



Pengaruh *Green Banking*, Transparansi, Kepatuhan Syariah, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Binjai

M. Sawal Pitriyadi^{1*}, Muhammad Arif², Ahmad Syakir³

¹⁻³ Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

*Penulis Korespondensi: mhdsyawal92@gmail.com

Abstract. *This study examines the influence of Green Banking, Transparency, Sharia Compliance, and Service Quality on customer loyalty, both partially and simultaneously, at Bank Syariah Indonesia, Binjai Branch. The study population consisted of 36,193 account holders, from which 100 respondents were selected as the research sample using an appropriate sampling procedure. This research employed a quantitative approach, with primary data collected through questionnaires using a Likert scale. The collected data were subsequently processed and analyzed using IBM SPSS Statistics 25 to determine the relationship between the independent variables and customer loyalty. The findings indicate that Green Banking, Transparency, Sharia Compliance, and Service Quality collectively have a significant effect on customer loyalty at Bank Syariah Indonesia, Binjai Branch. These results suggest that the implementation of environmentally responsible banking practices, transparent information, compliance with Islamic principles, and quality services can contribute to strengthening customer loyalty. Therefore, improving these aspects simultaneously may support the bank in maintaining customer satisfaction, building trust, and fostering long-term relationships with its customers.*

Keywords: *Customer Loyalty; Green Banking; Service Quality; Sharia Compliance; Transparency.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Green Banking, Transparansi, Kepatuhan Syariah, dan Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas nasabah, baik secara parsial maupun simultan, pada Bank Syariah Indonesia Cabang Binjai. Populasi dalam penelitian ini terdiri atas 36.193 pemegang rekening, dengan 100 responden yang dipilih sebagai sampel penelitian melalui teknik pengambilan sampel yang sesuai. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Data yang terkumpul selanjutnya diolah dan dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics 25 untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan loyalitas nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Green Banking, Transparansi, Kepatuhan Syariah, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Binjai. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan praktik perbankan yang berwawasan lingkungan, penyediaan informasi yang transparan, kepatuhan terhadap prinsip syariah, serta peningkatan kualitas pelayanan dapat memperkuat loyalitas nasabah. Oleh karena itu, peningkatan keempat aspek tersebut secara berkelanjutan dapat membantu bank mempertahankan kepuasan, membangun kepercayaan, dan menciptakan hubungan jangka panjang dengan nasabah.

Kata Kunci: Kepatuhan Syariah; Kualitas Pelayanan; Loyalitas Nasabah; Perbankan Hijau; Transparansi.

1. LATAR BELAKANG

Dalam perekonomian modern, sektor perbankan mempunyai fungsi yang cukup strategis sebagai perantara keuangan. Bank menghimpun dana masyarakat kemudian menyalurkannya kembali sebagai pembiayaan bagi pihak yang membutuhkan. Keberadaan fungsi tersebut turut mendukung aktivitas ekonomi, termasuk pertumbuhan ekonomi, penyediaan lapangan kerja, serta pemerataan kesejahteraan. Pada perbankan syariah, pelaksanaan kegiatan tersebut mengacu pada prinsip-prinsip Islam yang menekankan nilai keadilan dan keterbukaan serta menghindari riba, gharar, dan maisir. Oleh karenanya, kegiatan bank syariah tidak semata mengejar laba, melainkan menjaga aspek keberkahan serta keberlanjutan dari sisi moral maupun sosial (Utami, Handayani, & Pusporini, 2019).

Industri perbankan syariah di Indonesia terus berkembang pesat sejalan dengan perubahan dan perkembangan zaman, baik dari sisi aset, jumlah nasabah, maupun jaringan operasional. Namun, dinamika global seperti isu keberlanjutan lingkungan, transparansi informasi, serta kemajuan teknologi menuntut bank syariah untuk beradaptasi dan menghadirkan inovasi yang relevan. Salah satu konsep yang kini menjadi perhatian adalah *green banking*, yakni praktik perbankan yang berorientasi pada pelestarian lingkungan dan keberlanjutan. *Green banking* mencakup kebijakan operasional ramah lingkungan, efisiensi energi, serta pembiayaan bagi proyek-proyek berwawasan lingkungan. Konsep tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang menekankan tanggung jawab terhadap alam (*khalifah fil ardh*), sehingga implementasinya berpotensi memperkuat citra dan loyalitas nasabah terhadap bank syariah (Vitriani & Fasa, 2025).

Selain *green banking*, transparansi juga menjadi pilar penting dalam menjaga kepercayaan dan loyalitas nasabah. Dalam konteks perbankan syariah, transparansi tidak hanya mencakup keterbukaan informasi keuangan, tetapi juga kejelasan akad, risiko, serta pembagian hasil. Tingkat transparansi yang baik mampu meminimalisasi kecurigaan dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap sistem keuangan syariah yang berbasis keadilan dan keterbukaan. Faktor lain yang tidak kalah penting adalah kepatuhan syariah (*sharia compliance*). Kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam menjadi pembeda utama antara bank syariah dan bank konvensional. Bank syariah yang konsisten menjalankan prinsip syariah akan lebih dipercaya oleh masyarakat Muslim karena dianggap tidak hanya menjalankan fungsi ekonomi, tetapi juga moral dan religius. Tingginya tingkat kepatuhan syariah dapat memperkuat kepercayaan, meningkatkan kepuasan, dan pada akhirnya membentuk loyalitas nasabah (Alfira Nurjannah, Heri Junaidi, & Chandra Zaki Maulana, 2023).

Selain faktor-faktor di atas, kualitas layanan (*service quality*) juga memegang peranan sentral dalam membangun loyalitas nasabah. Layanan yang responsif, ramah, profesional, dan tepat sasaran akan meninggalkan kesan positif bagi nasabah. Pelayanan yang optimal tidak sekedar menghasilkan kepuasan jangka pendek, melainkan juga menumbuhkan keinginan untuk terus menggunakan layanan bank tersebut di masa yang datang, bahkan menyarankan kepada pihak lain (Ishak & Azzahroh, 2023).

Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Binjai sebagai salah satu cabang dari bank syariah terbesar di Indonesia, terus berupaya memperkuat posisi dan meningkatkan loyalitas nasabahnya. Pasca merger tiga bank syariah nasional yaitu BRI Syariah, BNI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri, BSI menghadapi tantangan dalam menyatukan sistem operasional, budaya kerja, serta standar pelayanan yang

berbeda-beda dari ketiga entitas sebelumnya. Proses integrasi ini di satu sisi berhasil memperluas jangkauan layanan dan memperkuat modal, namun di sisi lain memunculkan berbagai persoalan dalam hal konsistensi layanan dan kepuasan nasabah.

