JIBER
Journal of Islamic Business and Economics Research
Issue 1, Volume 1, No 01, 2026
https://jurnal.algoria.biz.id/index.php/jiber

Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Bank, dan Biaya Layanan terhadap Kepuasan Nasabah melalui Kepercayaan pada Bank Syariah Indonesia

Zayd Ilyasa Abdurrahman[1], Nurul Fadhilah[2*], Mohamad Ainun Najib[3]

[1.2.3]Ekonomi Syariah, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa,
Banten, Indonesia

Article Info

Histori Artikel:

Diterima 30 Mei, 2026
Direvisi 15 Juni, 2026
Diterima 30 Juni, 2026

Kata Kunci:

Citra Bank
Kepuasan Nasabah
Biaya Layanan
Kualitas Layanan
Kepercayaan

ABSTRACT (11 PT)

Kepuasan nasabah merupakan salah satu faktor utama yang menentukan daya saing perbankan syariah. Namun demikian, hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh kualitas layanan, citra bank, dan biaya layanan terhadap kepuasan nasabah masih menunjukkan temuan yang beragam, terutama terkait peran kepercayaan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas layanan, citra bank, dan biaya layanan terhadap kepuasan nasabah dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi pada Bank Syariah Indonesia di Kota Serang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode survei terhadap nasabah Bank Syariah Indonesia dengan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra bank berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan secara tidak langsung melalui kepercayaan. Biaya layanan tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan, tetapi berpengaruh terhadap kepercayaan. Penelitian ini memberikan kontribusi dengan memperjelas peran kepercayaan sebagai mekanisme mediasi dalam membangun kepuasan nasabah pada perbankan syariah serta memberikan implikasi praktis bagi peningkatan kualitas layanan dan penguatan hubungan dengan nasabah

This is an open access article under the CC-BY 4.0. license.

Corresponding Author:

*Nurul Fadhilah
Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sultan Ageng Tirtaya Jl Raya Palka Km 3, Kelurahan Sindangsari, Kecamatan Pabuaran, Kabupaten Serang, Provinsi Banten
Email: nurulfadhilah@untirta.ac.id

1. PENDAHULUAN

Perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir, ditandai dengan peningkatan aset dan jumlah nasabah secara nasional. Data Otoritas Jasa Keuangan menunjukkan bahwa aset perbankan syariah nasional mencapai Rp780,98 triliun pada tahun 2024 dengan pertumbuhan tahunan sebesar 14,6%, yang mencerminkan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap sistem keuangan berbasis prinsip syariah (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Pertumbuhan ini diperkuat dengan kehadiran Bank Syariah Indonesia sebagai hasil merger bank syariah milik negara yang menjadi pemain utama dalam industri perbankan syariah nasional (BSI Annual Report, 2023).

Meskipun menunjukkan pertumbuhan yang signifikan secara nasional, tingkat kepuasan dan kepercayaan nasabah terhadap perbankan syariah belum sepenuhnya sejalan dengan capaian tersebut. Survei menunjukkan bahwa nasabah bank syariah semakin kritis dalam menilai kualitas layanan, citra bank, serta transparansi biaya layanan dibandingkan dengan sekadar aspek kesesuaian syariah (Populix, 2023). Kondisi ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh prinsip syariah, tetapi juga oleh pengalaman layanan yang dirasakan secara langsung (Parasuraman et al., 1988).

Fenomena ketidakpuasan nasabah juga tercermin dari adanya gangguan sistem layanan Bank Syariah Indonesia pada tahun 2023 yang berdampak pada terhambatnya transaksi nasabah, baik melalui layanan digital maupun di kantor cabang. Gangguan tersebut menimbulkan keluhan terkait keandalan sistem, kecepatan layanan, dan responsivitas petugas, yang pada akhirnya berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan dan kepuasan nasabah (CNN Indonesia, 2023). Kondisi ini menegaskan bahwa kualitas layanan masih menjadi isu krusial dalam pengelolaan perbankan syariah (Otoritas Jasa Keuangan, 2024).

Pada level lokal, permasalahan serupa juga ditemukan pada Bank Syariah Indonesia di Kota Serang. Hasil pra-survei menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah menyatakan ketidakpuasan terhadap kualitas layanan di kantor cabang, khususnya terkait lamanya antrean, keterbatasan jumlah petugas, serta kenyamanan fasilitas layanan. Selain itu, ulasan nasabah pada platform digital turut menguatkan adanya persepsi negatif terhadap pelayanan yang diterima, yang berpotensi memengaruhi citra bank secara keseluruhan (Populix, 2023).

