# MASLAHAH-BASED APPROACH: INTEGRASI RASIO KEUANGAN, CUSTOMER SATISFACTION INDEX, DAN NPS DALAM *MARKET SHARE* BANK SYARIAH

**DISERTASI**

DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA UNTUK
MEMENUHI SYARAT MEMPEROLEH GELAR DOKTOR DALAM
ILMU SYARI'AH

**OLEH**
**ADITYA SETIAJI WIBAWA**
**NIM. 22303012007**

**PROMOTOR**
**PROF. DR. MISNEN ARDIANSYAH, S.E., M.SI., AK., CA., ACPA**
**DR. H. ABDUL MUJIB, M.AG.**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU SYARI'AH**
**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**
**YOGYAKARTA**
**2026**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

## PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS DARI PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

| | |
|---|---|
| Nama | : Aditya Setiaji wibawa |
| NIM | : 22303012007 |
| Program Studi | : Doktor Ilmu Syariah |
| Konsentrasi | : Hukum Bisnis Syariah |

Menyatakan bahwa naskah disertasi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya, dan bebas dari plagiarisme. Jika dikemudian hari terbukti bukan karya sendiri atau melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta, 8 Juli 2026 M
23 Muharram 1448 H

Saya yang menyatakan




Aditya Setiaji Wibawa
NIM. 22303012007

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**
**PROGRAM DOKTOR ILMU SYARIAH**

Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta 55281 Telp. (0274) 512840, Faks. (0274) 545614

## PENGESAHAN

Disertasi berjudul : MASLAHAH-BASED APPROACH: INTEGRASI RASIO KEUANGAN, CUSTOMER SATISFACTION INDEX, DAN NPS DALAM MARKET SHARE BANK SYARIAH

Ditulis oleh : Dr. Aditya Setiaji Wibawa, S.Pi., ME
NIM : 22303012007

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat Memperoleh gelar
Doktor dalam Ilmu Syari'ah

Yogyakarta, 11 Agustus 2026

a.n Rektor
Ketua Sidang,

Prof. Dr.H. ALI SODIQIN, M.AG.
NIP. 197009121998031003

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**
**PROGRAM DOKTOR ILMU SYARIAH**

---

**YUDISIUM**
**BISMILLĀHIRRAHMĀNIRRAHĪM**

DENGAN MEMPERTIMBANGKAN JAWABAN PROMOVENDUS ATAS PERTANYAAN DAN KEBERATAN PARA PENILAI DALAM UJIAN TERTUTUP PADA **TANGGAL 3 JUNI 2026**, DAN SETELAH MENDENGAR JAWABAN PROMOVENDUS ATAS PERTANYAAN DAN SANGGAHAN PARA PENGUJI DALAM UJIAN TERBUKA, MAKA KAMI MENYATAKAN, PROMOVENDUS **ADITYA SETIAJI WIBAWA,S.PI.,ME, NOMOR INDUK MAHASISWA 22303012007, LAHIR DI TEGAL, 5 MEI 1989.**

**LULUS DENGAN PREDIKAT :**

**PUJIAN (CUM LAUDE)/~~SANGAT MEMUASKAN~~/~~MEMUASKAN~~****

KEPADA SAUDARA DIBERIKAN GELAR DOKTOR ILMU HUKUM BISNIS ISLAM, DENGAN SEGALA HAK DAN KEWAJIBAN YANG MELEKAT ATAS GELAR TERSEBUT.

***SAUDARA MERUPAKAN DOKTOR KE DUAPULUH DELAPAN (28) DARI PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU SYARI'AH,FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

YOGYAKARTA, 11 AGUSTUS 2026

a.n.REKTOR,
KETUA SIDANG,

Prof. Dr.H. ALI SODIQIN, M.AG.
NIP. 197009121998031003

** CORET YANG TIDAK DIPERLUKAN

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

# PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1191/Un.02/DS/PP.00.9/09/2026

Tugas Akhir dengan judul : MASLAHAH- BASED APPROACH: INTEGRASI RASIO KEUANGAN, CUSTOMER SATISFACTION INDEX, DAN NPS DALAM MARKET SHARE BANK SYARIAH

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ADITYA SETIAJI WIBAWA, S.Pi.,ME
Nomor Induk Mahasiswa : 22303012007
Telah diujikan pada : Selasa, 11 Agustus 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

## TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang/Penguji I
Prof. Dr. Ali Sodiqin, M.Ag.
SIGNED
Valid ID: 6a8539b327ff87

Penguji II
Valid ID: 6a8be3e537308
Dr. Kholid Zulfa, M.Si.
SIGNED

Penguji III
Valid ID: 6a8fb2e8758ba
Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.
SIGNED

Penguji IV
Valid ID: 6a8fb137f3e40
Dr. H. Abdul Mujib, M.Ag.
SIGNED

Penguji V
Valid ID: 6a8fb4825cb16
Dr. Moh. Tamtowi, M. Ag.
SIGNED

Penguji VI
Valid ID: 6a8c0bb7f2e09
Dr. Abdul Mughits, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Penguji VII
Valid ID: 6a8c04672ece2e
Dr. Joko Setyono, SE., M.Si.
SIGNED

Penguji VIII
Valid ID: 6a7d44aab0246
Prof. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.
SIGNED

Yogyakarta, 11 Agustus 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

Prof. Dr. Ali Sodiqin, M.Ag.
SIGNED
Valid ID: 6a8539b321cd6

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**
**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**
Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 512840. Fax, (0274) 545614
website: http//syariah.uin-suka.ac.id. Yogyakarta, 55281

## PENGESAHAN PROMOTOR

Promotor
**Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA** ()
NIP. 19710929 200003 1 001

Promotor
**Dr. H. Abdul Mujib, M.Ag.** ( )
NIP. 19701209 200312 1 002

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**
**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**
Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 512840. Fax, (0274) 545614
website: http//syariah.uin-suka.ac.id. Yogyakarta, 55281

**NOTA DINAS**

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah disertasi berjudul:

**MASLAHAH-BASED APPROACH : INTEGRASI RASIO KEUANGAN, CUSTOMER SATISFACTION INDEX, DAN NPS DALAM MARKET SHARE BANK SYARIAH**

yang ditulis oleh:

| | |
|---|---|
| Nama | : Aditya Setiaji Wibawa |
| NIM | : 22303012007 |
| Program Studi | : Doktor Ilmu Syariah |
| Konsentrasi | : Hukum Bisnis Syariah |

Saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Doktor Ilmu Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam Ujian Terbuka.

*Wassalamu'alaikum wr.wb.*

Yogyakarta, 8 Juli 2026 M
23 Muharram 1448 H

Promotor,

Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, SE, M.Si.,AK.CA.,ACPA
NIP: 19710929 200003 1 001

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**
**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**
Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 512840. Fax, (0274) 545614
website: http//syariah.uin-suka.ac.id. Yogyakarta, 55281

**NOTA DINAS**

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah disertasi berjudul:

**MASLAHAH-BASED APPROACH : INTEGRASI RASIO KEUANGAN, CUSTOMER SATISFACTION INDEX, DAN NPS DALAM MARKET SHARE BANK SYARIAH**

yang ditulis oleh:

| | |
|---|---|
| Nama | : Aditya Setiaji Wibawa |
| NIM | : 22303012007 |
| Program Studi | : Doktor Ilmu Syariah |
| Konsentrasi | : Hukum Bisnis Syariah |

Saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Doktor Ilmu Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam Ujian Terbuka.
*Wassalamu'alaikum wr.wb.*

Yogyakarta, 8 Juli 2026 M
23 Muharram 1448 H

Promotor,

Dr. H. Abdul Mujib, M.Ag.
NIP. 197012092003121002

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**
**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**
Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 512840. Fax, (0274) 545614
website: http//syariah.uin-suka.ac.id. Yogyakarta, 55281

**NOTA DINAS**

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr.wb.*
Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah disertasi berjudul:

**MASLAHAH-BASED APPROACH : INTEGRASI RASIO KEUANGAN, CUSTOMER SATISFACTION INDEX, DAN NPS DALAM MARKET SHARE BANK SYARIAH**

yang ditulis oleh:

| | |
|---|---|
| Nama | : Aditya Setiaji Wibawa |
| NIM | : 22303012007 |
| Program Studi | : Doktor Ilmu Syariah |
| Konsentrasi | : Hukum Bisnis Syariah |

Saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Doktor Ilmu Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam Ujian Terbuka.

