Customer Loyalty Nasabah BSI: Peran *Customer Satisfaction* terhadap *Service Quality* dan *Complaint Handling*

KARYA AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana

YUYUN
NIM. B1021201127

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK

2025

Customer Loyalty Nasabah BSI: Peran *Customer Satisfaction* terhadap *Service Quality* dan *Complaint Handling*

KARYA AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana

YUYUN
NIM. B1021201127

PROGRAM STUDI
MANAJEMEN FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK

2025

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Nama	: Yuyun
NIM	: B1021201127
Jurusan	: Manajemen
Konsentrasi	: Pemasaran
Judul Karya Akhir	: *Customer Loyalty* Nasabah BSI: Peran *Customer Satisfaction* terhadap *Service Quality* dan *Complaint Handling*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Akhir dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).
Apabila di dalamnya terbukti penulis melakukan plagiat, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Skripsi/Tesis/Disertasi dengan judul tersebut di atas.
Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 02 juli 2025



Yuyun
NIM. B1021201127

PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	:	YUYUN
NIM	:	B1021201127
Jurusan	:	Manajemen
Program Studi	:	Manajemen Reguler A
Konsentrasi	:	Pemasaran
Tanggal Ujian	:	02 Juli 2025

Judul Karya Akhir :
Customer Loyalty Nasabah BSI: Peran Customer Satisfaction terhadap Service Quality dan Complaint Handling

Menyatakan bahwa Karya Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 02 Juli 2025



Yuyun
NIM. B1021201127

LEMBAR YURIDIS

CUSTOMER LOYALTY* NASABAH BSI: PERAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *SERVICE QUALITY* DAN *COMPLAINT HANDLING

Penanggung jawab Yuridis

Yuyun
B1021201127

Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Tanggal Ujian : 02 Juli 2025

MAJELIS PENGUJI

Majelis Penguji	Nama NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
Pembimbing 1	Dr. Maria Christiana Iman Kalis, S.E., M.M. NIP. 196905152000032001	29/7-25	
Pembimbing 2	Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M. NIP. 199205082019031006	29/7-25	
Penguji 1	Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si. NIP. 197305012003122001	29/7-25	
Penguji 2	Harry Setiawan, S.E., M.M. NIP. 198510112019031010	29/7-25	

Dinyatakan telah memenuhi persyaratan dan lulus oleh Majelis Penguji dalam Ujian Karya Akhir Program Riset Karya Akhir dan Komprehensif untuk memperoleh gelar Sarjana.

Pontianak, 19 AUG 2025
Koordinator Program Studi Manajemen

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI UNIVERSITAS TANJUNGPURA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
NIP. 199205082019031006

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulliah Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir yang berjudul **" *customer loyalty* nasabah BSI : peran *customer satisfaction* terhadap *service quality* dan *complaint handling*"** dengan baik. Karya akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan program strata satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak. Karya akhir ini dihadiahkan spesial kepada Ayah, Ibu dan keluarga tercinta penulis.

Penulis juga banyak mendapatkan bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Garuda Wiko, S.H., M.Si., FCBArb. selaku Rektor Universitas Tanjungpura.
2. Dr. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
3. Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
4. Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakutas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
5. Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
6. Dr. Maria Christiana Iman Kalis, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis mulai sejak pertama sebagai mahasiswa S1 manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, hingga berhasil menyelesaikan Karya Akhir.
7. Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M. selaku Dosen pembimbing MBKM Riset yang telah memberikan bimbingan, masukan dan pengalaman berharga sebagai penulis artikel ilmiah.
8. Bapak dan Ibu Dosen pengelola MBKM Riset Program Studi Manajemen yang telah memberikan materi serta pengarahan selama program berlangsung.
9. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan pengalaman dan pembelajaran berharga bagi penulis selama menjalani perkuliahan sebagai mahasiswa S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
10. Kepada keluarga tercinta atas doa, dukungan, dan pengorbanan tanpa batas yang menjadi sumber semangat penulis dalam menyelesaikan Pendidikan S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
11. Kepada rekan-rekan seperjuangan Dilla Melinia Okta, Harisa Juliani, Markel Yosa dan Derry triatmojo serta rekan lainnya yang telah menemani dan memotivasi penulis.
12. Serta semua pihak yang telah memberikan perhatian dan dukungannya yang tidak bisa penulis tuliskan satu per-satu.