Dalam perspektif ekonomi Islam, kualitas layanan dan etika bisnis memiliki peran penting dalam membangun kepuasan dan kepercayaan

©2026. This work is openly licensed via CC BY 4.0.

nasabah. Prinsip keadilan, amanah, dan pelayanan yang baik merupakan bagian dari nilai muamalah yang harus dijaga oleh lembaga keuangan syariah (Antonio, 2001). Pelayanan yang tidak memenuhi harapan nasabah dapat dipersepsikan bertentangan dengan nilai syariah dan berimplikasi pada menurunnya kepuasan serta kepercayaan (Jubaidi et al., 2024).

Secara empiris, berbagai penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan citra bank cenderung berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, meskipun hasilnya belum sepenuhnya konsisten. Beberapa studi menemukan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah, sementara penelitian lain menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan pada konteks tertentu (Meilani & Sugiarti, 2022; Fansuri & Zulfison, 2024). Hal yang sama juga terjadi pada variabel citra bank dan biaya layanan, di mana hasil penelitian menunjukkan temuan yang beragam (Zakiah & Umiyati, 2023; Destianah et al., 2024).

Selain itu, kepercayaan nasabah dipandang sebagai faktor penting yang dapat memperkuat hubungan antara kualitas layanan, citra bank, dan kepuasan nasabah. Kepercayaan berperan sebagai mekanisme yang menjembatani persepsi nasabah terhadap layanan yang diterima dengan tingkat kepuasan yang dirasakan (Cavalera & Soliha, 2019). Namun, sebagian penelitian sebelumnya masih menempatkan kepercayaan sebagai variabel independen, bukan sebagai variabel mediasi, sehingga perannya belum dikaji secara komprehensif (Saputra, 2024).

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memfokuskan pada pengujian pengaruh kualitas layanan, citra bank, dan biaya layanan terhadap kepuasan nasabah dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris yang lebih utuh mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah perbankan syariah, khususnya pada konteks Bank Syariah Indonesia di tingkat cabang.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, citra bank, dan biaya layanan terhadap kepuasan nasabah dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengujian hubungan antar variabel secara objektif dan terukur melalui data numerik (Sugiyono, 2019).

Objek penelitian adalah nasabah Bank Syariah Indonesia. Populasi penelitian mencakup seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Serang. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik non-probability sampling menggunakan metode purposive sampling, yaitu responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, antara lain merupakan nasabah aktif dan pernah menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia. Teknik ini digunakan karena keterbatasan akses terhadap keseluruhan populasi serta untuk memastikan responden memiliki pengalaman langsung terhadap layanan yang diteliti (Sugiyono, 2019).

Data penelitian diperoleh melalui data primer dan data sekunder. Data

©2026. This work is openly licensed via CC BY 4.0.

primer dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada responden. Kuesioner disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian, yaitu kualitas layanan, citra bank, biaya layanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert lima poin, yang bertujuan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diajukan (Sugiyono, 2019). Data sekunder diperoleh dari laporan institusi, publikasi resmi, serta literatur yang relevan dengan topik penelitian (Otoritas Jasa Keuangan, 2024).

Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Metode PLS-SEM digunakan karena mampu menguji hubungan kausal antar variabel laten secara simultan serta sesuai untuk penelitian dengan model struktural yang kompleks dan jumlah sampel yang relatif terbatas (Hair et al., 2019). Tahapan analisis meliputi evaluasi model pengukuran (outer model) untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk, serta evaluasi model struktural (inner model) untuk menguji hubungan antar variabel dan pengujian hipotesis penelitian (Hair et al., 2019).