*Wassalamu'alaikum wr.wb.*

Yogyakarta, 8 Juli 2026 M
23 Muharram 1448 H

Penguji,

Dr. Abdul Mughits, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197609202005011002

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**
**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**
Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 512840. Fax, (0274) 545614
website: http//syariah.uin-suka.ac.id. Yogyakarta, 55281

**NOTA DINAS**

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr.wb.*
Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah disertasi berjudul:

**MASLAHAH-BASED APPROACH : INTEGRASI RASIO KEUANGAN, CUSTOMER SATISFACTION INDEX, DAN NPS DALAM MARKET SHARE BANK SYARIAH**

yang ditulis oleh:

| | |
|---|---|
| Nama | : Aditya Setiaji Wibawa |
| NIM | : 22303012007 |
| Program Studi | : Doktor Ilmu Syariah |
| Konsentrasi | : Hukum Bisnis Syariah |

Saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Doktor Ilmu Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam Ujian Terbuka.

*Wassalamu'alaikum wr.wb.*

Yogyakarta, 8 Juli 2026 M
23 Muharram 1448 H

Penguji,

Dr. Joko Setyono, SE., M.Si.
NIP. 197307022002121003

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**
**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**
Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 512840. Fax, (0274) 545614
website: http//syariah.uin-suka.ac.id. Yogyakarta, 55281

**NOTA DINAS**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb.*
Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap naskah disertasi berjudul:

**MASLAHAH-BASED APPROACH: INTEGRASI RASIO KEUANGAN, CUSTOMER SATISFACTION INDEX, DAN NPS DALAM *MARKET SHARE* BANK SYARIAH**

Yang ditulis oleh:
Nama : Aditya Setiaji Wibawa
NIM : 22303012007
Program Studi : Doktor/ S3 Ilmu Syariah
Konsentrasi : Hukum Bisnis Islam

Saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Doktor Ilmu Syari'ah Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diajukan dalam Ujian Terbuka.
*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Yogyakarta, 8 Juli 2026 M
3 Muharram 1448 H

Penguji,

Dr. Moh. Tamtowi, M.Ag
NIP. 19720903 199803 1 001

# ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis *determinan market share* perbankan syariah di Indonesia dengan mengintegrasikan kinerja keuangan, kepuasan dan loyalitas nasabah, serta pembacaan nilai dalam kerangka *maqāṣid al-Sharī'ah* berbasis pendekatan Al-Shāṭibī. Penelitian menggunakan pendekatan *mixed methods* dengan desain *concurrent triangulation*, yang mengombinasikan analisis kuantitatif data panel, analisis survei, dan interpretasi normatif maqāṣid sebagai lapisan pemaknaan.

Data panel diperoleh dari delapan Bank Umum Syariah (BUS) selama periode 2017–2024 yang mencakup *Capital Adequacy Ratio* (CAR), *Financing to Deposit Ratio* (FDR), *Return on Assets* (ROA), dan market share berbasis aset. Analisis data panel dilakukan menggunakan regresi *fixed effect model* dengan bantuan perangkat lunak EViews. Data primer dikumpulkan melalui survei terhadap 948 responden nasabah untuk mengukur *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Net Promoter Score* (NPS), yang dianalisis menggunakan SPSS setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel.

Hasil analisis data panel menunjukkan bahwa CAR berpengaruh signifikan secara parsial terhadap market share dengan nilai probabilitas sebesar 0,0031 ($p < 0,05$), yang mengindikasikan bahwa tingkat kecukupan modal memiliki kontribusi nyata terhadap peningkatan atau penurunan pangsa pasar bank syariah. Variabel FDR juga berpengaruh signifikan terhadap market share dengan nilai probabilitas sebesar 0,0017 ($p < 0,05$), yang menunjukkan bahwa kemampuan bank dalam menyalurkan pembiayaan dari dana yang dihimpun berperan penting dalam memperluas penguasaan pasar. Sebaliknya, ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap market share dengan nilai probabilitas sebesar 0,2108 ($p > 0,05$), yang menunjukkan bahwa profitabilitas belum mampu memberikan dampak langsung terhadap perubahan pangsa pasar selama periode penelitian.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Hasil analisis survei menunjukkan bahwa CSI dan NPS tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap market share. Nilai probabilitas CSI sebesar 0,8902 ($p > 0,05$) menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah belum menjadi faktor penentu dalam peningkatan pangsa pasar pada level institusional. Demikian pula, NPS memiliki nilai probabilitas sebesar 0,1142 ($p > 0,05$), yang mengindikasikan bahwa loyalitas dan kecenderungan rekomendasi nasabah belum terkonversi secara langsung menjadi pertumbuhan market share. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan dan loyalitas beroperasi pada level relasional dan perilaku mikro, berfungsi sebagai mekanisme retensi dan stabilitas hubungan, bukan sebagai pendorong ekspansi pasar agregat.

Pembacaan temuan empiris dalam perspektif maqāṣid al-Sharī'ah menunjukkan bahwa signifikansi CAR dan FDR terhadap market share merefleksikan realisasi *ḥifẓ al-māl* pada level sistemik, sebagaimana ditekankan dalam pendekatan Al-Shāṭibī. Sementara itu, kepuasan dan loyalitas nasabah mencerminkan *maṣlaḥah ghayr māddiyyah* yang berkontribusi pada keberlanjutan hubungan dan stabilitas sosial, meskipun tidak berdampak langsung pada ekspansi pasar. Integrasi temuan kuantitatif dan kualitatif menghasilkan Maslahah-Based Performance Framework, yang menempatkan kinerja struktural, kinerja relasional, dan nilai maqāṣid sebagai dimensi yang saling melengkapi dalam menilai kinerja perbankan syariah secara berkelanjutan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**Kata kunci:** *Maqāṣid al-Sharī'ah; Capital Adequacy Ratio; Financing to Deposit Ratio; Customer Satisfaction Index; Net Promoter Score; Market Share*; Perbankan Syariah

# ABSTRACT

This study aims to examine the determinants of Islamic banks' market share in Indonesia by integrating financial performance, customer satisfaction and loyalty, and value-based interpretation within the framework of Maqāṣid al-Sharī'ah based on Al-Shāṭibī's approach. The study employs a mixed-methods approach with a concurrent triangulation design, combining quantitative panel data analysis, survey-based analysis, and maqāṣid-oriented normative interpretation as an explanatory layer.

Panel data were collected from eight Islamic Commercial Banks (Bank Umum Syariah) over the period 2017–2024, covering Capital Adequacy Ratio (CAR), Financing to Deposit Ratio (FDR), Return on Assets (ROA), and asset-based market share. Panel data analysis was conducted using a fixed effects regression model with the support of EViews software. Primary data were obtained through a survey of 948 bank customers to measure the Customer Satisfaction Index (CSI) and Net Promoter Score (NPS). Survey data were analyzed using SPSS after the measurement instruments were confirmed to be valid and reliable.

The results of the panel data analysis indicate that CAR has a positive and statistically significant effect on market share, with a probability value of 0.0031 ($p < 0.05$), suggesting that capital adequacy plays a substantive role in influencing Islamic banks' market expansion. Similarly, FDR is found to have a significant effect on market share, with a probability value of 0.0017 ($p < 0.05$), indicating that the effectiveness of fund intermediation and financing distribution contributes meaningfully to market share growth. In contrast, ROA does not exhibit a statistically significant effect on market share, with a probability value of 0.2108 ($p > 0.05$), implying that short-term profitability does not directly translate into changes in market share during the observation period.

Survey analysis reveals that neither customer satisfaction nor customer loyalty significantly affects market share at the institutional

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

level. The probability value for CSI is 0.8902 ($p > 0.05$), indicating that high levels of customer satisfaction do not serve as a direct determinant of market share growth. Likewise, NPS shows a probability value of 0.1142 ($p > 0.05$), suggesting that customer loyalty and recommendation intentions have not been directly converted into aggregate market share expansion. These findings imply that satisfaction and loyalty operate primarily at the relational and behavioral micro level, functioning as mechanisms of customer retention and relationship stability rather than drivers of market expansion.

From a Maqāṣid al-Sharī'ah perspective, the significant influence of CAR and FDR on market share reflects the realization of *ḥifẓ al-māl* at the systemic level, as emphasized in Al-Shāṭibī's framework. Meanwhile, customer satisfaction and loyalty represent *maṣlaḥah ghayr māddiyyah* that supports relational sustainability and social stability, despite not exerting a direct impact on market expansion. The integration of quantitative and qualitative findings leads to the development of a **Maslahah-Based Performance Framework**, which positions structural performance, relational performance, and maqāṣid-based values as complementary dimensions in assessing the sustainable performance of Islamic banking.