Peneliti sudah berusaha sebaik mungkin dalam menyelesaikan karya akhir ini. Apabila masih terdapat kekurangan, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan karya akhir ini. Peneliti berharap karya akhir ini dapat diterima dan bermanfaat bagi pihak dimasa yang akan datang.

Pontianak, 02 Juli 2025

Yuyun
NIM. B1021201127

Customer Loyalty Nasabah BSI: Peran Customer Satisfaction terhadap Service Quality dan Complaint Handling

YUYUN

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura, Pontianak

ABSTRAK

Bank Syariah Indonesia dianggap sebagai instansi financial yang berlandaskan kaidah Islam dan nilai-nilai moral, yang menjadikannya pilihan utama bagi mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam. *Service quality* yang baik dan *complaint handling* yang efektif, serta kemampuan bank dalam memenuhi harapan nasabah, memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat *Customer Satisfaction*, baik bagi nasabah yang menabung maupun yang menggunakan produk perbankan tersebut. *Customer satisfaction* tersebut kemudian berpengaruh terhadap *customer loyalty* dalam jangka panjang. Studi ini ingin mengevaluasi pengaruh *Service Quality* dan *Complaint Handling* pada *Customer Loyalty*, dengan *Customer Satisfaction* dijadikan variabel mediasi, di Bank Syariah Indonesia. Sebanyak 200 responden ditentukan melalui purposive sampling. Datanya didapati secara membagikan kuesioner serta dianalisa bermetode Structural Equation Modeling dengan Smart PLS. studi ini menghasilkan bila *service quality* dan *complaint handling* berkontribusi signifikan positif pada *customer satisfaction*, *sevice quality* dan complaint handling berkontribusi signifikan positif pada *customer loyalty*, *customer satisfaction* berkontribusi signifikan positif pada *customer loyalty*, dan *customer satisfaction* memediasikan pengaruh *complaint handling* serta *service quality* pada *customer loyalty.*

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan;penangan Keluhan;Kepuasan Pelanggan;Loyalitas Nasabah

BSI Customer Loyalty: The Role of Customer Satisfaction in Service Quality and Complaint Handling

Yuyun

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura, Indonesia

ABSTRACT

Bank Syariah Indonesia is a financial institution that plays a role based on the concept of Islamic morals, making it the preferred choice for the majority of Indonesia's Muslim population. Good service quality and effective complaint handling, also the ability of the bank to meet customer desires, share the optimal effect on satisfaction from the use of products or savings. From this satisfaction can result in customers becoming loyal for the future period. This study examines quality service with complaint handling on loyalty, from its mediation through satisfaction at Bank Syariah Indonesia. A total of 200 participants were obtained by purposive sampling. The report was obtained from a questionnaire analyzed by SEM Smart PLS method. The results showed that quality service with complaint handling contributed to satisfaction; quality service with complaint handling contributed to loyalty; satisfaction contributed to loyalty; and satisfaction mediated the contribution of complaint handling and quality service to customer loyalty.

Keywords: *Service Quality; Complaint Handling; Customer Satisfaction; Customer Loyalty*