Pengujian peran kepercayaan sebagai variabel mediasi dilakukan dengan menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel menggunakan prosedur bootstrapping. Pendekatan ini digunakan untuk mengetahui signifikansi jalur mediasi dan memastikan apakah kepercayaan berperan dalam menjembatani hubungan antara kualitas layanan, citra bank, dan biaya layanan terhadap kepuasan nasabah (Hair et al., 2019)

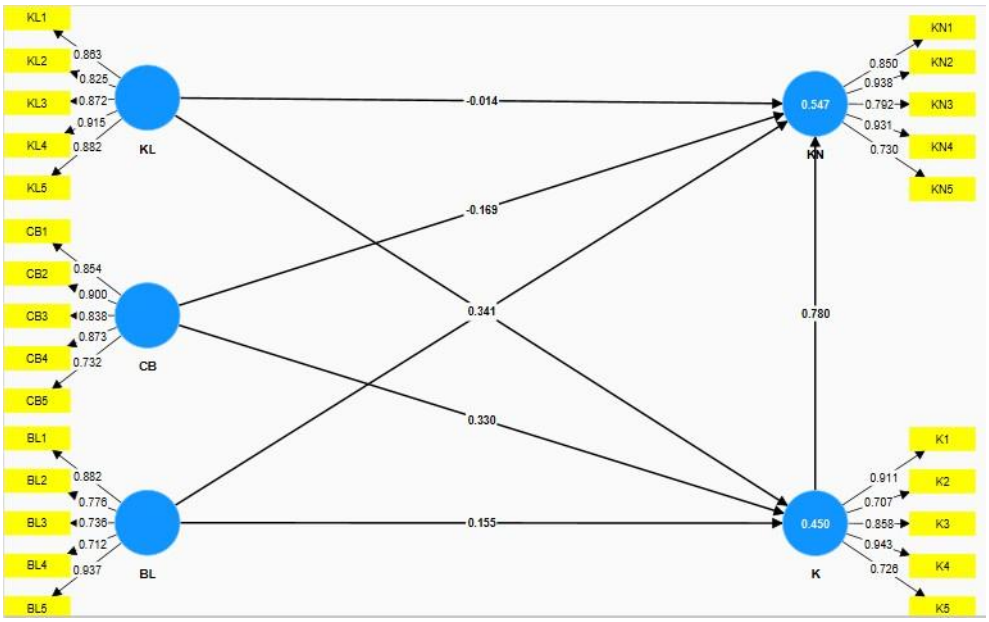
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

3.1.1 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)

Pengujian model pengukuran (outer model) dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas instrument penelitian yang digunakan dalam mengukur variabel pada penelitian ini

©2026. This work is openly licensed via CC BY 4.0.



Gambar 1. Outer model
Sumber: Hasil Analisis Data SmartPLS versi 4 (2026)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai loading factor di atas 0,70 serta nilai Average Variance Extracted (AVE) di atas 0,50, sehingga dapat dinyatakan bahwa instrumen penelitian telah memenuhi kriteria validitas konvergen. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability pada seluruh konstruk juga menunjukkan nilai lebih besar dari 0,70, yang menandakan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang baik

Convergent Validity

Uji validitas konvergen pada model pengukuran dilakukan dengan melihat hubungan antara skor masing-masing indikator dengan skor konstruk yang diukurnya, yang tercermin melalui nilai loading factor. Suatu indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai loading factor lebih besar dari 0,70 serta nilai signifikansi (p-value) kurang dari 0,05

Tabel 1. *Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	*Average variance extracted (AVE)*
Biaya Layanan	0.662
Citra Bank	0.708
Kepercayaan	0.696

©2026. This work is openly licensed via CC BY 4.0.

Kualitas Layanan	0.760
Kepuasan Nasabah	0.726

Sumber: Hasil Analisis Data SmartPLS versi 4 (2026)

Discriminant Validity

Validitas diskriminan diuji dengan menggunakan parameter cross loading dan Kriteria Fornell-Larcker, di mana nilai variabel dalam setiap blok dibandingkan dengan nilai variabel pada blok lain. Sebagai acuan, nilai cross loading yang dianggap memenuhi syarat harus lebih besar dari 0,7.