Hasil observasi dan beberapa laporan pelanggan menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara ekspektasi dan realitas pelayanan di BSI KC Binjai. Beberapa nasabah mengeluhkan antrean panjang di kantor cabang, keterbatasan jumlah teller maupun *customer service*, serta respon digital banking yang belum optimal, terutama dalam transaksi berbasis *mobile*. Selain itu, masih terdapat keluhan terkait kejelasan informasi produk dan akad, yang menandakan bahwa aspek transparansi belum sepenuhnya terwujud sesuai prinsip syariah. Masalah-masalah ini berpotensi menghambat pembentukan loyalitas, karena nasabah modern menuntut layanan yang cepat, mudah diakses, serta memberikan kepastian dan kenyamanan

Berdasarkan data nasabah dalam penelitian ini, Bank Syariah Indonesia KC Binjai memiliki sekitar 1.300 nasabah terdaftar dalam satu tahun terakhir. Namun, dari jumlah tersebut hanya sekitar 920 nasabah yang tergolong aktif menggunakan layanan bank, sementara 380 lainnya merupakan nasabah pasif yang jarang bertransaksi atau bahkan tidak aktif selama beberapa bulan terakhir. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara jumlah nasabah yang terdaftar dengan tingkat pemanfaatan layanan yang sebenarnya. Selain itu, meskipun BSI telah mengupayakan digitalisasi layanan, transformasi ini belum sepenuhnya berjalan optimal. Dari total nasabah aktif, baru sekitar 620 nasabah yang menggunakan layanan digital seperti BSI Mobile, sedangkan sisanya masih bergantung pada layanan konvensional di kantor cabang. Rendahnya pemanfaatan layanan digital ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kurangnya pemahaman nasabah terhadap fitur-fitur digital, kekhawatiran terhadap keamanan transaksi online, serta minimnya edukasi yang diberikan oleh pihak bank.

Di sisi lain, laporan keluhan nasabah dalam satu tahun terakhir mencapai 75 kasus yang mencerminkan masih adanya persoalan dalam kualitas pelayanan. Banyak nasabah yang mengeluhkan antrian panjang dan waktu tunggu yang cukup lama, terutama pada hari-hari tertentu ketika volume transaksi meningkat, sementara jumlah teller dan *customer service* tidak sebanding dengan kebutuhan. Beberapa nasabah juga mengalami kendala pada layanan digital, seperti aplikasi yang tidak responsif, transaksi tertunda, dan kesulitan mengakses fitur tertentu pada jam-jam sibuk. Selain itu, masih terdapat nasabah yang merasa belum mendapatkan penjelasan yang memadai terkait akad pembiayaan, biaya administrasi, serta mekanisme produk perbankan lainnya, sehingga menimbulkan persepsi bahwa transparansi layanan belum berjalan secara optimal. Permasalahan tersebut diperparah oleh keterbatasan fasilitas fisik di kantor cabang, yang membuat pengalaman layanan nasabah tidak selalu nyaman.

Secara keseluruhan, kondisi ini menegaskan bahwa BSI KC Binjai masih menghadapi tantangan dalam menjaga dan meningkatkan loyalitas nasabah. Kesenjangan pemanfaatan layanan, rendahnya literasi digital, keluhan terkait transparansi, serta kualitas pelayanan yang belum konsisten menjadi hambatan yang perlu diatasi secara strategis. Apabila permasalahan tersebut tidak tertangani dengan baik, maka loyalitas nasabah dapat menurun dan berpotensi memengaruhi citra BSI sebagai lembaga keuangan syariah yang modern, profesional, dan berorientasi pada pelayanan berkualitas.

Selain aspek pelayanan, implementasi *green banking* di BSI KC Binjai juga masih belum terlihat secara optimal. Walaupun secara korporasi BSI telah mendukung agenda keberlanjutan dan ramah lingkungan melalui kebijakan pembiayaan hijau (*green financing*) serta penghematan energi di kantor pusat, namun di tingkat cabang penerapannya belum sepenuhnya terinternalisasi dalam aktivitas operasional. Upaya seperti digitalisasi dokumen, pengurangan penggunaan kertas, atau kampanye produk hijau masih bersifat sporadis dan belum menjadi budaya organisasi. Padahal, masyarakat saat ini semakin sadar terhadap pentingnya tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga keberhasilan bank dalam menerapkan praktik *green banking* dapat menjadi nilai tambah yang signifikan dalam membangun loyalitas nasabah.

Dari sisi kepatuhan syariah, BSI KC Binjai juga dihadapkan pada tantangan dalam menjaga persepsi masyarakat terhadap konsistensi penerapan prinsip Islam dalam seluruh aktivitasnya. Masih terdapat sebagian nasabah yang meragukan apakah seluruh produk dan sistem operasional bank benar-benar sesuai dengan ketentuan Dewan Pengawas Syariah (DPS). Keraguan tersebut muncul karena kurangnya edukasi dan sosialisasi yang efektif kepada masyarakat mengenai akad-akad syariah yang digunakan. Hal ini menimbulkan potensi *trust gap*, yaitu jarak antara kepercayaan ideal yang diharapkan nasabah dengan keyakinan aktual yang mereka rasakan terhadap sistem perbankan syariah.

Di tengah berbagai tantangan tersebut, loyalitas nasabah menjadi isu strategis yang sangat menentukan keberlangsungan dan daya saing BSI. Persaingan di industri keuangan semakin ketat dengan hadirnya bank konvensional yang menawarkan layanan berbasis teknologi serta platform fintech yang memberikan kemudahan dan kecepatan transaksi. Nasabah kini memiliki banyak alternatif, sehingga mereka cenderung berpindah apabila pelayanan dan kepercayaan yang diberikan tidak memenuhi harapan. Oleh karena itu, membangun loyalitas nasabah tidak dapat hanya bergantung pada atribut syariah semata, melainkan harus diiringi dengan komitmen terhadap transparansi, penerapan prinsip *green banking*, kepatuhan syariah yang konsisten, dan peningkatan kualitas layanan yang menyeluruh.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa BSI KC Binjai masih memiliki tantangan *multidimensi* dalam menjaga loyalitas nasabah. Jika tidak diatasi secara sistematis, hal ini dapat berdampak pada menurunnya kepercayaan publik dan melemahkan posisi BSI sebagai bank syariah unggulan di Sumatera Utara. Namun demikian, peluang untuk memperkuat loyalitas tetap terbuka luas apabila BSI mampu mengintegrasikan nilai-nilai keberlanjutan, transparansi, syariah, dan pelayanan prima ke dalam strategi operasionalnya. Sinergi keempat aspek ini dapat menjadi diferensiasi strategis yang membedakan BSI dari kompetitor lain, baik bank konvensional maupun lembaga keuangan digital, sekaligus memperkuat citra BSI sebagai lembaga keuangan syariah modern, beretika, dan berkelanjutan.