RINGKASAN KARYA AKHIR

Latar Belakang

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi sesuai prinsip Islam, seperti menghindari riba, gharar, dan maysir, serta menjunjung nilai keadilan dan kerja sama (ta'awun). Bank ini menawarkan pembiayaan melalui akad syariah seperti Murabahah, Musyarakah, Salam, dan Istishna' (Febrianti & Anggraini, 2024). Seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan syariah, persaingan antar bank syariah pun semakin ketat. Hingga April 2022, tercatat 198 lembaga perbankan syariah yang terdiri dari 12 Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 165 BPRS (OJK). Dalam Global Islamic Finance Report (GIFR), Indonesia juga berada di posisi pertama dengan skor 81,93 sejak 2019. Dalam dunia perbankan, loyalitas nasabah sangat penting. Loyalitas ditunjukkan melalui kesediaan pelanggan untuk terus menggunakan dan merekomendasikan layanan (Parmujianto, 2020). Faktor-faktor seperti kualitas layanan, penanganan keluhan, dan kepuasan pelanggan sangat memengaruhi loyalitas tersebut (Kosasih et al., 2024; Ellena, 2020). Kualitas layanan dan complaint handling yang baik mampu menciptakan kepuasan pelanggan yang menjadi dasar loyalitas jangka panjang (Indiani, 2021; Bayhaqy, 2022). Kepuasan ini muncul saat pelayanan yang diterima sesuai atau melampaui harapan dan pengalaman emosional pelanggan (Rizal et al., 2020; Nguyen et al., 2024). Salah satu alasan pelanggan berpindah ke bank lain adalah buruknya penanganan keluhan (Monica et al., 2022). Oleh karena itu, bank perlu memberikan solusi cepat, tepat, dan memuaskan dalam menangani keluhan agar tidak kehilangan pelanggan (Susanti, 2021). Bahkan, keluhan yang ditangani dengan baik dapat mengubah pelanggan yang kecewa menjadi lebih loyal (Artanti et al., 2013).

Permasalahan

a. Apakah *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer satisfaction?

b. Apakah *complaint handling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* ?

c. Apakah *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*?

d. Apakah *complaint handling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*?

e. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*?

f. Apakah *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi?

g. Apakah *complaint handling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi?

Tujuan Penelitian

a. Untuk mengetahui pengaruh service quality terhadap customer satisfaction.

b. Untuk mengetahui pengaruh complaint handling terhadap customer satisfaction.

c. Untuk mengetahui pengaruh service quality terhadap customer loyalty.

d. Untuk mengetahui pengaruh complaint handling terhadap customer loyalty.

e. Untuk mengetahui pengaruh customer satisfaction terhadap customer loyalty.

f. Untuk menganalisis pengaruh service quality terhadap customer loyalty melalui customer satisfaction sebagai variabel mediasi.

g. Untuk menganalisis pengaruh complaint handling terhadap customer loyalty melalui customer satisfaction sebagai variabel mediasi.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kausal untuk melihat hubungan sebab-akibat antar variabel. Data dikumpulkan melalui kuesioner online yang dibagikan kepada 200 responden terpilih menggunakan teknik purposive sampling. Kriteria responden adalah: berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Indonesia, dan merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia yang pernah menyampaikan keluhan dalam dua tahun terakhir. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert 5 poin, dari Sangat Setuju (1) hingga Sangat Tidak Setuju (5).

Analisis data dilakukan dengan SmartPLS 4 menggunakan metode PLS-SEM. Validitas diuji melalui nilai outer loading (> 0,708) dan AVE (> 0,5), sedangkan reliabilitas dinilai menggunakan composite reliability dan Cronbach's alpha. Validitas diskriminan diperiksa lewat cross loading. Selanjutnya, R-square digunakan untuk melihat kekuatan pengaruh antar variabel (dengan tolok ukur 0,25 = lemah, 0,50 = sedang, dan 0,75 = kuat). Uji hipotesis dilakukan dengan syarat p-value < 0,05 atau t-statistic > 1,65.

Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukan bahwa semua item dinyatakan reliabel dan konsisten dapat mengukur kontruksi seluruh model yang dibangun. Adapun hasil uji analisis menunjukan bahwa *service quality* dan *complaint handling* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty melalui customer satisfaction* sebagai mediasi.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan : Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel *service quality* dan *complaint handling* signifikan terhadap *customer loyalty* dengan varibael *customer satisfaction* sebagai mediasi.