Tabel 2. Model Fornell-Larcker

	Biaya Layanan	Citra Bank	Kepercayaan	Kualitas Layanan	Kepuasan Nasabah
Biaya Layanan	0.813				
Citra Bank	0.369	0.841			
Kepercayaan	0.551	0.506	0.835		
Kualitas Layanan	0.803	0.347	0.580	0.872	
Kepuasan Nasabah	0.426	0.246	0.725	0.436	0.852

Sumber: Hasil Analisis Data SmartPLS versi 4 (2026)

Pengujian validitas diskriminan menunjukkan bahwa setiap variabel di penelitian ini sesuai persyaratan validitas diskriminan yang relevan dengan menggunakan Kriteria Fornell-Larcker dan pemuatan silang. Dengan demikian, seluruh indikator yang digunakan dinyatakan sah dan dapat diterima sebagai bagian dari variabel penelitian

Tabel 3. Metode *Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations (HTMT)*

Variabel	*Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)*
Citra Bank <-> Biaya Layanan	0.418
Kepercayaan <-> Biaya Layanan	0.618

©2026. This work is openly licensed via CC BY 4.0.

Kepercayaan <-> Citra Bank	0.568
Kualitas Layanan <-> Biaya Layanan	0.875
Kualitas Layanan <-> Citra Bank	0.384
Kualitas Layanan <-> Kepercayaan	0.630
Kepuasan Nasabah <-> Biaya Layanan	0.474
Kepuasan Nasabah <-> Citra Bank	0.271
Kepuasan Nasabah <-> Kepercayaan	0.800
Kepuasan Nasabah <-> Kualitas Layanan	0.465

Sumber: Hasil Analisis Data SmartPLS versi 4 (2026)

Hasil dari pengujian validitas diskriminan dengan metode *Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations (HTMT)* dinyatakan sah dikarenakan hasil dari semua indikator < 0,9, oleh karena itu semua variabel dikatakan sah

Construct Reliability

Tingkat konsistensi, akurasi, dan presisi suatu instrumen dalam mengukur suatu variabel disebut reliabilitas. Cronbach Alpha dan Reliabilitas Komposit adalah dua teknik utama untuk pengujian reliabilitas

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Keterangan
Biaya Layanan	0.869	0.877	Valid
Citra Bank	0.896	0.904	Valid
Kepercayaan	0.887	0.896	Valid
Kualitas Layanan	0.922	0.931	Valid
Kepuasan Nasabah	0.903	0.904	Valid

Sumber: Hasil Analisis Data SmartPLS versi 4 (2026)

Berdasarkan nilai Alpha Cronbach dan Reliabilitas Komposit untuk masing-masing variabel. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa semua

©2026. This work is openly licensed via CC BY 4.0.

variabel dalam penelitian ini saling bergantung secara signifikan

3.1.2 Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

R-Square

Tabel 5. Pengujian R-Square

Variabel	R-square	R-square adjusted
Kepercayaan	0.450	0.444
Kepuasan Nasabah	0.547	0.540

Sumber: Hasil Analisis Data SmartPLS versi 4 (2026)

Berdasarkan hasil pengujian, nilai R-square pada variabel kepercayaan sebesar 0,450 (Adjusted R-square 0,444), yang menunjukkan bahwa kualitas layanan, citra bank, dan biaya layanan secara simultan mampu menjelaskan 45,0% variasi kepercayaan nasabah Bank SyariahIndonesia di Kota Serang. Sementara itu, nilai R-square pada variabel kepuasan nasabah sebesar 0,547 (Adjusted R-square 0,540), yang menunjukkan bahwa kualitas layanan, citra bank, biaya layanan, dan kepercayaan mampu menjelaskan 54,7% variasi kepuasan nasabah. Mengacu pada kriteria Ghozali (2016), nilai R-square tersebut berada pada kategori moderat, sehingga model penelitian dinilai memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Serang

F-Square

Uji F-Square digunakan untuk menilai kualitas model. Pada tingkat struktural, variabel prediktor laten memiliki dampak sedang, signifikan, atau lemah terhadap model, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai FSquare masing-masing sebesar 0,15, 0,35, dan 0,02 (Hair et al., 2019)

Tabel 6. Pengujian F-Square

No	Variabel	Kepercayaan	Kepuasan Nasabah
1	Biaya Layanan	0.015	0.004
2	Citra Bank	0.170	0.046
3	Kepercayaan		0.738

©2026. This work is openly licensed via CC BY 4.0.