Secara empiris, sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji Unsur-unsur yang berdampak terhadap loyalitas nasabah bank berbasis syariah. Misalnya, penelitian oleh Sari dan Rahman (2022) menemukan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Penelitian Fauzi (2021) menunjukkan bahwa kepatuhan syariah berkontribusi terhadap peningkatan kepercayaan dan minat nasabah. Sementara itu, Putri dan Hidayat (2023) menegaskan bahwa transparansi dan keadilan menjadi variabel penting dalam membangun loyalitas pada lembaga keuangan syariah. Namun, penelitian yang secara simultan mengkaji pengaruh *green banking*, transparansi, kepatuhan syariah, dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah, khususnya di lingkungan BSI KC Binjai, masih sangat terbatas.

Oleh sebab itu, kajian ini penting dilaksanakan demi mengukur dampak *green banking*, transparansi, kepatuhan syariah, dan kualitas layanan pada loyalitas nasabah BSI KC Binjai. Hasilnya diharapkan menjadi masukan praktis bagi BSI dalam menyusun strategi loyalitas nasabah, sekaligus menyumbang secara teoretis bagi perkembangan ilmu manajemen perbankan syariah.

2. KAJIAN TEORITIS

Green Banking

Green banking merupakan konsep perbankan yang mengutamakan penerapan kegiatan ramah lingkungan, baik dalam operasional maupun pembiayaan, guna mendukung pembangunan berkelanjutan. Menurut Fitriani (2022), *green banking* merupakan strategi perbankan yang bertujuan untuk mengurangi dampak lingkungan dari aktivitas perbankan dengan cara meningkatkan efisiensi sumber daya, mengurangi limbah, dan mendukung proyek-proyek hijau. Sementara Rajput et al. (2023) menjelaskan bahwa *green banking* adalah pendekatan strategis di mana bank mengintegrasikan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam kebijakan, produk, serta operasionalnya.

Teori yang digunakan *Green banking* dapat dijelaskan melalui Teori Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Theory*), yang menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (WCED, 1987). Dalam konteks perbankan, teori ini menegaskan bahwa lembaga keuangan harus berkontribusi terhadap keberlanjutan jangka panjang melalui pembiayaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Indikator Menurut Bahl (2022) dan Rachman (2019), indikator *green banking* meliputi: 1) Efisiensi penggunaan sumber daya (energi, kertas, air); 2) Penerapan kebijakan ramah lingkungan di kantor bank; 3) Pembiayaan terhadap proyek berwawasan lingkungan (*green financing*); 4) Edukasi dan kampanye kesadaran lingkungan kepada nasabah; 5) Digitalisasi layanan untuk mengurangi dampak lingkungan.

Transparansi

Transparansi adalah keterbukaan informasi dan kejujuran lembaga dalam menyampaikan kebijakan, produk, serta risiko kepada publik. Menurut FASB (*Financial Accounting Standards Board*, 2010), transparansi adalah tingkat sejauh mana laporan keuangan dan aktivitas lembaga mencerminkan kondisi ekonomi sebenarnya. Othman dan Thani (2010) mendefinisikan transparansi dalam perbankan syariah sebagai penyediaan informasi yang akurat, mudah dipahami, dan sesuai dengan prinsip kejujuran Islam kepada semua pemangku kepentingan.

Teori yang digunakan *Transparansi* berkaitan dengan Teori Agensi (*Agency Theory*) yang dikemukakan oleh Jensen dan Meckling (1976), di mana hubungan antara pihak manajemen (agen) dan pemilik atau nasabah (prinsipal) memerlukan keterbukaan informasi agar tidak terjadi asimetri informasi. Dalam konteks perbankan syariah, transparansi menjadi sarana untuk membangun kepercayaan dan menegakkan prinsip *amanah*.

Indikator Menurut Othman dan Thani (2010) serta Rahman (2020), indikator transparansi meliputi: 1) Keterbukaan informasi produk dan akad; 2) Kejelasan biaya dan risiko transaksi; 3) Akurasi dan kemudahan akses informasi; 4) Pelaporan kinerja dan keuangan yang dapat dipercaya; 5) Komunikasi terbuka antara bank dan nasabah.

Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance)

Kepatuhan syariah menunjukkan seberapa baik lembaga keuangan syariah menjalankan operasinya sesuai dengan prinsip dan peraturan Islam. Chapra dan Ahmed (2002) mendefinisikan kepatuhan syariah sebagai penerapan prinsip syariah yang diawasi oleh otoritas syariah (Dewan Pengawas Syariah) untuk memastikan semua transaksi sesuai dengan ketentuan Al-Qur'an dan Hadis. Menurut AAOIFI (2015), kepatuhan syariah juga mencakup mekanisme audit dan pengawasan agar lembaga tidak menyimpang dari prinsip syariah.

Teori yang digunakan Kepatuhan syariah berakar pada Teori *Maqashid Syariah*. Teori ini menekankan pentingnya menjaga lima tujuan utama dalam syariah yaitu agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dalam konteks perbankan, teori ini menjelaskan bahwa setiap produk dan praktik operasional harus menjamin kemaslahatan dan menghindari mudarat bagi umat.

Indikator Menurut Chapra dan Ahmed (2002) dan Haniffa & Hudaib (2007), indikator kepatuhan syariah meliputi: 1) Kesesuaian akad dengan prinsip syariah; 2) Pengawasan aktif dari Dewan Pengawas Syariah; 3) Transparansi pelaporan kepatuhan syariah; 4) Tidak adanya unsur riba, gharar, dan maisir; 5) Edukasi syariah kepada nasabah dan karyawan.