***Keywords:*** *Maqāṣid al-Sharī'ah; Capital Adequacy Ratio; Financing to Deposit Ratio; Customer Satisfaction Index; Net Promoter Score; Market Share; Islamic Banking.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

## خلاصة

نهج قائم على المصلحة: دمج النسب المالية، ومؤشر رضا العملاء، ومؤشر صافي الترويج في حصة السوق للبنوك الإسلامية

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل محددات حصة السوق المصرفية الإسلامية في إندونيسيا من خلال دمج الأداء المالي، ورضا العملاء وولائهم، وتفسير القيم ضمن إطار مقاصد الشريعة الإسلامية وفقًا للمنهج الشاطبي. وتستخدم الدراسة منهجية مختلطة مع تصميم تثليث متزامن، يجمع بين تحليل البيانات الكمية، وتحليل الاستبيانات، والتفسير المعياري للمقاصد باعتبارها طبقات من المعنى.

تم الحصول على بيانات لوحة من ثمانية بنوك تجارية إسلامية خلال الفترة **٢٠١٧**–**٢٠١٧**، وشملت نسبة كفاية رأس المال، ونسبة التمويل إلى الودائع، والعائد على الأصول، والحصة السوقية للأصول. أُجري تحليل بيانات اللوحة باستخدام نموذج انحدار التأثيرات الثابتة بمساعدة برنامج EViews. جُمعت البيانات الأولية من خلال استبيان شمل **٩٤٨** عميلًا لقياس مؤشر رضا العملاء ومؤشر صافي الترويج، والتي حُللت باستخدام برنامج SPSS بعد التأكد من صحة وموثوقية أدوات القياس.

تُظهر نتائج تحليل بيانات اللوحة أن نسبة كفاية رأس المال (CAR) لها تأثير جزئي ذو دلالة إحصائية على الحصة السوقية بقيمة احتمالية ٠,٠٠٣١ (p < ٠,٠٥)، مما يشير إلى أن مستوى كفاية رأس المال يُسهم بشكل فعلي في زيادة أو انخفاض الحصة السوقية للبنوك الإسلامية. كما أن لمتغير نسبة الإيداع إلى الفائدة (FDR) تأثيرًا ذا دلالة إحصائية على الحصة السوقية بقيمة احتمالية ٠,٠٠١٧ (p < ٠,٠٥)، مما يدل على أن قدرة البنك على توجيه التمويل من الأموال المجمّعة تلعب دورًا هامًا في توسيع نطاق سيطرته على السوق. في المقابل، لا يُظهر العائد على الأصول (ROA) تأثيرًا ذا دلالة إحصائية على الحصة السوقية بقيمة احتمالية ٠,٢١٠٨ (p > ٠,٠٥)، مما يشير إلى أن الربحية لم تُؤثر بشكل مباشر على التغيرات في الحصة السوقية خلال فترة الدراسة.

تُظهر نتائج تحليل الاستبيان أن مؤشر رضا العملاء (CSI) ومؤشر صافي نقاط الترويج

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

(NPS) لا يُؤثران بشكلٍ كبير على الحصة السوقية. تشير قيمة احتمالية مؤشر رضا العملاء البالغة ٠,٨٩٠٢ (p > ٠,٠٥) إلى أن مستويات رضا العملاء لم تكن عاملاً حاسماً في زيادة الحصة السوقية على المستوى المؤسسي. وبالمثل، تبلغ قيمة احتمالية مؤشر صافي نقاط الترويج ٠,١١٤٢ (p > ٠,٠٥)، مما يُشير إلى أن ولاء العملاء وميولهم للتوصية لم تُترجم بشكلٍ مباشر إلى نمو في الحصة السوقية. تُشير هذه النتائج إلى أن الرضا والولاء يعملان على مستوى العلاقات والسلوكيات الجزئية، حيث يُشكلان آليات للاحتفاظ بالعملاء واستقرار العلاقات، بدلاً من كونهما محركين لتوسع السوق الإجمالي.

يُظهر تحليل النتائج التجريبية من منظور مقاصد الشريعة أن أهمية نسبة كفاية رأس المال (CAR) ونسبة الإيداع لأجل (FDR) في الحصة السوقية تعكس تطبيق مبدأ حفظ المال على المستوى النظامي، كما أكد عليه المنهج الشاطبي. في الوقت نفسه، يعكس رضا العملاء وولائهم المصلحة غير الحديثة التي تُسهم في استدامة العلاقات والاستقرار الاجتماعي، على الرغم من عدم تأثيرها المباشر على توسع السوق. وينتج عن دمج النتائج الكمية والنوعية إطار أداء قائم على المصلحة، يُحدد الأداء الهيكلي، والأداء العلائقي، وقيم المقاصد كأبعاد متكاملة لتقييم أداء الصيرفة الإسلامية بشكل مستدام.

الكلمات المفتاحية:مقاصد الشريعة؛ نسبة كفاية رأس المال؛ نسبة التمويل إلى الودائع؛ مؤشر رضا العملاء؛ صافي نقاط الترويج؛ الحصة السوقية؛ الصيرفة الإسلامية.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

# MOTTO

“Di mana terdapat kemaslahatan, di situlah tujuan syariah berada.”

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543.b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

### A. Konsonan Tunggal

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Keterangan |
|---|---|---|---|
| ا | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | Bā’ | B | Be |
| ت | Tā’ | T | Te |
| ث | Ṡā’ | ṡ | es (dengan titik atas) |
| ج | Jīm | J | Je |
| ح | Ḥā’ | ḥ | ha (dengan titik bawah) |
| خ | Khā’ | Kh | ka dan ha |
| د | Dāl | D | De |
| ذ | Żāl | Ż | zet (dengan titik atas) |
| ر | Rā’ | R | Er |
| ز | Zā’ | Z | Zet |
| س | Sīn | S | Es |
| ش | Syīn | Sy | es dan ye |
| ص | Ṣād | ṣ | es (dengan titik bawah) |
| ض | Ḍād | ḍ | de (dengan titik bawah) |
| ط | Ṭā’ | ṭ | te (dengan titik bawah) |
| ظ | Ẓā’ | ẓ | zet (dengan titik bawah) |
| ع | ‘Ain | ‘ | Apostrof terbalik |
| غ | Ghain | Gh | Ge |
| ف | Fā’ | F | Ef |
| ق | Qāf | Q | Qi |
| ك | Kāf | K | Ka |
| ل | Lām | L | El |
| م | Mīm | M | Em |

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

| | | | |
|---|---|---|---|
| ن | Nūn | N | En |
| و | Wāw | W | We |
| هـ | Hā’ | H | Ha |
| ء | Hamzah | ’ | Apostrof |
| ي | Yā’ | Y | Ye |

**B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap**

| Kata Arab | Ditulis |
|---|---|
| مد ة متعد دة | *muddah muta‘ddidah* |
| رجل متفنن متعين | *rajul mutafannin muta‘ayyin* |

**C. Vokal Pendek**

| ***Ḥarakah*** | **Ditulis** | **Kata Arab** | **Ditulis** |
|---|---|---|---|
| *Fatḥah* | A | من نصر وقتل | *man naṣar wa qatal* |
| *Kasrah* | I | كم من فئة | *kamm min fi’ah* |
| *Ḍammah* | U | سدس وخمس وثلث | *sudus wa khumus wa ṡuluṡ* |

**D. Vokal Panjang**

| ***Ḥarakah*** | **Ditulis** | **Kata Arab** | **Ditulis** |
|---|---|---|---|
| *Fatḥah* | Ā | فتاح رزاق منان | *fattāḥ razzāq mannān* |
| *Kasrah* | Ī | مسكين وفقير | *miskīn wa faqīr* |
| *Ḍammah* | Ū | دخول وخروج | *dukhūl wa khurūj* |

**E. Huruf Diftong**

| **Kasus** | **Ditulis** | **Kata Arab** | **Ditulis** |
|---|---|---|---|
| *Fatḥah* bertemu *wāw* mati | Aw | مولود | *Maulūd* |
| *Fatḥah* bertemu *yā’* mati | Ai | مهيمن | *Muhaimin* |

**F. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata**

| **Kata Arab** | **Ditulis** |
|---|---|
| أأنتم | *a’antum* |
| أعدت للكافرين | *u‘iddat li alkāfirīn* |
| لئن شكرتم | *la’in syakartum* |
| إعانة الطالبين | *i‘ānah at-ṭālibīn* |

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

## G. Huruf Ta' *Tā' Marbūṭah*

1. Bila dimatikan, ditulis dengan huruf "h".

| KataArab | Ditulis |
|---|---|
| زوجة جزيلة | *zaujah jazīlah* |
| جزية محدّدة | *jizyah muḥaddadah* |

Keterangan:
Ketentuan ini tidak berlaku terhadap kata-kata Arab yang sudah diserap kedalam Bahasa Indonesia, seperti salat, zakat, dan sebagainya, kecualijika dikehendaki lafal aslinya.
Bila diikuti oleh kata sandang "*al-*" serta bacaan kedua itu terpisah, makaditulis dengan "h".