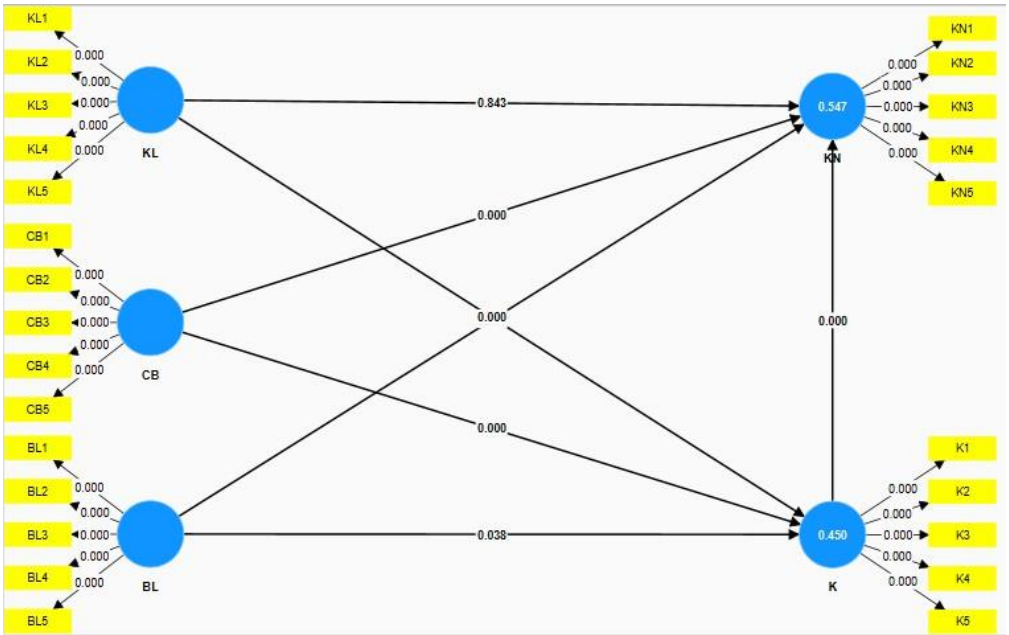
4	Kualitas Layanan	0.074	0.000
5	Kepuasan Nasabah		

Sumber: Hasil Analisis Data SmartPLS versi 4 (2026)

Berdasarkan hasil pengujian F-square, citra bank memiliki pengaruh kategori sedang terhadap kepercayaan nasabah dengan nilai 17%, sedangkan kualitas layanan (7,4%) dan biaya layanan (1,5%) menunjukkan pengaruh kategori kecil. Terhadap kepuasan nasabah, kualitas layanan (0%), citra bank (4,6%), dan biaya layanan (0,4%) seluruhnya berada pada kategori kecil. Sebaliknya, kepercayaan memiliki pengaruh sangat besar terhadap kepuasan nasabah dengan nilai F-square sebesar 73,8%, yang menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan variabel paling dominan dalam membentuk kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Serang.

Pengujian Hipotesis

Dalam SmartPLS, proses simulasi yang menggunakan metode bootstrapping pada sampel digunakan untuk menguji secara statistik setiap hubungan yang diajukan. Tujuan dari metode ini adalah untuk mengetahui apakah suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak. Berdasarkan kriteria ini, jika t-statistik lebih tinggi dari 1,96 dan nilai-p kurang dari 0,05, efek mediasi dianggap signifikan (Ghozali, 2016).



Gambar 2. Hasil Pengujian Booststrapping
Sumber: Hasil Analisis Data SmartPLS versi 4 (2026)

Pada gambar diatas hasil uji bootstrapping antar variabel dengan indikator masing-masing untuk mengetahui hasil pengaruh langsung dan

©2026. This work is openly licensed via CC BY 4.0.

tidak langsung antar variabel. Berikut merupakan hasil dari setiap indikator pada variabel penelitian

Pengaruh Langsung *(Direct Effect)*

Tabel 7. Nilai *Path Coefficient*

Hipo	Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics	P values
H1	Kualitas Layanan -> Kepuasan Nasabah	-0.014	-0.016	0.069	0.198	0.843
H2	Citra Bank -> Kepuasan Nasabah	-0.169	-0.171	0.045	3.732	0.000
H3	Biaya Layanan -> Kepuasan Nasabah	0.070	0.072	0.062	1.124	0.261
H4	Kualitas Layanan -> Kepercayaan	0.341	0.340	0.086	3.983	0.000
H5	Citra Bank -> Kepercayaan	0.330	0.332	0.050	6.555	0.000
H6	Biaya Layanan -> Kepercayaan	0.155	0.157	0.075	2.071	0.038
H7	Kepercayaan -> Kepuasan Nasabah	0.780	0.784	0.046	16.917	0.000

Sumber: Hasil Analisis Data SmartPLS versi 4 (2026)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Serang. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan nasabah, baik dari sisi pelayanan di kantor cabang maupun layanan pendukung lainnya, belum secara langsung menentukan tingkat kepuasan yang dirasakan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas layanan penting, kepuasan nasabah tidak serta-merta terbentuk hanya dari aspek pelayanan semata tanpa didukung faktor lain.