Saran : Temuan ini memberikan implikasi penting bagi manajemen Bank Syariah Indonesia untuk terus meningkatkan service quality dan mengoptimalkan proses complaint handling agar dapat mempertahankan nasabah pada saat menghadapi persaingan yang semakin intens. Meskipun demikian, penelitian ini tetap memiliki batasan karena hanya mengkaji pada nasabah Bank Syariah Indonesia dengan desain cross-sectional, sehingga hasilnya mungkin berbeda jika diterapkan pada konteks lain atau dengan metode penelitian yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan yang lebih luas dan waktu pengamatan yang lebih panjang guna memperkuat temuan dan memperluas generalisasi hasil penelitian. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan service quality dan complaint handling yang efektif sangat penting untuk menciptakan customer satisfaction yang tinggi dan membangun customer loyalty jangka panjang di industri perbankan syariah.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT ii
PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR iii
LEMBAR YURIDIS iv
UCAPAN TERIMA KASIH v
ABSTRAK vii
ABSTRACT viii
RINGKASAN KARYA AKHIR ix
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
ISI KARYA AKHIR 16
1. PENDAHULUAN 16
2. METODE PENELITIAN 18
3. HASIL PENELITIAN 18
4. PEMBAHASAN 24
5. KESIMPULAN 25
6. SARAN 25
7. DAFTAR PUSTAKA 26
LAMPIRAN I SK Dekan xxviii
LAMPIRAN II *LETTER OF ACCEPTANCE* xxviii
LAMPIRAN III INFORMASI JURNAL xxviii
LAMPIRAN IV Tabel Operasionalisasi xxix
LAMPIRAN V Kuesioner xxxiii
LAMPIRAN VI Output Olah Data xli

DAFTAR TABEL

Table 1 Karakteristik Responden....18
Table 2 Composite Reliability....20
Table 3 Validitas Diskriminan....22
Table 4 R square....22
Table 5 Model Fit....23
Table 6 Hasil Uji Hipotesis....24
Table 7 Sober Test-Specific Indirect Effect....24

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual.....23

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I SK DEKAN xvi
LAMPIRAN II LETTER OF ACCEPTANCE..... xxvii
LAMPIRAN III INFOMASI ARTIKEL xxviii
LAMPIRAN IV Tabel Operasionalisasi xxix
LAMPIRAN V Kuesioner..... xxxiii
LAMPIRAN VI Output Olahan Data..... xli

JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS
P-ISSN 2620-9551
E-ISSN 2622-1616
JAMBURA: Vol X. No X. XXXX
Website Jurnal: http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB

Customer Loyalty Nasabah BSI: Peran Customer Satisfaction terhadap Service Quality dan Complaint Handling

Yuyun[1], Maria Christiana Iman Kalis, Bintoro Bagus Purmono[3], Nur Afifah[4], Harry Setiawan[5]

Universitas Tanjungpura, Pontianak, Indonesia[1]
Universitas Tanjungpura, Pontianak, Indonesia [2]
Universitas Tanjungpura, Pontianak, Indonesia [3]

b1021201127@student.untan.ac.id[1]

Abstract: *Bank Syariah Indonesia is a financial institution that plays a role based on the concept of Islamic morals, making it the preferred choice for the majority of Indonesia's Muslim population. Good service quality and effective complaint handling, also the ability of the bank to meet customer desires, share the optimal effect on satisfaction from the use of products or savings. From this satisfaction can result in customers becoming loyal for the future period. This study examines quality service with complaint handling on loyalty, from its mediation through satisfaction at Bank Syariah Indonesia. A total of 200 participants were obtained by purposive sampling. The report was obtained from a questionnaire analyzed by SEM Smart PLS method. The results showed that quality service with complaint handling contributed to satisfaction; quality service with complaint handling contributed to loyalty; satisfaction contributed to loyalty; and satisfaction mediated the contribution of complaint handling and quality service to customer loyalty.*

Keywords: ***Service Quality;Complaint Handling;Customer Satisfaction;Customer Loyalty***

Abstrak: Bank Syariah Indonesia dianggap sebagai instansi financial yang berlandaskan kaidah Islam dan nilai-nilai moral, yang menjadikannya pilihan utama bagi mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam. Service quality yang baik dan complaint handling yang efektif, serta kemampuan bank dalam memenuhi harapan nasabah, memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat Customer Satisfaction, baik bagi nasabah yang menabung maupun yang menggunakan produk perbankan tersebut. Customer satisfaction tersebut kemudian berpengaruh terhadap customer loyalty dalam jangka panjang. Studi ini ingin mengevaluasi pengaruh Service Quality dan Complaint Handling oada Customer Loyalty, dengan Customer Satisfaction dijadikan variabel mediasi, di Bank Syariah Indonesia. Sebanyak 200 responden ditentukan melalui purposive sampling. Datanya didapati secara membagikan kuesioner serta dianalisa bermetode Structural Equation Modeling dengan Smart PLS. studi ini menghasilkan bila service quality dan complaint handling berkontribusi signifikan positif pada customer satisfaction, sevice quality dan complaint handling berkontribusi signifikan positif pada customer loyalty, custpmer satisfaction berkontribusi signifikan positif pada customer loyalty, dan customer satisfaction memediasikan pengaruh complaint handling serta service quality pada customer loyalty.