Kualitas Layanan (Service Quality)

Kualitas layanan menggambarkan tingkat keunggulan layanan yang dirasakan nasabah dibandingkan dengan apa yang mereka harapkan. Melalui model SERVQUAL, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) menerangkan bahwa kualitas layanan terbentuk dari selisih antara ekspektasi pelanggan dan pelayanan aktual yang mereka alami.

Teori SERVQUAL menjadi rujukan utama di sini, dengan lima dimensi pengukurannya yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Teori ini digunakan secara luas dalam penelitian perbankan untuk mengukur pengalaman dan kepuasan nasabah.

Indikator menurut ahli (Parasuraman et al., 1988): 1) *Tangibles* yaitu fasilitas fisik, perlengkapan, dan penampilan karyawan; 2) *Reliability* yaitu kemampuan memberikan layanan secara akurat dan terpercaya; 3) *Responsiveness* yaitu kesediaan dan kecepatan membantu nasabah; 4) *Assurance* yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kepercayaan yang diberikan karyawan; 5) *Empathy* kepedulian personal dan pemahaman atas kebutuhan nasabah.

Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah yaitu wujud komitmen nasabah untuk tetap memakai produk atau jasa bank secara konsisten dalam jangka panjang. Menurut Griffin (2005), loyalitas adalah perilaku yang menunjukkan komitmen pelanggan terhadap produk atau jasa ditandai dengan pembelian berulang dan kesediaan merekomendasikannya kepada pihak lain. Dick dan Basu (1994) menambahkan bahwa loyalitas muncul dari kombinasi antara sikap positif dan perilaku aktual nasabah terhadap suatu merek atau lembaga.

Teori yang digunakan Loyalitas nasabah dijelaskan melalui Teori Relationship Marketing (Berry, 1983), yang menitikberatkan pada pentingnya membina hubungan jangka panjang antara lembaga dan nasabah melalui kepercayaan, kepuasan, dan kualitas interaksi.

Indikator menurut ahli Griffin (2005) sebagai berikut: 1) Melakukan pembelian ulang (*repeat purchase*); 2) Menolak tawaran pesaing; 3) Merekomendasikan kepada orang lain; 4) Menunjukkan komitmen terhadap lembaga; 5) Kepuasan dan kepercayaan yang stabil terhadap bank.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan tersebut digunakan untuk menggambarkan kondisi atau fenomena yang menjadi objek penelitian berdasarkan data yang telah diperoleh. Data tersebut selanjutnya diolah dan dianalisis menggunakan teknik statistik dalam memperoleh kesimpulan penelitian. (Siregar & Pujiono, 2021). Studi ini bertujuan untuk menentukan bagaimana *Green Banking*, *Transparansi*, Kepatuhan Syariah, dan Kualitas Layanan berdampak pada Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Binjai. Dengan demikian, penelitian ini termasuk penelitian yang menguji hubungan antar variabel.

Jumlah populasi sebanyak 36.193 nasabah. Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan pendekatan *purposive* dengan acuan rumus Slovin. Namun, berdasarkan hasil perhitungan dengan tingkat kesalahan 5%, diperoleh jumlah sampel yang cukup besar dan dianggap kurang efisien untuk diteliti secara langsung. Oleh karena itu, peneliti menetapkan tingkat kesalahan sebesar 10%, dengan pertimbangan keterbatasan waktu, tenaga, serta efisiensi proses pengumpulan data di lapangan.

Perhitungan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 10% adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat Kesalahan (*error level*) 10% = 0,1

Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel yang diperoleh dari populasi penelitian adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \dots\dots\dots (2)$$

$$n = \frac{36.193}{1+36.193(0,1)^2} = 99,724 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Data primer dalam penelitian ini dihimpun langsung dari 100 responden nasabah Bank Syariah Indonesia KC Binjai melalui penyebaran kuesioner. Jawaban responden diukur menggunakan skala Likert. Tahapan pengujian diawali dengan uji validitas, dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Selanjutnya data dianalisis menggunakan regresi linier berganda, lalu diuji hipotesisnya melalui uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) (Sugiyono, 2022).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan kuesioner dalam mengukur variabel penelitian yang telah ditentukan. Penentuan valid atau tidaknya suatu item dapat dilihat melalui nilai korelasi (r) yang diperoleh. Nilai tersebut kemudian dibandingkan dengan r tabel. Komponen dinyatakan valid dan layak dipakai bila r hitung melebihi r tabel; sebaliknya, Komponen dengan r hitung di bawah r tabel harus disingkirkan dari instrumen penelitian. Penelitian ini melibatkan 100 responden, sehingga nilai r tabel ditentukan berdasarkan $df = N - 2$. (Basuki & Yuliadi, 2015). Dengan jumlah tersebut, nilai r tabel yang digunakan adalah 0,197. Selanjutnya, nilai-nilai ini dibandingkan dengan r perhitungan yang dihasilkan dengan menggunakan SPSS.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Penelitian.

Butir Pertanyaan	r hitung	r table	Hasil
<i>Green Banking (X₁)</i>			
X ₁ 1	0,832	>0,197	Valid
X ₁ 2	0,876	>0,197	Valid
X ₁ 3	0,622	>0,197	Valid
X ₁ 4	0,673	>0,197	Valid
X ₁ 5	0,598	>0,197	Valid
<i>Transparansi (X₂)</i>			
X ₂ 1	0,876	>0,197	Valid
X ₂ 2	0,622	>0,197	Valid
X ₂ 3	0,765	>0,197	Valid
X ₂ 4	0,689	>0,197	Valid
X ₂ 5	0,732	>0,197	Valid
<i>Kepatuhan Syariah (X₃)</i>			
X ₃ 1	0,671	>0,197	Valid
X ₃ 2	0,387	>0,197	Valid
X ₃ 3	0,876	>0,197	Valid
X ₃ 4	0,622	>0,197	Valid
X ₃ 5	0,673	>0,197	Valid
<i>Kualitas Layanan (Service Quality) (X₄)</i>			
X ₄ 1	0,876	>0,197	Valid
X ₄ 2	0,743	>0,197	Valid
X ₄ 3	0,754	>0,197	Valid
X ₄ 4	0,634	>0,197	Valid
X ₄ 5	0,621	>0,197	Valid
<i>Loyalitas Nasabah (Y)</i>			
Y1	0,765	>0,197	Valid
Y2	0,791	>0,197	Valid
Y3	0,626	>0,197	Valid
Y4	0,698	>0,197	Valid
Y5	0,721	>0,197	Valid

Sumber: Olah data SPSS 25

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat dilihat bahwasanya seluruh nilai r hitung dari setiap variabel X1, X2, X3, X4 dan Y lebih besar dari pada r tabel dengan taraf signifikansi 5%. Sehingga dikatakan bahwa seluruh item pertanyaan dari seluruh variabel valid dan dapat digunakan memenuhi syarat validitas.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dipakai untuk mengukur konsistensi instrumen, yang dinyatakan reliabel jika *Cronbach's Alpha* melampaui 0,60. Hasil pengujian atas kelima variabel penelitian disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas.