Berbeda dengan kualitas layanan, citra bank terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi positif nasabah terhadap reputasi, kredibilitas, dan profesionalisme Bank Syariah Indonesia berperan penting dalam membentuk kepuasan. Citra bank yang baik mampu menumbuhkan keyakinan dan rasa bangga nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah, sehingga

©2026. This work is openly licensed via CC BY 4.0.

berdampak langsung pada tingkat kepuasan yang dirasakan.

Sementara itu, biaya layanan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Serang tidak menjadikan besaran biaya layanan sebagai pertimbangan utama dalam menilai kepuasan, selama biaya tersebut masih dianggap wajar dan sebanding dengan manfaat yang diperoleh. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa kepuasan nasabah lebih dipengaruhi oleh faktor non-finansial dibandingkan aspek biaya semata.

Hasil pengujian selanjutnya menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelayanan yang cepat, tepat, dan profesional mampu membangun keyakinan nasabah terhadap Bank Syariah Indonesia. Kualitas layanan yang konsisten menciptakan rasa aman dan meningkatkan kepercayaan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah.

Selain itu, citra bank juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Citra bank yang baik mencerminkan integritas, stabilitas, dan komitmen bank dalam menjalankan prinsip syariah, sehingga memperkuat keyakinan nasabah. Semakin positif citra Bank Syariah Indonesia di mata nasabah, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan yang terbentuk.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa biaya layanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah, meskipun pengaruhnya relatif kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa transparansi dan kewajaran biaya layanan tetap menjadi faktor yang diperhatikan nasabah dalam menilai kepercayaan terhadap bank, terutama dalam konteks perbankan syariah yang menekankan prinsip keadilan dan kejelasan transaksi. Selanjutnya, kepercayaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Temuan ini menegaskan bahwa kepercayaan merupakan faktor kunci dalam membentuk kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Serang. Nasabah yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi cenderung merasa lebih aman, nyaman, dan yakin dalam menggunakan layanan perbankan, sehingga kepuasan yang dirasakan menjadi lebih tinggi. Dengan demikian, kepercayaan berperan sebagai fondasi utama dalam menciptakan kepuasan nasabah secara berkelanjutan.

Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect)

Tabel 9. Nilai *Spesific Indirect Effect*

Hipo	Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics	P values
H8	Kualitas Layanan -> Kepercayaan -> Kepuasan	0.266	0.266	0.068	3.920	0.000

©2026. This work is openly licensed via CC BY 4.0.

	Nasabah					
H9	Citra Bank -> Kepercaya an -> Kepuasan Nasabah	0.258	0.261	0.044	5.793	0.000
H10	Biaya Layanan -> Kepercayaan -> Kepuasan Nasabah	0.121	0.123	0.059	2.041	0.041

Sumber: Hasil Analisis Data SmartPLS versi 4 (2026)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepercayaan mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Serang. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan tidak secara langsung meningkatkan kepuasan nasabah, tetapi terlebih dahulu membangun kepercayaan. Pelayanan yang konsisten, profesional, dan dapat diandalkan akan menumbuhkan keyakinan nasabah terhadap bank, yang selanjutnya berperan dalam meningkatkan tingkat kepuasan yang dirasakan. Dengan demikian, kepercayaan menjadi mekanisme penting yang menjembatani hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah.