| Kata Arab | Ditulis |
|---|---|
| تكملة المجموع | *takmilah al-majmū'* |
| حلاوة المحبة | *ḥalāwah al-maḥabbah* |

2. Bila *tā' marbūṭah* hidup atau dengan *ḥarakah* (*fatḥah*, *kasrah*, atau *ḍammah*), maka ditulis dengan "t" berikut huruf vokal yang relevan.

| Kata Arab | Ditulis |
|---|---|
| زكاة الفطر | *zakātu al-fiṭri* |
| إلى حضرة المصطفى | *ilā ḥaḍrati al-muṣṭafā* |
| جلالة العلماء | *jalālata al-'ulamā'* |

## H. Kata Sandang *alif* dan *lām* atau "*al-*"

*1.* Bila diikuti huruf *qamariyyah*

| Kata Arab | Ditulis |
|---|---|
| بحث المسائل | *baḥṡ al-masā'il* |
| المحصول للغزالي | *al-maḥṣūl li al-Ghazālī* |

2. Bila diikuti huruf *syamsiyyah*, ditulis dengan menggandakan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya serta menghilangkan huruf "l" (el)-nya.

| Kata Arab | Ditulis |
|---|---|
| إعانة الطالبين | *i'ānah aṭ-ṭālibīn* |
| الرسالة للشافعي | *ar-risālah li asy-Syāfi'ī* |
| شذرات الذهب | *syażarāt aż-żahab* |

# KATA PENGANTAR



الحمد لله الذي علم بالقلم علم الانسان ما لم يعلم والصلاة والسلام على سيدنا محمد خير الانام وعلى اله وصحبه الى يوم الزحام اما بعد

Segala puji bagi Allah Subḥānahu wa Ta'ālā, Tuhan semesta alam, yang dengan limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan disertasi ini dengan judul *"Maslahah-Based Approach : Integrasi Rasio Keuangan, Customer Satisfaction Index, dan NPS dalam Market share Bank Syariah"* Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW., uswah ḥasanah sepanjang zaman, yang membawa risalah Islam sebagai rahmat bagi seluruh alam tanpa memandang batasan suku, agama, maupun golongan.

Disertasi ini berangkat dari kegelisahan akademik mengenai bagaimana kinerja perbankan syariah seharusnya dipahami dan diukur, tidak hanya melalui indikator ekonomi konvensional, tetapi juga melalui perspektif nilai dan tujuan syariah. Oleh karena itu, penelitian ini mengintegrasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dalam kerangka maqāṣid al-sharī'ah untuk memberikan pemahaman yang lebih utuh mengenai dinamika pangsa pasar, kepuasan, loyalitas nasabah, serta kemaslahatan yang dihasilkan oleh perbankan syariah di Indonesia. Penulis menyadari bahwa disertasi ini tidak hanya merupakan hasil kerja akademik, tetapi juga refleksi dari proses pembelajaran intelektual yang panjang dan penuh tantangan.

Disertasi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa pertolongan Allah Swt. serta dukungan, doa, dan bantuan dari berbagai pihak yang dengan penuh keikhlasan telah memberikan kontribusi berharga dalam setiap tahap perjalanan akademik penulis. Dengan penuh rasa syukur, kerendahan hati, dan hormat yang mendalam, penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Dr.Ir. Sutaman.,M.Si dan Ibunda Sri Hestuti, B.Sc.Ucapan terima kasih tak

terhingga penulis haturkan kepada istri tercinta, Ratna Widiastuti, S.Pi, yang dengan kesabaran, cinta, dan ketulusan hati senantiasa mendampingi dan mendoakan setiap langkah akademik ini. Doa terbaik di setiap lantunan ayat dan harapan yang diucapkan memudahkan segalanya. Kepada kedua Putra terbaik penulis, Adhyastama Surya Wibawa dan Airlangga Semesta Wibawa, karya ini dipersembahkan sebagai bukti cinta dan doa, semoga kalian tumbuh menjadi anak-anak yang berbakti, berilmu, berakhlak mulia, serta menjadi penyejuk hati keluarga. Tidak lupa pula adik penulis yang selalu memberikan motivasi terbaiknya, terima kasih kami haturkan kepada Heru Kurniawan Alamsyah., S.Kel.,M.Han, beserta Keluarga dan adik Rahadiyanto Tri Wibowo,SE. Tidak lupa penulis menyampaikan terima kasih mendalam kepada mertua tercinta, Ibu Sri Murniati, dan Keluarga besar dasuki atas doa, perhatian, dan kasih sayang yang tidak ternilai.

Dengan penuh rasa hormat, penulis menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya kepada para pembimbing, Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, SE, M.Si.,AK.CA.,ACPA, selaku promotor, selaku Promotor, dan Dr. H. Abdul Mujib, M.Ag., selaku Co-Promotor, atas segala bimbingan, arahan, kesabaran, dan perhatian yang diberikan sejak awal hingga selesainya disertasi ini. Tanpa ketelatenan dan motivasi beliau berdua, penyusunan karya ini tidak akan berjalan dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dr. Kholid Zulfa, M.Si., selaku Ketua Program Studi Doktor Ilmu Syariah, dan Dr. Gusnam Haris, S.Ag.,M.Ag selaku Sekretaris Program Studi Doktor Ilmu Syariah, atas segala perhatian, arahan, dan kesempatan yang telah diberikan. Tidak lupa, penulis menghaturkan terima kasih kepada Prof. Dr. Ali Sodiqin, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum, beserta jajaran Wakil Dekan yang senantiasa menghadirkan motivasi, arahan, dan suasana akademik yang kondusif. Penghargaan yang tinggi juga penulis sampaikan kepada seluruh dosen pengampu mata kuliah pada Program Studi Doktor Ilmu Syariah Kelas B Angkatan Semester Genap Tahun Akademik 2022/2023, yang telah membekali dengan ilmu, wawasan, dan inspirasi berharga. Bimbingan, keteladanan, dan dedikasi beliau semua telah menjadi fondasi keilmuan yang kokoh dan sumber inspirasi bagi penulis.

Ucapan terima kasih yang tulus juga penulis haturkan kepada Bapak Sunaryo, Staf Program Studi Doktor Ilmu Syariah Fakultas

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, atas bantuan, dukungan, dan pelayanan administratif yang sangat membantu kelancaran studi ini. Perhatian dan dedikasi beliau dalam mendukung penyelesaian karya ini sungguh berarti dan akan senantiasa penulis kenang. Terima kasih juga kepada Suefrizal, S.Ag., M.S.I., selaku Kepala Bagian Tata Usaha Fakultas Syariah dan Hukum, beserta seluruh staf tata usaha yang selalu memberikan pelayanan terbaik. Rasa syukur juga penulis haturkan kepada sahabat seperjuangan di Program Doktor Ilmu Syariah Kelas A dan B Angkatan Semester Genap Tahun Akademik 2022/2023, serta seluruh sahabat, rekan, dan responden penelitian dan rekan kantor di Permata Bank Syariah dan bank syariah lain.

Penghargaan terbaik juga penulis haturkan kepada Mentor di kantor, Bapak Habibullah LC.,SE., M.Si dan Bapak Awaludin Gumbira yang telah memberikan izin Tugas Belajar sehingga penulis dapat menyelesaikan studi doktoral ini. Semoga segala bantuan, bimbingan, doa, dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah Swt., dan semoga karya sederhana ini dapat memberi manfaat yang luas bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan masyarakat.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa disertasi ini masih perlu dilanjutkan dan diexplorasi lebih baik. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat penulis harapkan demi kebaikan penelitian ini di masa mendatang.