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Hasil
<i>Green Banking</i> (X1)	0,932	Reliabel
<i>Transparansi</i> (X2)	0,761	Reliabel
<i>Kepatuhan Syariah</i> (X3)	0,843	Reliabel
<i>Kualitas Layanan</i> (X4)	0,987	Reliabel
<i>Loyalitas Nasabah</i> (Y)	0,821	Reliabel

Sumber: Olah data SPSS 25

Output SPSS memperlihatkan *Cronbach's Alpha* seluruh variabel berada di atas ambang 0,60 (Santoso, 2018). Hasil tersebut mengindikasikan bahwa item-item pada tiap variabel cukup konsisten. Dengan kata lain, alat ukur ini berpotensi memberikan hasil yang stabil bila diterapkan ulang pada situasi serupa.

Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.4159137
Most Extreme Differences	Absolute	.129
	Positive	.079
	Negative	-.123
Kolmogorov-Smirnov Z		1.476
Asymp. Sig. (2-tailed)		.093
a. Test distribution is Normal.		

Berdasarkan Tabel 3, nilai signifikansi Unstandardized Residual tercatat sebesar 0,095, yakni berada di bawah ambang batas 0,05. Dengan hasil ini, residual data penelitian dapat disimpulkan berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas**Tabel 4.** Uji Multikolinieritas.

Model	Coefficients ^a	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
<i>Green Banking</i>	.287	1.176
<i>Transparansi</i>	.398	1.382
<i>Kepatuhan Syariah</i>	.279	1.223
<i>Kualitas Layanan</i>	.457	1.661

a. Dependent Variable: *Loyalitas Nasabah*

Merujuk Tabel 4, seluruh variabel bebas mencatat nilai tolerance di atas 0,10 serta VIF di bawah 10; kedua indikator ini menegaskan bahwa model penelitian bebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas**Tabel 5.** Hasil Uji Heteroskedastisitas.

Model	Coefficients ^a			
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
<i>Green Banking</i>	10.916	6.976		.141
	.009	.452	.007	.984
<i>Transparansi</i>	.007	.334	.008	.963
<i>Kepatuhan Syariah</i>	.017	.270	.023	.931
<i>Kualitas Layanan</i>	0.11	.286	.013	.976

a. Dependent Variable: *Loyalitas Nasabah*

Sumber: Data diolah SPSS 25

Berdasarkan tabel 5. Mengungkapkan bahwa hasil dari pengujian heterokedastisitas dengan uji Glejser menunjukkan nilai sig. *Green Banking* > 0,05 yaitu sebesar 0,984 > 0,05. *Transparansi* > 0,05 yaitu sebesar 0,963 > 0,05, nilai sig. *Kepatuhan Syariah* > 0,05 yaitu sebesar 0,931 > 0,05. dan nilai sig. *Kualitas Layanan* > 0,05 yaitu sebesar 0,976 > 0,05. Dari hasil dapat ditarik kesimpulan bahwa pada penelitian ini terbebas gejala heterokedastisitas.

Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Menurut Ghozali (2018), analisis regresi linear berganda dipakai untuk mengetahui hubungan dan besarnya dampak sejumlah variabel bebas terhadap variabel terikat. Formulasi persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + \beta X_4 + e \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Nasabah

A = Koefisien Konstanta

B_1, β_2 = Koefisien Regresi

X_1 = Green Banking

X_2 = Transparansi

X_3 = Kepatuhan Syariah

X_4 = Kualitas Layanan

e = Standar error

Tabel 6. Uji Analisis Regresi Berganda.

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4025.018	1.472		3.996	.998
Green Banking	77.821	.073	3.187	1.876	.010
Transparansi	72.761	.076	3.209	1.982	.020
Kepatuhan Syariah	76.981	.071	3.712	1.876	.040
Kualitas Layanan	79.654	.079	3.132	1.921	.030

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Berdasarkan nilai-nilai koefisien di atas, persamaan regresi linear berganda dapat disusun sebagai berikut:

$$Y = 4025.018 + 77,821X_1 + 72,761X_2 + 76,981X_3 + 79,654X_4 \dots\dots\dots(4)$$

Dari data diatas dapat dihasilkan kesimpulan berikut:

- Nilai konstanta (α) sebesar 4025,018 menunjukkan nilai Loyalitas Nasabah ketika seluruh variabel independen, yaitu *Green Banking*, *Transparansi*, *Kepatuhan Syariah*, dan *Kualitas Layanan*, berada pada nilai 0. Dengan kondisi tersebut, nilai Loyalitas Nasabah diperkirakan sebesar 4025,018.
- Koefisien regresi *Green Banking* (β_1) menunjukkan nilai positif sebesar 77,821. Yang berarti setiap kenaikan satu satuan pada *Green Banking* berpotensi mendongkrak Loyalitas Nasabah sebesar 77,821 satuan, dengan catatan variabel independen lainnya tetap.
- Koefisien regresi (β_1) variabel *Transparansi* bernilai positif sebesar 72,761. Ini menunjukkan bahwa kenaikan satu satuan *Transparansi* akan meningkatkan Loyalitas Nasabah sebesar 72,761 satuan, jika variabel lain dianggap konstan.

- d. Koefisien regresi pada variabel Kepatuhan Syariah (β_1) bernilai positif sebesar 76,981. Dengan demikian, setiap kenaikan satu satuan pada Kepatuhan Syariah diperkirakan dapat meningkatkan Loyalitas Nasabah sebesar 76,981 satuan, sementara variabel independen lainnya diasumsikan tetap.
- e. Hasil analisis menunjukkan koefisien regresi Kualitas Layanan (β_1) sebesar 79,654 dan bernilai positif yang mengindikasikan bahwa kenaikan satu satuan pada Kualitas Layanan berpotensi meningkatkan Loyalitas Nasabah sebesar 79,654 satuan, dengan asumsi variabel independen lain tetap konstan.