Selanjutnya, kepercayaan juga terbukti memediasi pengaruh citra bank terhadap kepuasan nasabah. Citra bank yang positif, yang tercermin dari reputasi, kredibilitas, dan komitmen Bank Syariah Indonesia dalam menjalankan prinsip syariah, mampu membangun kepercayaan nasabah. Kepercayaan tersebut kemudian mendorong munculnya rasa aman dan nyaman dalam menggunakan layanan perbankan, sehingga berdampak pada peningkatan kepuasan nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa citra bank tidak hanya berpengaruh secara langsung, tetapi juga bekerja secara tidak langsung melalui kepercayaan. Selain itu, kepercayaan terbukti memediasi pengaruh biaya layanan terhadap kepuasan nasabah, meskipun dengan pengaruh yang relatif lebih kecil dibandingkan variabel lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa transparansi dan kewajaran biaya layanan tetap berperan dalam membangun kepercayaan nasabah. Ketika biaya layanan dipersepsikan adil dan sesuai dengan prinsip syariah, kepercayaan nasabah meningkat dan pada akhirnya turut memengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan. Dengan demikian, kepercayaan berfungsi sebagai faktor penghubung antara persepsi biaya layanan dan kepuasan nasabah.

©2026. This work is openly licensed via CC BY 4.0.

Tabel 10. Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Keterangan
Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Serang	Ditolak
Citra bank berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Serang	Diterima
Biaya layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Serang	Ditolak
Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia di Serang	Diterima
Citra bank berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia di Serang	Diterima
Biaya layanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia di Serang	Diterima
Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Serang	Diterima
Kepercayaan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Serang	Diterima
Kepercayaan memediasi pengaruh citra bank terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Serang	Diterima
Kepercayaan memediasi pengaruh biaya layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Serang	Diterima

Sumber: Hasil Analisis Data SmartPLS versi 4 (2026)

3.2 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Temuan ini mengindikasikan bahwa nasabah Bank Syariah Indonesia menilai kepuasan berdasarkan pengalaman layanan yang mereka terima, seperti kecepatan pelayanan, keramahan petugas, serta kenyamanan fasilitas. Hasil ini sejalan dengan konsep kualitas layanan yang menekankan kesesuaian antara harapan dan kinerja layanan (Parasuraman et al., 1988), serta mendukung

©2026. This work is openly licensed via CC BY 4.0.

temuan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa peningkatan kualitas layanan akan berdampak langsung pada kepuasan nasabah (Meilani & Sugiarti, 2022; Jubaidi et al., 2024).

Citra bank juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa reputasi, kredibilitas, dan persepsi positif terhadap Bank Syariah Indonesia berperan penting dalam membentuk kepuasan nasabah. Nasabah cenderung merasa lebih yakin dan nyaman ketika bank memiliki citra yang baik, sehingga kepuasan yang dirasakan meningkat. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa citra bank menjadi faktor penting dalam membangun kepuasan nasabah perbankan syariah (Illa Susanti, 2023).

Berbeda dengan dua variabel sebelumnya, biaya layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Temuan ini mengindikasikan bahwa nasabah tidak menjadikan besaran biaya layanan sebagai pertimbangan utama dalam menilai kepuasan, selama biaya tersebut masih dianggap wajar dan diimbangi dengan kualitas layanan yang memadai. Hasil ini mendukung temuan beberapa penelitian yang menyatakan bahwa biaya layanan tidak selalu menjadi faktor penentu kepuasan, terutama ketika kualitas layanan dan kepercayaan nasabah relatif tinggi (Indrawati & Putra, 2023).

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Kepercayaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, yang menunjukkan bahwa keyakinan nasabah terhadap keamanan, konsistensi, dan komitmen bank menjadi dasar dalam membentuk kepuasan jangka panjang. Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa kepercayaan merupakan elemen kunci dalam hubungan antara bank dan nasabah (Cavalera & Soliha, 2019).

Lebih lanjut, kepercayaan terbukti memediasi pengaruh kualitas layanan dan citra bank terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik dan citra bank yang positif akan terlebih dahulu membangun kepercayaan, yang kemudian memperkuat kepuasan nasabah. Namun, kepercayaan tidak memediasi pengaruh biaya layanan terhadap kepuasan nasabah, yang mengindikasikan bahwa persepsi terhadap biaya layanan bersifat lebih langsung dan tidak sepenuhnya terkait dengan aspek psikologis kepercayaan. Temuan ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang menempatkan kepercayaan sebagai mekanisme penting dalam menjembatani hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah (Alamsyah & Pratama, 2023).