Semoga disertasi ini tidak hanya menjadi karya akademik semata, melainkan juga menjadi bagian dari amal jariyah, memberi manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, serta menjadi kontribusi kecil bagi pembangunan ekosistem bisnis syariah yang inklusif, adil, dan berkelanjutan. Āmīn yā Rabbal ‘ālamīn.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 8 Juli 2026 M
23 Muharram 1448 H
Penulis,

Aditya Setiaji Wibawa
NIM. 22303012007

# DAFTAR ISI

**HALAMAN JUDUL** ..... **i**
**HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN & BEBAS PLAGIARISME** ..... **iii**
**PENGESAHAN** ..... **iv**
**YUDISIUM** ..... **v**
**DAFTAR HADIR DEWAN PENGUJI** ..... **vi**
**PENGESAHAN PROMOTOR** ..... **vii**
**NOTA DINAS** ..... **viii**
**ABSTRAK** ..... **xiii**
**MOTTO** ..... **xix**
**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN** ..... **xx**
**KATA PENGANTAR** ..... **xxiii**
**DAFTAR ISI** ..... **xxvi**
**DAFTAR TABEL** ..... **xxviii**
**DAFTAR GAMBAR** ..... **xxix**

**BAB I PENDAHULUAN** ..... **1**
A. Latar Belakang Masalah ..... 1
B. Identifikasi dan Rumusan Masalah ..... 29
C. Tujuan ..... 31
D. Manfaat ..... 32
E. Kebaruan Penelitian (*Novelty*) ..... 33
F. Sistematika Penulisan ..... 34

**BAB II KAJIAN PUSTAKA** ..... **37**
A. Kajian Pustaka Variabel ..... 37
B. Landasan Teori ..... 95
C. Gap Analisis ..... 120
D. Model Konseptual ..... 128
E. Penyusunan Hipotesis ..... 133

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN ..... 141**
A. Ruang Lingkup Penelitian..... 141
B. Desain Penelitian..... 149
C. Data dan Sumber Data ..... 159
D. Populasi dan Sampel ..... 164
E. Metode Pengumpulan Data..... 173
F. Definisi Operasional Variabel..... 177
G. Metode Analis Data ..... 185

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... 207**
A. Gambaran Umum..... 207
B. Statistik Deskriptif ..... 239
C. Pengolahan Data Panel..... 256
D. Temuan Survei dan Kualitatif (Deskriptif) ..... 262
E. Uji Validitas, Reliabilitas, dan Statistik Deskriptif Instrumen Survei..... 264
F. Pembahasan..... 267

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN ..... 305**
A. Kesimpulan Berdasarkan Tujuan Penelitian..... 305
B. Saran ..... 307

**DAFTAR PUSTAKA ..... 311**
**LAMPIRAN ..... 342**
**DAFTAR RIWAYAT HIDUP ..... 401**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

## DAFTAR TABEL


| | | |
|---|---|---|
| Tabel 1 | Rumus Pengukuran *Market share* Perbankan Syariah | 42 |
| Tabel 2 | Determinasi *Market share* Perbankan Syariah dalam Literatur | 47 |
| Tabel 3 | Indikator Dimensi CSI dalam Perbankan Syariah | 69 |
| Tabel 4 | Klasifikasi NPS dalam Penelitian Perbankan Syariah | 83 |
| Tabel 5 | Rasio Keuangan BUS-UUS | 103 |
| Tabel 6 | Konseptual Maslahah Syatibi dalam Indikator Penelitian | 116 |
| Tabel 7 | Matriks Penelitian Terdahulu (Versi Integratif) | 121 |
| Tabel 8 | Ringkasan Hipotesis Penelitian | 139 |
| Tabel 9 | Penjelasan Jenis data, deskripsi dan tujuan penggunaan | 159 |
| Tabel 10 | Struktur dan periode data | 163 |
| Tabel 11 | Sampel bank berdasarkan tahun berdiri dan operasionalisasi | 169 |
| Tabel 12 | Aspek representasi sampel bank | 171 |
| Tabel 13 | Analisis Kualitatif Karakteristik Kelembagaan Orientasi Strategis Bank | 172 |
| Tabel 14 | Definisi Operasional | 181 |
| Tabel 15 | Definisi Operasional CSI | 182 |
| Tabel 16 | Definisi Operasional NPS | 183 |
| Tabel 17 | Definisi Operasional *Market share* | 184 |
| Tabel 18 | Definisi Operasional *Maslahah* | 185 |
| Tabel 19 | Definisi Operasional Variabel Data Survei | 198 |
| Tabel 20 | Hasil deskriptif naratif Data Panel | 240 |
| Tabel 21 | Hasil Uji Validitas | 266 |
| Tabel 22 | Ringkasan hasil uji realibilitas | 266 |


STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

## DAFTAR GAMBAR


| | | |
|---|---|---|
| Gambar 1 | Aset perbankan syariah ..... | 4 |
| Gambar 2 | *Market share* perbankan syariah berdasarkan lembaga keuangan syariah ..... | 7 |
| Gambar 3 | Komposisi Pangsa Pasar Perbankan Syariah (BUS, UUS, BPRS)..... | 97 |
| Gambar 4 | Pertumbuhan Aset, Pembiayaan, dan DPK Perbankan Syariah..... | 98 |
| Gambar 5 | Rasio CAR, FDR, dan ROA pada Perbankan Syariah (BUS-UUS)..... | 99 |
| Gambar 6 | *Market Power* dalam Perbankan Syariah..... | 100 |
| Gambar 7 | Model Loyalitas Pelanggan (CSI & NPS terhadap *Market share*) ..... | 109 |
| Gambar 8 | Diagram logika naratif ..... | 118 |
| Gambar 9 | Kerangka teoritik penelitian..... | 132 |
| Gambar 10 | Model Konseptual Penelitian ..... | 180 |
| Gambar 11 | Perkembangan Asset Perbankan syariah..... | 208 |
| Gambar 12 | *Market share* keuangan syariah berdasarkan Jenis industri..... | 211 |
| Gambar 13 | Tren *Market share* Perbankan Syariah..... | 214 |
| Gambar 14 | *Market share* perbankan syariah Per Juni 2025 ... | 216 |
| Gambar 15 | Perkembangan FDR Periode 2017 - Juni 2025 .... | 219 |
| Gambar 16 | FDR Bank Umum Syariah Periode Juni 2025 ..... | 221 |
| Gambar 17 | Perkembangan CAR Periode 2014 - Juni 2019.... | 224 |
| Gambar 18 | CAR Bank Umum Syariah Periode Juni 2025..... | 226 |
| Gambar 19 | Perkembangan ROA Periode tahun 2017 - Juni 2025 ..... | 229 |
| Gambar 20 | Perkembangan NPF bank umum syariah Periode Juni 2019..... | 231 |
| Gambar 21 | CSI bank sampel tahun 2024..... | 233 |
| Gambar 22 | NPS bank umum syariah Periode tahun 2024..... | 237 |
| Gambar 23 | Kesediaan mengikuti survei ..... | 245 |


STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Gambar 24 Data per pekerjaan..... 246
Gambar 25 Data responden untuk bank syariah yang digunakan..... 247
Gambar 26 Data responden untuk lama menjadi nasabah..... 248
Gambar 27 Data responden untuk frekuensi penggunaan aplikasi *mobile banking*..... 250
Gambar 28 Data responden berdasarkan usia..... 251
Gambar 29 Data responden berdasarkan jenis kelamin..... 252
Gambar 30 Hasil Uji Chow (*Cow Test*)..... 256
Gambar 31 Hasil Uji Hausman (*Hausman Test*)..... 254
Gambar 32 Uji Multikolinearitas..... 255
Gambar 33 Uji Heteroskedastisitas..... 256
Gambar 34 Uji Normalitas..... 257
Gambar 35 Hasil Analisis Data Panel..... 258

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

# BAB I
# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Industri perbankan syariah di Indonesia terus menunjukkan perkembangan yang positif sejak berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992 sebagai bank syariah pertama di Indonesia. Perkembangan tersebut ditandai dengan meningkatnya jumlah kelembagaan, pertumbuhan aset, perluasan jaringan layanan, inovasi produk, serta penguatan regulasi yang mendukung pengembangan industri keuangan syariah sebagai bagian dari sistem keuangan nasional. Kondisi tersebut mencerminkan komitmen pemerintah, regulator, dan pelaku industri dalam mendorong terciptanya sistem perbankan yang tidak hanya berorientasi pada kinerja ekonomi, tetapi juga menjunjung tinggi prinsip keadilan, kemitraan, transparansi, dan keberlanjutan sesuai dengan nilai-nilai syariah. Perkembangan tersebut sekaligus menunjukkan bahwa perbankan syariah Indonesia telah memasuki fase penguatan kelembagaan, sehingga ukuran keberhasilannya tidak lagi cukup dinilai dari pertumbuhan aset dan ekspansi institusi, tetapi juga dari kemampuannya meningkatkan daya saing, memperluas *market share*, dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap sistem keuangan syariah.[1]

Perkembangan kelembagaan perbankan syariah menunjukkan tren yang positif, namun peningkatan tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan pangsa pasar (*market share*) yang signifikan. Berdasarkan Statistik Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (2025)**,** pangsa pasar perbankan syariah masih berada pada kisaran satu digit meskipun nilai aset, Dana Pihak Ketiga (DPK), dan pembiayaan terus mengalami pertumbuhan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya paradoks antara pertumbuhan institusional dengan daya saing pasar. Dengan kata lain, peningkatan ukuran

[1] Mala, C. M. F., Hosen, M. N., & Al Arif, M. N. R.. An Analysis of Market Power and Efficiency of Islamic Banking in Indonesia and Malaysia. Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam (2023).