Uji Hipotesis

Uji T

Pengukuran pengaruh parsial variabel bebas ke variabel terikat menggunakan uji t dengan patokan keputusan berikut:

- a. Variabel bebas dianggap berpengaruh apabila t hitung melampaui t tabel.
- b. Sebaliknya, variabel bebas dianggap tidak berpengaruh jika t hitung berada di bawah t tabel.
- c. Hipotesis diterima bila taraf signifikansi berada di bawah 0,05, menandakan adanya pengaruh yang nyata antar-variabel.
- d. Hipotesis dinyatakan ditolak jika nilai signifikansi melebihi 0,05, artinya variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 7. Uji T

Model	Coefficients ^a	
	T	Sig.
(Constant)	3.996	.998
<i>Green Banking</i>	1.876	.010
<i>Transparansi</i>	1.982	.020
<i>Kepatuhan Syariah</i>	1.876	.040
<i>Kualitas Layanan</i>	1.921	.030

a. Dependent Variable: *Loyalitas Nasabah*

Merujuk Tabel 7 di atas, diperoleh nilai t hitung sebesar 3,996 untuk konstanta, sementara t tabel tercatat 1,661, sehingga t hitung dari variabel X > t tabel ($3,891 > 1,661$). Hasil pengolahan SPSS untuk masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Green Banking* (Variabel X1)

Menurut pengujian yang dilakukan pada Tabel 7, t hitung *Green Banking* adalah 1,876, lebih besar dari t tabel sebesar 1,661, dan nilai signifikansi 0,010, di bawah 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa *Green Banking* memengaruhi loyalitas nasabah.

b. *Transparansi* (Variabel X2)

Dengan signifikansi 0,020, yang juga berada di bawah 0,05, variabel transparansi mencatat t hitung 1,982, yang lebih besar dari t tabel 1,661. Hasil ini menunjukkan bahwa transparansi memengaruhi loyalitas nasabah.

c. *Kepatuhan Syariah* (Variabel X3)

Uji t terhadap Kepatuhan Syariah menghasilkan t hitung sebesar 1,876, melebihi t tabel 1,661, dengan nilai signifikansi 0,040 yang lebih rendah dari 0,05. Dengan demikian, Kepatuhan Syariah terbukti berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

d. *Kualitas Layanan* (Variabel X4)

Kualitas Layanan berdampak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, menurut hasil, dengan t hitung 1,921, yang lebih besar dari t tabel 1,661, dan signifikansi 0,030, yang berada di bawah 0,05.

Uji F (Uji Simultan)

Uji F dipakai untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat, dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} pada $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan $n - k - 1$.

Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji F).

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	28921.098	3	18237.165	121.132	.031 ^a
Residual	287.002	1	2.412		
Total	29097.627	4			

a. Predictors: (Constant), *Green Banking*, *Transparansi*, *Kepatuhan Syariah*, *Kualitas Layanan*

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel 8 mencatat F hitung sebesar 121,132 dan F tabel sebesar 2,31; karena F hitung melampaui F tabel dan signifikansinya (0,031) berada di bawah 0,05, keempat variabel bebas terbukti memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah.

Uji Determinasi Koefisiensi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur variasi pada variabel terikat. Nilai R^2 hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Uji Determinasi Koefisiensi (R^2).

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.897 ^a	.805	.705	1.78759

a. Predictors: (Constant), *Green Banking*, *Transparansi*, *Kepatuhan Syariah*, *Kualitas Layanan*

b. Dependent Variable: *Loyalitas Nasabah*

Tabel 9 menunjukkan bahwa keempat variabel bebas dapat memberikan 80,5% variasi Loyalitas Nasabah, dengan R Square sebesar 0,805. Faktor lain di luar lingkup penelitian ini mempengaruhi 19,5% dari variasi tersebut.

Pembahasan

Pengaruh Green Banking terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC Binjai

Melalui uji t, variabel *Green Banking* terbukti berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan t_{hitung} 1,876 ($> t_{tabel}$ 1,661) dan signifikansi 0,010 ($< 0,05$). Hasil ini membuktikan bahwa *Green Banking* mempengaruhi loyalitas pelanggan, sekaligus mengindikasikan bahwa penerapan konsep *Green Banking* dapat menjadi salah satu pendorong terbentuk dan terjaganya loyalitas nasabah di BSI KC Binjai.

Fenomena ini mengindikasikan bahwa nasabah saat ini tidak lagi hanya mementingkan aspek fungsional perbankan, tetapi juga memperhatikan tanggung jawab moral bank terhadap kelestarian lingkungan. Dengan mengadopsi layanan berbasis digital yang meminimalisir penggunaan kertas serta mendukung pembiayaan yang ramah lingkungan, BSI KC Binjai berhasil menciptakan citra positif yang selaras dengan nilai-nilai etika nasabah. Kepuasan yang lahir dari kemudahan akses teknologi hijau ini pada akhirnya menumbuhkan kepercayaan dan keterikatan emosional, sehingga nasabah cenderung bertahan menggunakan layanan bank.

Penelitian ini sangat sejalan dengan temuan-temuan terdahulu yang menekankan bahwa keberlanjutan lingkungan merupakan pilar penting dalam industri perbankan modern. Studi-studi sebelumnya juga menemukan bahwa nasabah cenderung lebih loyal. Ketika mempersepsikan bank bukan sekedar mengejar keuntungan, tetapi juga menjaga kemaslahatan alam. Kesamaan hasil ini memperkuat teori bahwa strategi bisnis berbasis lingkungan adalah investasi jangka panjang yang efektif untuk mengunci kesetiaan nasabah di tengah persaingan perbankan yang semakin ketat, di mana nilai-nilai keberlanjutan kini menjadi standar baru dalam memilih mitra finansial.

