki fondasi yang sama, yaitu pengembangan fitur, peningkatan keamanan, pelayanan responsif, dan edukasi. Perbedaannya terletak pada penekanan. BSI menonjolkan integrasi berbagai produk dalam satu aplikasi dan sosialisasi langsung terhadap segmen usaha serta investasi. Strategi ini memungkinkan bank memperluas hubungan dari transaksi dasar menuju tabungan, pembiayaan, investasi emas, haji, dan aktivitas sosial-keagamaan. Semakin banyak kebutuhan yang diselesaikan dalam satu ekosistem, semakin tinggi biaya perpindahan dan potensi retensi.

Bank Muamalat menonjolkan keamanan transaksi, kanal e-channel, QRIS, sosialisasi rutin oleh petugas, dan mekanisme umpan balik. Penjelasan mengenai batas waktu sistem menjadi strategi penting karena beberapa keluhan muncul dari perbedaan ekspektasi waktu. Ketika nasabah memahami batas operasional dan status transaksi, mereka lebih mampu membedakan kendala sistem dari kesalahan aplikasi. Transparansi operasional dapat mengurangi ketidakpastian dan menjaga kepercayaan.

Pada kedua bank, strategi loyalitas sebaiknya bergerak dari promosi produk menuju manajemen pengalaman. Pertama, stabilitas aplikasi dan jaringan perlu dipantau berdasarkan waktu, jenis transaksi, serta titik kegagalan yang paling sering terjadi. Kedua, komunikasi gangguan harus proaktif melalui notifikasi yang menjelaskan status, estimasi pemulihan, dan tindakan aman. Ketiga, edukasi keamanan perlu menggunakan bahasa sederhana dan contoh penipuan yang relevan. Keempat, informasi akad dan biaya harus mudah ditemukan di dalam aplikasi.

Kelima, segmentasi milenial perlu dibangun berdasarkan kebutuhan, bukan hanya usia. Pedagang membutuhkan QRIS, laporan transaksi, dan penyelesaian dana yang jelas; karyawan membutuhkan penggajian, transfer otomatis, dan perencanaan keuangan; guru serta rumah tangga membutuhkan pembayaran tagihan dan pengelolaan pengeluaran; pengguna dengan orientasi religius membutuhkan informasi akad dan fitur sosial-keagamaan. Personalisasi yang relevan dapat meningkatkan manfaat tanpa membuat aplikasi terlalu rumit.

Keenam, bank perlu membangun indikator loyalitas yang lebih lengkap. Selain jumlah pengguna aktif, bank dapat mengukur retensi 30/90 hari, keragaman fitur, proporsi saldo yang bertahan setelah penggajian, penyelesaian keluhan, rekomendasi, serta pemahaman prinsip syariah. Pengukuran tersebut membantu membedakan loyalitas yang bertumpu pada pengalaman positif dari penggunaan yang sekadar dipaksakan oleh kebutuhan eksternal.

Ketujuh, kantor cabang perlu dipertahankan sebagai pusat pendampingan digital. Transformasi digital sering diasumsikan mengurangi kebutuhan interaksi fisik, padahal temuan menunjukkan bahwa penjelasan petugas menentukan keberhasilan penggunaan. Program klinik digital singkat, pendampingan saat aktivasi, simulasi transaksi aman, dan tindak lanjut setelah keluhan dapat memperkuat kepercayaan, terutama bagi nasabah yang baru menggunakan layanan.

3.8. Hambatan Lokal dan Implikasi Teoretis

Hambatan utama yang muncul adalah jaringan internet tidak stabil, kepadatan sistem, pemeliharaan sistem, gagal transfer sementara, serta ketidakpahaman terhadap cut-off. Hambatan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman digital merupakan hasil interaksi antara infrastruktur publik, sistem bank, perangkat nasabah, dan literasi pengguna. Bank tidak dapat mengendalikan

seluruh komponen, tetapi dapat mengurangi dampaknya melalui desain aplikasi yang toleran terhadap koneksi lemah, status transaksi yang jelas, kanal bantuan cepat, dan komunikasi yang transparan.