industri belum secara otomatis mampu meningkatkan tingkat penerimaan masyarakat terhadap layanan perbankan syariah. Fenomena ini mengindikasikan bahwa keberhasilan industri perbankan syariah tidak cukup dievaluasi hanya melalui indikator pertumbuhan kelembagaan dan kinerja keuangan, tetapi memerlukan pendekatan yang mampu menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi kemampuan bank syariah dalam meningkatkan daya saing dan memperluas *market share*.[2]

Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia menunjukkan dinamika yang positif dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan Snapshot Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (September 2025), total aset perbankan syariah telah mencapai Rp1.006,18 triliun dengan pertumbuhan tahunan sebesar 9,39 persen, lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan industri perbankan nasional. Capaian tersebut menunjukkan bahwa industri perbankan syariah memiliki kapasitas pertumbuhan yang relatif baik dari sisi kelembagaan maupun aset. Namun demikian, peningkatan aset tersebut belum diikuti oleh peningkatan *market share* yang proporsional. Hingga September 2025, pangsa pasar aset perbankan syariah baru mencapai 7,49 persen dari total aset industri perbankan nasional. Kondisi ini menunjukkan adanya paradoks antara pertumbuhan aset dan penguasaan pasar, yaitu ketika ekspansi industri berlangsung secara konsisten tetapi belum mampu meningkatkan posisi kompetitif perbankan syariah secara signifikan. Paradoks tersebut mengindikasikan bahwa pertumbuhan aset tidak dapat dijadikan satu-satunya indikator keberhasilan pengembangan industri perbankan syariah. [3]Sebaliknya, diperlukan pemahaman yang lebih komprehensif

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[2] Al Arif, M. N. R., Nachrowi, N. D., Nasution, M. E., & Mahmud, T. M. A. T. (2018). Determinant Factors of Market Share: Evidence from the Indonesian Islamic Banking Industry. Banks and Bank Systems

Hartanto, A., & Wahyuningtyas, R. (2023). Market Share Improvement Strategy Formulation Through Application Digital Platform in Sharia Bank of Indonesia. International Journal of Research in Business and Social Science

[3] Al Arif, M. N. R., Nachrowi, N. D., Nasution, M. E., & Mahmud, T. M. A. T.. *Determinant Factors of Market Share*: Evidence from the Indonesian Islamic Banking Industry. Banks and Bank Systems (2018)

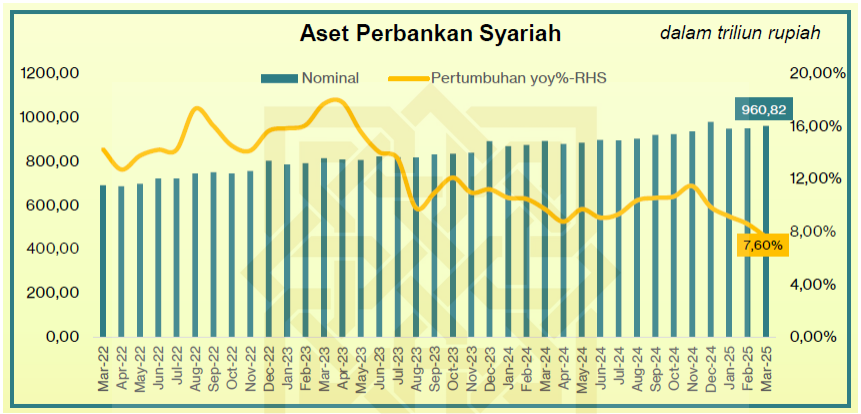
mengenai determinan yang mampu mendorong peningkatan *market share*, baik yang berasal dari aspek kinerja keuangan maupun persepsi dan perilaku nasabah. Di sisi lain, dominasi aset yang masih bertumpu pada Bank Umum Syariah (BUS) menunjukkan bahwa penetrasi layanan syariah pada segmen ritel, mikro, dan daerah masih memerlukan penguatan melalui optimalisasi Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS). Data OJK juga menunjukkan bahwa jumlah BPRS mengalami penurunan dalam beberapa tahun terakhir, sehingga penguatan ekosistem perbankan syariah perlu diarahkan tidak hanya pada pertumbuhan aset, tetapi juga pada pemerataan layanan, peningkatan daya saing, dan perluasan pangsa pasar secara berkelanjutan. [4]

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tantangan pengembangan industri perbankan syariah tidak lagi hanya berorientasi pada peningkatan skala usaha, tetapi juga pada kemampuan industri dalam mengubah pertumbuhan aset menjadi peningkatan daya saing dan perluasan *market share* secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penguatan kapasitas perbankan syariah perlu dilakukan secara komprehensif melalui penguatan permodalan, peningkatan efisiensi operasional, transformasi digital, pengelolaan risiko pembiayaan yang prudent, serta peningkatan kualitas layanan kepada nasabah. Peningkatan *market share* perbankan syariah tidak hanya dipengaruhi oleh pertumbuhan aset, tetapi juga oleh kombinasi faktor internal, efisiensi operasional, kualitas intermediasi, serta karakteristik pasar yang memengaruhi daya saing industri. Dalam konteks ini, dinamika pertumbuhan aset menjadi penting untuk dianalisis karena mencerminkan perkembangan kapasitas industri, yang selanjutnya akan dibandingkan dengan perkembangan *market share* guna mengidentifikasi adanya kesenjangan antara pertumbuhan kelembagaan dan penguasaan pasar. [5]Analisis tersebut menjadi landasan untuk memahami mengapa faktor-faktor kinerja keuangan

[4] Otoritas Jasa Keuangan. *Snapshot Perbankan Syariah Indonesia September 2025*. (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2025)

[5] Al Arif et al.– *Determinant Factors of Market Share*: Evidence from the Indonesian Islamic Banking Industry (2018).

dan persepsi nasabah perlu diuji sebagai determinan *market share* perbankan syariah di Indonesia.[6] Berdasarkan uraian tersebut, perkembangan aset perbankan syariah disajikan pada Gambar 1 sebagai konteks awal dalam menjelaskan dinamika pertumbuhan industri perbankan syariah.




Gambar 1 Aset perbankan syariah
Sumber : Snapshot Perbankan syariah OJK September 2025

Berdasarkan gambar 1, perkembangan aset perbankan syariah dalam periode pengamatan menunjukkan peningkatan yang konsisten secara nominal, disertai dengan dinamika laju pertumbuhan yang fluktuatif. Secara agregat, nilai aset perbankan syariah terus meningkat hingga mencapai kisaran Rp960 triliun pada awal 2025. Tren kenaikan aset ini mengindikasikan bahwa perbankan syariah tetap berada pada jalur ekspansi struktural, meskipun dihadapkan pada perubahan kondisi ekonomi makro dan dinamika industri keuangan nasional, namun demikian, apabila ditinjau dari sisi pertumbuhan *year-on-year* (YoY), terlihat adanya pola perlambatan yang cukup jelas. Pada fase awal periode pengamatan, laju pertumbuhan aset perbankan syariah berada pada level dua digit yang relatif tinggi, mencerminkan fase ekspansi awal dan basis aset yang masih relatif

[6] Safrina, L., Hasanah, U., Dewi, H., & Sari, V. A. Market Share Determinan of Islamic Commercial Banks. FINANSIA: Jurnal Akuntansi dan Perbankan Syariah, (2025)..

kecil. Seiring dengan membesarnya skala aset, laju pertumbuhan menunjukkan kecenderungan menurun dan bergerak lebih fluktuatif, hingga berada di kisaran 7,6 persen pada periode terbaru. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa industri perbankan syariah mulai memasuki fase konsolidasi pertumbuhan (*growth consolidation*), yaitu kondisi ketika peningkatan aset tetap berlangsung, tetapi laju pertumbuhannya mulai melambat seiring meningkatnya skala industri[7].