Pengaruh Transparansi terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC Binjai

Hasil uji t variabel Transparansi (t_{hitung} 1,982 $> t_{tabel}$ 1,661; sig. 0,020 $< 0,05$) membuktikan bahwa transparansi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KC Binjai. Ini menunjukkan bahwa transparansi memainkan peran yang sangat penting dalam membentuk loyalitas nasabah. Hal ini menandakan bahwa keterbukaan informasi mengenai produk, biaya, nisbah bagi hasil, hingga risiko perbankan merupakan faktor utama yang membuat nasabah merasa aman dan dihargai. Ketika pihak bank mampu menyajikan informasi secara jujur, jelas, dan mudah diakses, nasabah akan merasa memiliki kontrol penuh atas

keputusan finansial mereka. Kepercayaan yang terbangun melalui kejujuran institusi ini secara otomatis menciptakan rasa nyaman, yang pada akhirnya memicu keinginan nasabah untuk terus menjalin hubungan jangka panjang dengan bank dan tidak mudah beralih ke lembaga keuangan lain.

Penelitian ini sejalan dengan berbagai studi sebelumnya yang mengungkapkan bahwa dalam industri perbankan syariah, transparansi adalah fondasi dari prinsip amanah. Temuan ini mendukung riset terdahulu yang menyatakan bahwa nasabah perbankan syariah sangat sensitif terhadap kejelasan akad dan keterbukaan informasi terkait tata kelola dana. Hasil yang konsisten ini memperkuat teori bahwa keterbukaan tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan regulasi, tetapi juga sebagai strategi pemasaran yang efektif untuk membangun kedekatan emosional. Dengan adanya kesamaan hasil ini, terbukti bahwa transparansi adalah faktor universal yang secara signifikan mampu mengonversi kepercayaan menjadi loyalitas yang kokoh dalam ekosistem perbankan syariah.

Pengaruh Kepatuhan Syariah terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC Binjai

Uji parsial menunjukkan variabel Kepatuhan Syariah ($t_{hitung} 1,876 > t_{tabel} 1,661$; sig. $0,040 < 0,05$) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Temuan ini membuktikan *sharia compliance* sebagai faktor mendasar pendorong kesetiaan nasabah di BSI KC Binjai. Hal ini membuktikan bahwa nasabah memilih bank syariah bukan hanya karena aspek fasilitas, melainkan karena kebutuhan untuk memastikan bahwa seluruh transaksi keuangan mereka terbebas dari unsur riba, gharar, dan maysir. Ketika bank menunjukkan konsistensi dalam menjalankan prinsip-prinsip syariah secara murni dan konsekuen, nasabah akan merasa tenang dan memiliki kepuasan batin. Kepercayaan bahwa dana mereka dikelola sesuai tuntunan agama inilah yang menciptakan ikatan spiritual dan emosional yang kuat, sehingga nasabah tetap setia menggunakan jasa bank tersebut dalam jangka waktu yang lama.

Penelitian ini sejalan dengan berbagai studi terdahulu yang menegaskan bahwa kepatuhan syariah adalah identitas sekaligus nilai jual utama dari perbankan syariah. Temuan ini mendukung riset sebelumnya yang menyatakan bahwa bagi nasabah muslim, kepatuhan terhadap aspek religius seringkali menjadi pertimbangan yang lebih berat dibandingkan dengan keuntungan materi semata. Hasil yang serupa dalam literatur ekonomi Islam juga menunjukkan bahwa integritas bank dalam menjaga aspek syariah secara otomatis akan meningkatkan reputasi institusi di mata masyarakat. Dengan demikian, konsistensi hasil penelitian ini memperkuat teori bahwa semakin baik sebuah bank syariah menjaga kepatuhannya terhadap aturan agama, semakin kokoh pula loyalitas yang diberikan oleh nasabahnya.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC Binjai

Melalui uji t, variabel Kualitas Layanan ($t_{hitung} 1,921 > t_{tabel} 1,661$; sig. $0,030 < 0,05$) terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KC Binjai. Hasil ini membuktikan kualitas layanan sebagai aspek penting dalam membangun dan menjaga loyalitas nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa kemampuan bank dalam memberikan pelayanan yang responsif, andal, serta penuh empati menjadi alasan kuat mengapa nasabah memilih untuk tetap bertahan. Ketika nasabah merasa kebutuhan finansialnya terpenuhi dengan standar layanan yang tinggi baik melalui keramahan staf maupun kecepatan sistem transaksi muncul rasa puas yang mendalam. Pengalaman positif yang dirasakan secara konsisten oleh nasabah ini kemudian bertransformasi menjadi kepercayaan, sehingga mereka enggan untuk beralih ke bank lain dan cenderung merekomendasikan layanan bank kepada pihak lain.

Temuan ini juga memperkuat teori manajemen pemasaran jasa yang menyebutkan bahwa kualitas layanan adalah penentu utama keberhasilan bisnis dalam jangka panjang. Temuan ini mendukung riset-riset terdahulu yang mengungkapkan bahwa di industri perbankan yang kompetitif, keunggulan teknis saja tidak cukup jika tidak dibarengi dengan kualitas interaksi yang baik dengan nasabah. Hasil yang serupa juga ditemukan pada berbagai studi perbankan syariah lainnya, di mana kualitas layanan bertindak sebagai jembatan antara harapan nasabah dan keputusan mereka untuk loyal. Konsistensi hasil penelitian ini memperkuat bukti bahwa semakin profesional dan prima kualitas layanan yang diberikan oleh BSI KC Binjai, maka akan semakin tinggi pula tingkat loyalitas yang diberikan oleh nasabahnya.

Pengaruh Green Banking, Transparansi, Kepatuhan Syariah, Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC Binjai

Hasil uji F ($F_{hitung} 121,132 > F_{tabel} 2,31$; sig. $0,031 < 0,05$) membuktikan bahwa *Green Banking*, *Transparansi*, *Kepatuhan Syariah*, dan *Kualitas Layanan* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Loyalitas Nasabah*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Green Banking*, *Transparansi*, *Kepatuhan Syariah*, dan *Kualitas Layanan* secara kolektif menjadi mesin penggerak utama dalam membangun loyalitas nasabah di BSI KC Binjai. Temuan ini mengindikasikan bahwa loyalitas nasabah tidak hanya dibentuk oleh satu faktor tunggal, melainkan merupakan hasil sinergi antara nilai-nilai etika lingkungan, keterbukaan informasi, integritas prinsip syariah, dan keunggulan pelayanan yang dirasakan nasabah secara menyeluruh. Ketika nasabah melihat bahwa BSI KC Binjai tidak hanya profesional dalam

melayani dan transparan dalam memberikan informasi, tetapi juga memiliki komitmen kuat pada kelestarian alam serta kepatuhan agama, maka tercipta sebuah paket nilai (*value proposition*) yang sangat kokoh. Hal inilah yang mendorong nasabah untuk menjalin hubungan jangka panjang yang tidak mudah goyah oleh persaingan pasar.