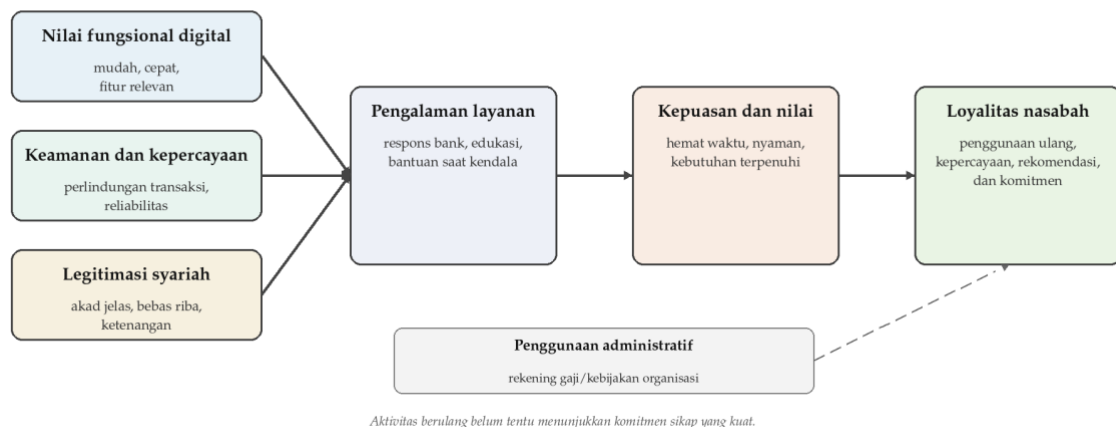
Literasi digital juga bersifat berlapis. Nasabah dapat mahir melakukan transfer tetapi belum memahami keamanan akun, OTP, phishing, akad, biaya, atau waktu penyelesaian transaksi. Karena itu, keberhasilan adopsi tidak identik dengan literasi yang memadai. Edukasi perlu dilakukan terus-menerus dan disesuaikan dengan tahap penggunaan: aktivasi, transaksi dasar, pemanfaatan fitur lanjutan, keamanan, serta penanganan masalah.

Secara teoretis, penelitian ini menghasilkan tiga proposisi. Pertama, loyalitas digital bank syariah terbentuk melalui konvergensi nilai fungsional, kepercayaan berbasis keamanan, kualitas hubungan, dan legitimasi syariah. Kekurangan pada salah satu unsur dapat melemahkan unsur lain; aplikasi yang mudah tetapi sering gagal tidak dipercaya, sedangkan bank yang dipercaya secara religius tetapi tidak efisien dapat kehilangan transaksi harian.

Kedua, kepuasan berfungsi sebagai mekanisme penghubung, tetapi sifatnya kumulatif. Kepuasan bukan hasil satu transaksi yang berhasil, melainkan penilaian atas rangkaian interaksi: aplikasi berjalan, notifikasi jelas, petugas membantu, dan akad dapat dipahami. Setiap pengalaman menjadi bukti baru yang menguatkan atau melemahkan kepercayaan.

Ketiga, loyalitas perilaku perlu dibedakan dari loyalitas sikap. Penggunaan karena rekening gaji, kebijakan perusahaan, atau keterbatasan alternatif dapat menghasilkan angka aktivitas tinggi tanpa komitmen. Temuan ini memberi koreksi terhadap pengukuran retensi yang hanya berbasis transaksi. Model konseptual pada Gambar 1 merangkum hubungan antarunsur tersebut.