Fluktuasi pertumbuhan YoY juga tidak terlepas dari dinamika ekonomi nasional dan global. Periode perlambatan pertumbuhan mencerminkan dampak penyesuaian kebijakan moneter, ketidakpastian global, serta normalisasi ekonomi pasca-pandemi. Dalam konteks ini, penurunan laju pertumbuhan tidak dapat diartikan sebagai pelemahan struktural, melainkan sebagai proses penyesuaian alami dari industri yang semakin besar dan kompleks. Dalam perspektif pengembangan industri, stabilitas pertumbuhan pada tingkat yang lebih moderat justru menunjukkan penguatan fondasi kelembagaan, karena ekspansi tidak lagi hanya didorong oleh peningkatan volume aset, tetapi juga oleh kualitas pertumbuhan yang berkelanjutan.[8] Dengan kata lain, stabilitas pertumbuhan pada level moderat justru dapat mencerminkan penguatan fondasi industri. Menariknya, meskipun laju pertumbuhan YoY cenderung menurun**,** aset nominal tetap meningkat secara konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa perbankan syariah mampu mempertahankan ekspansi aset melalui akumulasi dana dan pembiayaan secara berkelanjutan, meskipun ruang pertumbuhan relatif semakin terbatas. Kondisi tersebut menegaskan bahwa tantangan utama industri perbankan syariah tidak lagi sekadar meningkatkan nilai aset, tetapi juga memastikan bahwa pertumbuhan tersebut mampu menghasilkan

[7] Al Arif, M. N. R., Nachrowi, N. D., Nasution, M. E., & Mahmud, T. M. A. T.. Determinant Factors of Market Share: Evidence from the Indonesian Islamic Banking Industry. Banks and Bank Systems (2018)

[8] Chapra, M. U. (2008). The Islamic Vision of Development in the Light of Maqāṣid al-syarī'ah. Leicester: The Islamic Foundation ; Auda, J. (2008). *Maqāṣid al-syarī'ah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach*. London: International Institute of Islamic Thought.

peningkatan efisiensi intermediasi, profitabilitas, daya saing, dan pada akhirnya memperluas *market share*. Dengan demikian, pertumbuhan aset perlu dipahami sebagai prasyarat pertumbuhan industri, tetapi belum dapat diposisikan sebagai indikator keberhasilan akhir tanpa diikuti oleh peningkatan penguasaan pasar dan penciptaan nilai bagi masyarakat. [9]

Dengan demikian, analisis perkembangan aset pada Gambar 1 memberikan gambaran mengenai kapasitas pertumbuhan industri perbankan syariah. Namun demikian, pertumbuhan kapasitas tersebut belum sepenuhnya menggambarkan keberhasilan kompetitif industri. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif, diperlukan analisis terhadap perkembangan *market share* sebagai indikator yang menunjukkan sejauh mana pertumbuhan aset mampu diterjemahkan menjadi peningkatan penguasaan pasar. Oleh karena itu, perkembangan *market share* perbankan syariah selanjutnya disajikan pada Gambar 2.

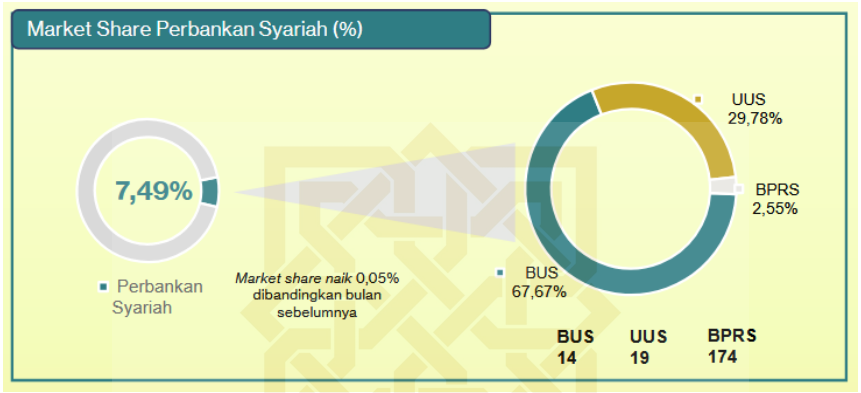
Kombinasi antara peningkatan aset nominal dan perlambatan pertumbuhan year-on-year menunjukkan bahwa industri perbankan syariah Indonesia mulai memasuki fase konsolidasi pertumbuhan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa ukuran keberhasilan industri tidak lagi cukup diukur dari peningkatan aset semata, tetapi juga dari kemampuan industri mengubah pertumbuhan tersebut menjadi peningkatan daya saing, efektivitas intermediasi, stabilitas keuangan, serta penguasaan pasar (*market share*) yang lebih luas, dengan demikian pertumbuhan aset perlu dipahami sebagai fondasi pengembangan industri,[10] sedangkan *market share* menjadi indikator yang menunjukkan sejauh mana kapasitas tersebut berhasil diterjemahkan menjadi posisi kompetitif dalam industri perbankan nasional. Oleh karena itu, setelah memahami dinamika pertumbuhan

[9] Mala, C. M. F., Hosen, M. N., & Al Arif, M. N. R.. *An Analysis of Market Power and Efficiency of Islamic Banking in Indonesia and Malaysia*. Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam, (2023)

[10] Al Arif, M. N. R., Nachrowi, N. D., Nasution, M. E., & Mahmud, T. M. A. T. *Determinant Factors of Market Share*: Evidence from the Indonesian Islamic Banking Industry. Banks and Bank Systems, (2018).

STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

aset, pembahasan selanjutnya diarahkan pada perkembangan *market share* perbankan syariah sebagai indikator utama yang menjadi fokus penelitian ini. Berdasarkan Gambar 2 disajikan perkembangan *market share* perbankan syariah berdasarkan struktur kelembagaan.




Gambar 2 *Market share* perbankan syariah berdasarkan lembaga keuangan syariah
Sumber : Snapshot Perbankan syariah OJK September 2025

Berdasarkan Gambar 2, pangsa pasar (*market share*) perbankan syariah Indonesia hingga September 2025 mencapai 7,49 persen dari total aset industri perbankan nasional, meningkat sekitar 0,05 persen dibandingkan bulan sebelumnya. Dari total aset tersebut, Bank Umum Syariah (BUS) memberikan kontribusi terbesar sebesar 67,67 persen, diikuti Unit Usaha Syariah (UUS) sebesar 29,78 persen, sedangkan Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS) berkontribusi 2,55 persen. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan industri perbankan syariah masih didominasi oleh BUS sebagai penggerak utama pertumbuhan aset industri.

Meskipun menunjukkan tren peningkatan, pangsa pasar perbankan syariah masih berada pada kisaran satu digit. Kondisi ini menunjukkan bahwa pertumbuhan aset yang telah dibahas pada Gambar 1 belum sepenuhnya mampu diterjemahkan menjadi peningkatan penguasaan pasar dalam industri perbankan nasional. Dengan kata lain, peningkatan kapasitas industri belum berjalan seiring dengan peningkatan daya saingnya. Fenomena tersebut

menjadi paradoks utama dalam pengembangan perbankan syariah Indonesia dan sekaligus menjadi titik tolak penelitian ini.

Penelitian terdahulu umumnya menjelaskan perkembangan *market share* perbankan syariah melalui pendekatan kinerja keuangan, efisiensi operasional, maupun faktor makroekonomi. Meskipun demikian, hasil penelitian tersebut masih menunjukkan inkonsistensi temuan empiris sehingga belum mampu memberikan penjelasan yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang menentukan peningkatan *market share* perbankan syariah. Di sisi lain, penelitian yang mengintegrasikan determinan kinerja keuangan dengan persepsi nasabah sebagai penjelas *market share*, kemudian menginterpretasikan hasilnya dalam perspektif Maqāṣid al-syarī'ah, masih relatif terbatas. Kesenjangan tersebut menunjukkan adanya ruang pengembangan penelitian yang sekaligus menjadi landasan akademik bagi penelitian ini.

Paradoks antara pertumbuhan aset dan stagnasi *market share* menunjukkan bahwa pengembangan industri perbankan syariah tidak dapat dijelaskan hanya melalui indikator keuangan. Penelitian Fornell (1992) mengenai customer satisfaction menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas dan keberlanjutan hubungan pelanggan dengan penyedia jasa.[11] Selanjutnya, Reichheld (2003) memperkenalkan konsep *Net Promoter Score* (NPS) yang menegaskan bahwa kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan suatu layanan merupakan indikator penting bagi pertumbuhan organisasi. Dalam konteks perbankan, temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa keputusan masyarakat dalam memilih dan mempertahankan hubungan dengan lembaga keuangan tidak hanya dipengaruhi oleh kinerja finansial, tetapi juga oleh tingkat kepercayaan, kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas nasabah.[12]

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[11] Fornell, C. (1992/1996 sesuai edisi yang Anda gunakan). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. Journal of Marketing.