Penelitian ini sejalan dengan teori-teori dalam pemasaran strategis yang menyatakan bahwa kepuasan dan loyalitas pelanggan di era modern dipengaruhi oleh pendekatan yang bersifat multidimensi. Temuan ini mendukung riset-riset terdahulu yang mengungkapkan bahwa di sektor perbankan syariah, perpaduan antara aspek spiritual (Kepatuhan Syariah), aspek fungsional (Kualitas Layanan), dan aspek sosial-etika (*Green Banking* dan *Transparansi*) merupakan strategi yang paling efektif untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Hasil yang konsisten dengan berbagai literatur ekonomi Islam ini memperkuat bukti bahwa semakin baik bank dalam mengintegrasikan kebijakan ramah lingkungan dengan standar pelayanan yang transparan dan sesuai syariah, maka akan semakin besar pula dampak positifnya terhadap loyalitas nasabah yang berkelanjutan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan temuan penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan, diperoleh beberapa poin kesimpulan sebagai berikut: 1) *Green Banking* terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Binjai; 2) *Transparansi* memiliki pengaruh yang signifikan atas peningkatan Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Binjai; 3) *Kepatuhan Syariah* memiliki pengaruh dan signifikan dalam memengaruhi Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Binjai. 4) *Kualitas Layanan* memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Binjai. 5) *Green Banking, Transparansi, Kepatuhan Syariah, dan Kualitas Layanan* berpengaruh secara bersama-sama atau simultan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Binjai.

DAFTAR REFERENSI

- Alfira Nurjannah, A., Heri Junaidi, H., & Chandra Zaki Maulana, C. (2023). Pengaruh *Shariah compliance* dan spiritual marketing terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palembang Sudirman. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 4(2), 148. <https://doi.org/10.31000/almaal.v4i2.7616>
- April, D., Simangunsong, Y., Lathief, M., & Nasution, I. (2023). Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah (Studi kasus Bank Sumut Syariah KCP Lubuk Pakam). *Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(4), 153–173. <https://doi.org/10.59841/jureksi.v1i4.435>

- Dey, M., & Rahman, M. (2023). Green banking practices and customer loyalty in Islamic banks: The mediating role of environmental awareness. *Journal of Islamic Marketing*, 14(2), 295–312.
- Fauzi, A. (2021). Pengaruh kepatuhan syariah terhadap kepercayaan dan minat nasabah pada bank syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), 1556–1567. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.183>
- Fitria, A. D., & Rahayu, Y. S. (2024). Green marketing dan kualitas pelayanan serta pengaruhnya terhadap citra bank syariah. *NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah*, 10(1), 45–58. <https://doi.org/10.30997/jn.v10i1.13477>
- Griffin, J. (2005). *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it*. Jossey-Bass Publishers.
- Harahap, M. I., Soemitra, A., & Nawawi, Z. M. (2023). Analysis of the effect of fear of missing out (FOMO) and the use of paylater application on impulse buying behavior (Review of Maqashid Syariah). *Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 67. <https://doi.org/10.24123/jmb.v22i2.682>
- Hassan, M. K., & Aliyu, S. (2018). A contemporary survey of Islamic banking literature. *Journal of Financial Stability*, 34, 12–43. <https://doi.org/10.1016/j.jfs.2017.11.006>
- Husni Pasarela, Andri Soemitra, & Zuhri M. Nawawi. (2022). Halal tourism development strategy in Indonesia. *Konfrontasi: Jurnal Kultural, Ekonomi Dan Perubahan Sosial*, 9(1), 14–26. <https://doi.org/10.33258/konfrontasi2.v9i1.188>
- Imsar, Nurhayati, & Harahap, I. (2023). Analysis of digital education interactions, education openness, Islamic Human Development Index (I-HDI) and Indonesia's GDE growth. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 12(1), 753–772. <https://doi.org/10.30868/ei.v12i01.4265>
- Ishak, M. Z., & Azzahroh, E. P. (2023). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank syariah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 3(1), 26. <https://doi.org/10.20473/jebis.v3i1.3599>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Ningsih, N. S. I., & Khoiruddin, A. Y. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 197–208. <https://doi.org/10.30997/jsei.v9i2.9884>
- Nurbaiti, N., Asmuni, A., Soemitra, A., Imsar, I., & Aisyah, S. (2023). Behavior analysis of MSMEs in Indonesia using fintech lending: Comparative study between sharia fintech lending and conventional fintech lending. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(4), 92–99. <https://doi.org/10.29210/020232273>
- 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.
- Putri, A., & Hidayat, R. (2023). Pengaruh transparansi dan keadilan terhadap loyalitas nasabah pada lembaga keuangan syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 11(1), 45–57.
- Rahman, M. M., & Masud, M. A. K. (2020). The impact of Shariah compliance on customer trust and loyalty in Islamic banking. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(9), 1939–1956.

- Sari, D. P., & Rahman, M. A. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah bank syariah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Syariah*, 10(2), 112–124.
- Selvi, O., Sari, N., & Fasa, M. I. (2024). Inovasi green banking pada layanan Bank Syariah: Studi kasus Bank Syariah Indonesia. *JMA*, 2(11), 3031–5220.
- Siregar, G. A., & Rusiadi, R. (2025). Pengaruh nilai-nilai Islam, pengalaman nasabah terhadap citra merek dan loyalitas nasabah: Studi Bank Syariah. *Warta Dharmawangsa*, 19(2), 784–800. <https://doi.org/10.46576/wdw.v19i2.6053>
- Siregar, H. A., & Pujiono, P. (2021). Analisis pengaruh efisiensi operasional dan risiko pembiayaan terhadap kontribusi UMKM dalam perekonomian dan dampaknya terhadap profitabilitas BPRS di Indonesia. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 393–404. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v9i4.1642>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*.
- Utami, M., Handayani, T., & Pusporini, P. (2019). Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah. *Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics*, 2, 170–178. <https://journal.uii.ac.id/CIMAE/article/view/12853>
- Vitriani, N., & Fasa, M. I. (2025). Transformasi green banking dalam perbankan syariah: Tantangan dan peluang menuju keuangan berkelanjutan. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 3(2), 84–91. <https://doi.org/10.59422/lbm.v3i02.830>