Model Konseptual Temuan: Pembentukan Loyalitas pada Digital Banking Syariah



Gambar 1. Model Konseptual Pembentukan Loyalitas pada Digital Banking Syariah

Model tersebut menempatkan nilai fungsional, keamanan, dan legitimasi syariah sebagai masukan utama yang diproses melalui pengalaman layanan. Kepuasan dan nilai yang dirasakan kemudian mendorong loyalitas, tetapi terdapat jalur alternatif berupa penggunaan administratif yang dapat mempertahankan aktivitas tanpa sikap loyal yang kuat. Garis umpan balik menandai bahwa pengalaman setelah penggunaan—terutama saat terjadi kendala—akan memperbarui kepercayaan dan keputusan nasabah untuk bertahan.

Kontribusi praktisnya adalah perlunya koordinasi antara tim teknologi, cabang, pemasaran, layanan pelanggan, kepatuhan syariah, dan manajemen risiko. Loyalitas tidak dapat dibebankan hanya kepada kualitas aplikasi atau keramahan petugas. Ia merupakan hasil konsistensi seluruh titik kontak.

Pada wilayah seperti Sangatta Utara, strategi tersebut juga perlu mempertimbangkan mobilitas pekerja, pola penggajian, kebutuhan UMKM, dan kualitas konektivitas setempat.

3.9. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan. Pertama, studi dilakukan pada satu kecamatan dan dua bank sehingga temuan bersifat kontekstual dan tidak dimaksudkan untuk generalisasi statistik. Kedua, jumlah informan terbatas dan pengalaman yang disampaikan bersifat subjektif. Ketiga, akses serta penjadwalan wawancara dengan bank memerlukan waktu yang panjang sehingga pengamatan operasional tidak dapat dilakukan secara terus-menerus. Keempat, penelitian tidak menggunakan data log transaksi, ukuran uptime, tingkat penyelesaian keluhan, atau statistik retensi yang dimiliki bank; karena itu, hubungan antara pengalaman dan loyalitas dibangun dari narasi informan.

Keterbatasan tersebut sekaligus membuka agenda penelitian berikutnya. Studi kuantitatif dapat menguji model yang memadukan kualitas digital, kepercayaan, kepatuhan syariah, kepuasan, dan loyalitas. Data perilaku dapat digunakan untuk membedakan pengguna aktif, pengguna pasif, serta nasabah penggajian yang memindahkan dana. Penelitian komparatif antarkecamatan atau antara bank syariah dan bank digital konvensional juga diperlukan untuk menilai pengaruh konteks jaringan, pekerjaan, dan religiositas.

4. KESIMPULAN

Digital banking syariah berperan penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah milenial BSI dan Bank Muamalat di Sangatta Utara melalui kemudahan akses, kecepatan, efisiensi waktu, keamanan, kelengkapan fitur, dan kenyamanan transaksi. Faktor tersebut membangun manfaat yang dirasakan dan kepuasan, kemudian berkembang menjadi kepercayaan serta penggunaan berkelanjutan. Namun teknologi bukan satu-satunya penentu; pelayanan manusia, edukasi, pemulihan gangguan, dan komunikasi yang responsif tetap menjadi bagian dari pengalaman digital.

Loyalitas juga diperkuat oleh persepsi kepatuhan syariah. Akad yang jelas, tidak digunakannya bunga, transparansi, dan keyakinan bahwa transaksi sesuai nilai Islam memberi ketenangan yang tidak dapat digantikan oleh kecepatan aplikasi. Kualitas fungsional dan legitimasi syariah harus hadir secara bersamaan. Label syariah tanpa sistem yang reliabel tidak cukup, demikian pula aplikasi yang canggih tanpa penjelasan syariah dapat kehilangan identitas pembeda.

BSI menekankan integrasi fitur dan sosialisasi produk secara langsung, sedangkan Bank Muamalat menonjolkan keamanan transaksi, edukasi e-channel, umpan balik, dan pemahaman waktu sistem. Kedua bank menghadapi kendala serupa berupa jaringan, kepadatan sistem, pemeliharaan sistem, dan variasi literasi. Strategi yang direkomendasikan mencakup peningkatan reliabilitas, notifikasi gangguan yang transparan, edukasi keamanan, penjelasan akad di aplikasi, segmentasi berdasarkan kebutuhan, serta pengukuran loyalitas yang menggabungkan perilaku dan sikap.