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas layanan, citra bank, dan biaya layanan terhadap kepuasan nasabah dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi pada Bank Syariah Indonesia di Kota Serang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah lebih dipengaruhi oleh kualitas layanan, citra bank, dan kepercayaan dibandingkan biaya layanan. Kepercayaan juga terbukti menjadi mekanisme penting yang memperkuat

©2026. This work is openly licensed via CC BY 4.0.

hubungan antara kualitas layanan dan citra bank terhadap kepuasan nasabah, sehingga menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tidak hanya dibentuk oleh aspek fungsional pelayanan, tetapi juga oleh keyakinan nasabah terhadap kredibilitas dan integritas bank.

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian pemasaran jasa pada perbankan syariah dengan memperjelas peran kepercayaan sebagai variabel mediasi dalam membangun kepuasan nasabah. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa keberhasilan perbankan syariah dalam meningkatkan kepuasan nasabah tidak cukup hanya melalui penyediaan layanan yang berkualitas, tetapi juga melalui penguatan reputasi institusi dan hubungan yang dilandasi kepercayaan. Secara praktis, hasil penelitian memberikan implikasi bagi manajemen Bank Syariah Indonesia agar memprioritaskan peningkatan kualitas layanan, menjaga citra institusi, serta memperkuat kepercayaan nasabah melalui pelayanan yang profesional, transparan, responsif, dan konsisten dengan prinsip-prinsip syariah. Strategi tersebut diharapkan mampu menciptakan kepuasan nasabah yang berkelanjutan dan memperkuat daya saing perbankan syariah di tengah persaingan industri jasa keuangan yang semakin kompetitif.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Serang sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada seluruh perbankan syariah di Indonesia. Selain itu, penelitian hanya menggunakan tiga variabel independen dan satu variabel mediasi sehingga masih terdapat faktor lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan nasabah. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan wilayah penelitian, menambah jumlah responden, serta mengembangkan model penelitian dengan memasukkan variabel lain seperti loyalitas nasabah, kualitas layanan digital, religiusitas, nilai yang dirasakan (perceived value), maupun pengalaman nasabah (customer experience) sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah pada perbankan syariah..

REFERENSI

Alamsyah, R., & Pratama, D. (2023). Peran kepercayaan dalam memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah bank syariah. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 9(1), 44–59.

Antonio, M. S. (2001). *Bank syariah: Dari teori ke praktik*. Jakarta: Gema Insani.

Asiati, D., Hadiwidjojo, D., & Rahayu, M. (2019). Pengaruh citra bank dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah bank syariah. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 21(1), 23–34.BSI Annual Report. (2023). *Annual report Bank Syariah Indonesia 2023*. Jakarta: PT Bank Syariah Indonesia Tbk.

Cavalera, R., & Soliha, E. (2019). The effect of service quality, corporate image, and trust on customer satisfaction. *Management Analysis Journal*, 8(2), 117–125.

©2026. This work is openly licensed via CC BY 4.0.

CNN Indonesia. (2023). Gangguan layanan Bank Syariah Indonesia dan dampaknya terhadap nasabah. *CNN Indonesia*.

Destianah, A., Putri, R., & Lestari, N. (2024). Pengaruh biaya administrasi terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Perbankan Syariah*, 9(1), 55–68.

Fansuri, A., & Zulfison. (2024). Kualitas layanan dan kepuasan nasabah pada perbankan syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 89–101.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Herrmann, A., Xia, L., Monroe, K. B., & Huber, F. (2007). The influence of price fairness on customer satisfaction. *Journal of Product & Brand Management*, 16(1), 49–58.

Illa Susanti. (2023). Pengaruh citra bank terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Keuangan Syariah*, 7(2), 101–113.

Jubaidi, M., Rahman, A., & Fauzi, M. (2024). Service quality and customer satisfaction in Islamic banking: Evidence from Indonesia. *Jurnal Perbankan Syariah*, 9(2), 85–101.

Indrawati, S., & Putra, D. (2023). Pengaruh biaya administrasi terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(1), 67–79.

Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Statistik perbankan syariah Indonesia*. Jakarta: OJK.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

Populix. (2023). Preferensi masyarakat Muslim dalam memilih bank syariah di Indonesia.*Populix Insight Report*.

Razi, F., & Indah, P. (2022). Citra bank dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah bank syariah. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 4(2), 77–90.Wulandari, S., & Rahmawati, T. (2023). Pengaruh biaya administrasi terhadap kepuasan nasabah bank syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 59–71.

.

©2026. This work is openly licensed via CC BY 4.0.