Kata Kunci: **Kualitas Pelayanan;penangan Keluhan;Kepuasan Pelanggan;Loyalitas Nasabah**

PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan sistem keuangan berbasis syariah, kini semakin banyak bermunculan bank-bank syariah (Deza & Sofyani, 2022). Dari yang sebelumnya hanya berperan sebagai alternatif sistem keuangan berbasis syariah, kini bank syariah mulai menunjukkan transformasi signifikan dengan menempatkan diri sebagai kekuatan utama dalam dinamika perekonomian nasional (Zulkarnain, 2020). Di Indonesia sendiri pertumbuhan sektor keuangan syariah mengalami peningkatan yang signifikan. Hal serupa juga terlihat di berbagai negara yang didominasi oleh populasi muslim (Azizah et al., 2024).

Berdasarkan informasi yang diterbitkan oleh Dukcapil Kemendagri, jumlah penduduk Indonesia secara keseluruhan pada semerter 1 tahun 2024 mencapai 282.477 juta jiwa, dengan mayoritas

atau sekitar 87,08% (245.973 juta jiwa) beragama Islam. Faktor ini menjadi salah satu pendorong utama bagi Indonesia dalam mengembangkan sistem perbankan syariah (Sari et al., 2023) . Oleh sebab itu, perbankan syariah memiliki peluang yang menjanjikan untuk dapat terus berkembang diwaktu mendatang (Nofinawati, 2016).

Bank syariah merupakan institusi keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip Islam, seperti menghindari transaksi berbasis riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (spekulasi), serta menjunjung tinggi nilai keadilan dan kemitraan (ta'awun) dalam setiap transaksi. Dari asumsi (Febrianti & Anggraini, 2024), bank syariah memiliki berbagai fungsi utama, salah satunya adalah memberikan pembiayaan kepada nasabah melalui akad-akad syariah seperti Murabahah, Musyarakah, Salam, dan Istishna'. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan berbasis syariah, persaingan antar lembaga perbankan syariah di Indonesia pun semakin ketat, baik disektor konvensional atau sesama syariah. Hingga April 2022, tercatat terdapat 198 lembaga perbankan syariah yang mencakup 21 Unit Usaha Syariah (UUS), 165 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) serta12 Bank Umum Syariah (BUS) (Otoritas Jasa Keuangan). Capaian ini diperkuat dengan laporan Komite Nasional Keuangan Syariah, di mana Indonesia mendapati skor 81,93 dalam IFCI sejak 2019 yang dimuat dalam Global Islamic Finance Report (GIFR), menempatkannya posisi nomor pertama dalam keuangan syariah secara global

Dalam konteks perbankan, customer loyalty merupakan faktor utama dalam keberlangsungan sebuah bank. Parmujianto, (2020) mendefinisikan customer loyalty sebagai kecenderungan seseorang untuk terus menggunakan produk atau layanan, baik untuk kepentingan pribadi maupun sebagai perantara bagi pihak lain. Nasabah yang loyal akan secara konsisten melakukan pembelian atau penggunaan ulang secara berkelanjutan dan dengan kesadaran sendiri bersedia merekomendasikan produk atau layanan kepada pihak lain. Kosasih et al., (2024) menyoroti pentingnya membangun customer loyalty untuk menjaga daya saing bisnis. Menurut mereka, beberapa elemen yang dapat meningkatkan customer loyalty adalah service quality yang positif, complaint handling yang baik dan customer satisfaction. Sementara itu, Ellena,(2020) menyebutkan bahwa customer loyalty dalam perbankan dipengaruhi oleh empat aspek utama, yaitu kepercayaan, komitmen, komunikasi, dan complaint handling.