Temuan paling penting adalah bahwa penggunaan rutin tidak selalu sama dengan loyalitas yang kuat. Rekening gaji atau ketentuan organisasi dapat mempertahankan aktivitas meskipun dana dipindahkan dan preferensi nasabah berada pada bank lain. Karena itu, bank perlu menilai bukan hanya jumlah transaksi, tetapi juga kepercayaan, keragaman fitur, saldo yang bertahan, niat melanjutkan, rekomendasi, dan kualitas hubungan. Dengan pendekatan tersebut, digital banking syariah dapat berkembang dari alat transaksi menjadi fondasi hubungan jangka panjang yang fungsional, aman, dan bermakna secara syariah.

REFERENSI

- Alfarizi, M. (2023). Interaction of customer satisfaction and digital service retention: Evidence of PLS from Indonesian Islamic banking. *International Journal of Islamic Economics and Finance*, 6(1), 151–180. <https://doi.org/10.18196/ijief.v6i1.16824>
- Arif, M. (2021). *Generasi millennial dalam internalisasi karakter Nusantara*. Kediri: IAIN Kediri Press.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kutai Timur. (2025). *Kecamatan Sangatta Utara dalam angka 2025*. Kutai Timur: BPS Kabupaten Kutai Timur.
- Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22, 99–113.
- Fianto, B. A., Rahmawati, C. K., & Supriani, I. (2021). Mobile banking services quality and its impact on customer satisfaction of Indonesian Islamic banks. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 7(1), 59–76. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol7.iss1.art5>
- Gisatriadi, N. (2024). Perkembangan perbankan syariah di era digital. *Jurnal Media Ilmu*, 3(2), 216–231. <https://doi.org/10.31869/jmi.v3i2.6092>
- Hutagaol, M., & Napitupulu, T. A. (2022). Customer acceptance of digital banking: A study on government's bank in Greater Jakarta. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 226–238. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v30i3.2238>
- Lubis, A., Effendi, I., & Rosalina, D. (2022). Pengaruh kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Medan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 896–902.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Milza, A. T., Fasa, M. I., Suharto, & Fachri, A. (2021). Implementasi BSI Mobile sebagai wujud tercapainya paperless dan penerapan green banking. *Indonesian Journal of Accounting and Business*, 3(1), 1–12.
- Mutmainah, C. A., & Apriadi, D. (2025). Analisis digitalisasi layanan keuangan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Bandung. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 5(2), 118–135.
- Muzdalipah, & Mahmudi. (2023). Digitalisasi perbankan syariah: Penggunaan BSI Mobile di era generasi milenial. *Jurnal Perbankan Syariah*, 12(1), 12–21.
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer* (2nd ed.). New York, NY: Routledge.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2023 tentang layanan digital oleh bank umum*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Rahma, N., & Sofyani, H. (2024). The influence of Islamic banking digital service quality on intention to continue using Islamic banking: A case of Indonesia. *Journal of Accounting and Investment*, 25(1), 269–288. <https://doi.org/10.18196/jai.v25i1.18841>
- Rezeki, M. R., Majid, M. S. A., & Kassim, S. H. (2023). The effect of e-service quality on e-loyalty of Islamic banking customers: Does e-satisfaction act as mediator? *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 9(2), 228–245. <https://doi.org/10.20885/JEKI.vol9.iss2.art6>
- Sudarsono, H., Kholid, M. N., Trisanty, A., & Maisaroh. (2022). The intention of Muslim customers to adopt mobile banking: The case of Islamic banks in Indonesia. *Cogent Business & Management*, 9(1), 2154102. <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2154102>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.