Service quality yang baik dan *complaint handling* yang efektif menjadi sumber utama terbentuknya *customer satisfaction*, yang pada akhirnya menjadi fondasi bagi pertumbuhan dan keberlangsungan bisnis perusahaan. Kepuasan ini sangat berperan dalam mempertahankan kesetiaan pelanggan (Indiani, 2021) sebab pelanggan yang setia akan terus menggunakan layanan perbankan untuk memenuhi kebutuhan finansial mereka, serta cenderung merekomendasikannya kepada orang lain (Bayhaqy , 2022).

Menurut Maharani & Idris, (2023) *customer satisfaction* merupakan kunci keberhasilan dalam mempertahankan keunggulan kompetitif suatu perusahaan. Rizal et al., (2020) menegaskan bahwa *customer satisfaction* dapat dievaluasi melalui kepuasan terhadap layanan secara keseluruhan serta melalui perbandingan antara kenyataan, harapan, dan pengalaman emosional pelanggan. Menurut Nguyen et al., (2024) serta Buhler et al., (2024), bank ritel di seluruh dunia menjadikan *customer satisfaction* sebagai tujuan jangka panjang yang utama. Oleh sebab itu, menjaga dan meningkatkan customer satisfaction menjadi strategi yang efektif untuk mempertahankan *customer loyalty*.

Ada berbagai alasan mengapa pelanggan memilih berpindah ke bank lain, salah satunya adalah ketidakpuasan terhadap cara bank menangani masalah mereka (Monica et al., 2022). *Complaint handling* yang baik menjadi elemen penting dalam menjaga *customer loyalty* serta menarik pelanggan baru (Samadi et al., 2014). Langkah ini perlu dilakukan secara efisien, akurat, dan memberikan solusi yang memuaskan Ikatan Bankir Indonesia. Bank yang dapat mempercepat *complaint handling* nasabah tidak akan kehilangan nasabah dengan melakukan migrasi nasabah ke bank lain (Susanti, 2021), bahkan dapat mengubah pelanggan yang sebelumnya tidak puas menjadi lebih puas dan loyal (Artanti et al., 2013).

Keberlangsungan operasional sebuah bank sangat bergantung pada *service quality* yang diberikan (Pramana, 2016). Semakin baik layanan yang disediakan, semakin besar kemungkinan pelanggan untuk tetap setia pada bank tersebut (Rahmawati et al., 2022). Oleh sebab itu, layanan yang unggul dapat memengaruhi minat serta *customer loyalty* (Atmaja, 2018). Studi yang relevan dengan studi ini sudah pernah dilaksanakan beberapa peneliti. Sejumlah penelitian terdahulu seperti Subagja & Susanto, (2019); Kristania et al., (2022); Leninkumar, (2017) menemukan adanya pengaruh *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Namun, hasil

penelitian Arianto & Nirwana, (2021) serta Mutmainnah, n.d. justru menunjukkan bahwa *customer satisfaction* tidak selalu berdampak pada *customer loyalty.* Namun, masih terdapat perbedaan hasil dalam menentukan dampak masing-masing variabel, hal ini menciptakan celah penelitian yang dapat dimanfaatkan oleh peneliti selanjutnya untuk menggali lebih dalam topik yang serupa.. Dengan mempertimbangkan itu, penelitian ini mencoba untuk mengkaji kembali pengaruh *service quality* dan *complaint handling* terhadap *customer loyalty* dengan menambahkan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi.

Studi ini berfokus pada BSI, yang dengan sah beroperasi sejak 1 Februari 202 hasil merger dari 3 bank syariah kepemilikan BUMN, seperti PT Mandiri Syariah, PT BNI Syariah serta PT BRI Syariah Tbk. Bank ini hadir untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang mencari solusi keuangan berbasis hukum Islam. Dalam menghadapi persaingan ketat antara bank syariah serta konvensional di Indonesia, Bank Syariah Indonesia dituntut untuk menjaga dan memperkuat basis nasabahnya. Tantangan ini muncul karena adanya ketidakpastian terkait customer loyalty terkait dengan produk dan jasa yang ditawarkan. Untuk itu, service quality, complaint handling, dan customer satisfaction menjadi faktor krusial dalam membangun dan mempertahankan customer loyalty dalam jangka panjang.