[12] Reichheld, F. F.. The One Number You Need to Grow. (Harvard Business Review,2003)

Perkembangan aset dan kelembagaan perbankan syariah yang terus meningkat menunjukkan adanya kemajuan struktural industri dalam beberapa dekade terakhir. Namun demikian, peningkatan tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan pangsa pasar (*market share*) yang signifikan. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pertumbuhan institusional dan penerimaan masyarakat terhadap layanan perbankan syariah. Dalam perspektif pemasaran jasa, keputusan masyarakat dalam memilih lembaga keuangan tidak hanya dipengaruhi oleh kinerja finansial, tetapi juga oleh kualitas layanan, tingkat kepercayaan, serta pengalaman yang diperoleh selama menggunakan layanan tersebut. Fornell (1992) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan prasyarat terbentuknya loyalitas[13], sedangkan Reichheld (2003) menunjukkan bahwa kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan suatu layanan (*Net Promoter Score*) menjadi indikator penting bagi pertumbuhan organisasi. Dalam konteks perbankan syariah, temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan *market share* tidak cukup dijelaskan oleh indikator keuangan semata, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan bank membangun kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas nasabah. Oleh karena itu, evaluasi terhadap perkembangan *market share* memerlukan pendekatan yang lebih komprehensif dengan mengintegrasikan dimensi kinerja keuangan dan persepsi nasabah.

Perjalanan perbankan syariah di Indonesia tentunya tidak mudah. Alih-alih secara otomatis mendapatkan keuntungan dari bonus demografi dengan 190,98 juta jiwa atau 69,25 persen penduduk berada pada kelompok usia produktif serta populasi muslim yang mencapai 240,62 juta jiwa (86,7 persen) pada tahun 2022, realitas menunjukkan bahwa penetrasi industri masih terbatas. Dalam satu dekade terakhir, pangsa pasar perbankan syariah justru stagnan pada kisaran 7 persen, menandakan adanya kesenjangan antara potensi permintaan berbasis nilai syariah dengan capaian aktual industri. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa keberhasilan pengembangan perbankan

[13] Fornell, C.. A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. (Journal of Marketing, 1992)

syariah tidak secara otomatis ditentukan oleh besarnya populasi muslim, tetapi dipengaruhi oleh kemampuan industri menghadirkan proposisi nilai yang kompetitif melalui inovasi produk, peningkatan literasi keuangan syariah, penguatan kelembagaan, serta dukungan kebijakan yang berkelanjutan. Penelitian Ascarya (2022) dan Al Arif et al. (2018) menunjukkan bahwa pertumbuhan industri perbankan syariah dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal bank, lingkungan industri, dan tingkat penerimaan masyarakat terhadap layanan keuangan syariah.[14]

Rendahnya tingkat literasi dan inklusi keuangan syariah menunjukkan bahwa keberadaan institusi perbankan syariah belum sepenuhnya diikuti oleh pemahaman dan kepercayaan masyarakat. Literasi keuangan memengaruhi kemampuan individu dalam mengambil keputusan keuangan secara rasional[15], sedangkan penelitian Ozili (2018) menunjukkan bahwa tingkat literasi dan kepercayaan masyarakat berkontribusi terhadap pemanfaatan layanan keuangan formal. Dalam konteks perbankan syariah, literasi mengenai prinsip-prinsip syariah serta kepercayaan terhadap kepatuhan syariah bank menjadi faktor penting yang memengaruhi preferensi dan loyalitas nasabah. [16] Oleh karena itu, evaluasi terhadap kinerja perbankan syariah tidak cukup hanya mengandalkan indikator keuangan, tetapi juga perlu mempertimbangkan dimensi perilaku masyarakat sebagai bagian dari penjelasan terhadap perkembangan *market share*.

Penelitian mengenai kinerja dan perkembangan perbankan syariah telah berkembang dengan berbagai pendekatan. Sebagian besar penelitian berfokus pada aspek finansial sebagai indikator utama keberhasilan industri, seperti profitabilitas, efisiensi operasional, kecukupan modal, dan stabilitas keuangan. Misalnya, Asyraf Wajdi

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[14] Ascarya, & Yumanita, D. *Comparing the Efficiency of Islamic Banks in Malaysia and Indonesia. Bulletin of Monetary Economics and Banking,* (2008)

[15] Lusardi, A., & Mitchell, O. S. *The Economic Importance of Financial Literacy*: Theory and Evidence. Journal of Economic Literature, 2014

[16] Ozili, P. K.. Impact of digital finance on financial inclusion and stability. Borsa Istanbul Review, 2018

Dusuki dan Abdulazeez D. Obaidullah menekankan pentingnya keseimbangan antara efisiensi dan kepatuhan syariah dalam menilai kinerja lembaga keuangan syariah.[17] Penelitian lain oleh Mohamed Eskandar Shah Mohd Rasid[18] dan rekan-rekannya menunjukkan bahwa indikator keuangan tetap menjadi ukuran dominan dalam mengevaluasi daya saing bank syariah. Meskipun demikian, pendekatan tersebut belum sepenuhnya mampu menjelaskan bagaimana penerimaan masyarakat berkontribusi terhadap perkembangan *market share* perbankan syariah.

Di sisi lain, penelitian mengenai perilaku nasabah menunjukkan bahwa kualitas layanan, kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas memiliki pengaruh terhadap keberlangsungan hubungan antara nasabah dan lembaga keuangan. Penelitian oleh Mohammad Abror membuktikan bahwa kualitas layanan dan religiositas berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank syariah.[19] Sementara itu, penelitian Sanjaya Fianto et al. (2020) menunjukkan bahwa loyalitas nasabah menjadi faktor penting dalam memperkuat hubungan jangka panjang antara bank syariah dan masyarakat. Namun demikian, penelitian-penelitian tersebut umumnya masih menguji faktor keuangan dan faktor perilaku secara terpisah sehingga belum menghadirkan suatu kerangka evaluasi yang mengintegrasikan kinerja institusi dengan persepsi nasabah dalam menjelaskan perkembangan *market share*. Kesenjangan tersebut menjadi dasar perlunya pengembangan model evaluasi yang lebih komprehensif dalam penelitian ini.[20]

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

17 Dusuki, A. W. Understanding the Objectives of Islamic Banking: A Survey of Stakeholders' Perspectives. International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, 2018

18 Chowdhury, M. A. F., & Mohd Rasid, M. E. S..The Determinants of the Profitability of Islamic Banks: A Cross-Sectional Study from Asia and Africa. International Journal of Business and Globalisation; (2015)

19 Abror, A., Patrisia, D., Engriani, Y., Yasri, Y., & Dastgir, S. *Service Quality, Religiosity, Customer Satisfaction, Customer Engagement and Islamic Bank's Customer Loyalty.* Journal of Islamic Marketing, 2020

20 Fianto, B. A., Gan, C., Widiastuti, T., & Sukmana, R. Customer Loyalty to Islamic Banks: Evidence from Indonesia. Cogent Business & Management, (2020)

Pada perspektif ekonomi syariah, evaluasi kinerja lembaga keuangan tidak hanya berorientasi pada profitabilitas, tetapi juga pada pencapaian tujuan syariah (*maqāṣid al-syarī'ah*) yang menekankan kemaslahatan (*maslahah*), keadilan, dan kesejahteraan masyarakat. Chapra menjelaskan bahwa pembangunan ekonomi Islam harus diarahkan pada terciptanya kesejahteraan yang berkeadilan melalui perlindungan terhadap tujuan-tujuan pokok syariah, sedangkan Auda mengembangkan pendekatan maqashid sebagai suatu sistem yang mampu mengintegrasikan dimensi ekonomi, sosial, dan kemanusiaan dalam proses pembangunan.[21] Sejalan dengan itu, Dusuki menegaskan bahwa keberhasilan lembaga keuangan syariah tidak cukup diukur melalui profitabilitas, tetapi juga melalui kemampuannya mewujudkan tujuan syariah serta memberikan manfaat yang nyata bagi para pemangku kepentingan. Dengan demikian, evaluasi terhadap perbankan syariah memerlukan pendekatan yang tidak hanya mempertimbangkan indikator finansial, tetapi juga tingkat kepercayaan, kepuasan, dan penerimaan masyarakat sebagai bagian dari pencapaian tujuan syariah. Perspektif inilah yang menjadi landasan konseptual dalam penelitian ini untuk mengintegrasikan kinerja institusi dengan persepsi nasabah dalam menjelaskan perkembangan *market share* perbankan syariah.[22]

Berdasarkan kerangka tersebut, diperlukan suatu model evaluasi kinerja yang mengintegrasikan indikator kinerja keuangan dan indikator non-keuangan dalam menjelaskan pertumbuhan *market share* perbankan syariah. Model ini dibangun atas dasar pemahaman bahwa keberhasilan perbankan syariah tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menjaga kesehatan dan kinerja keuangan, tetapi juga oleh kemampuannya membangun kepuasan, loyalitas, serta kepercayaan masyarakat terhadap layanan perbankan syariah.[23] Dalam penelitian

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[21] Chapra, M. U. *The Islamic Vision of Development in the Light of Maqāṣid al-syarī'ah*. Leicester: The Islamic Foundation. 2008

[22] Dusuki, A. W. Understanding the Objectives of Islamic Banking: A Survey of Stakeholders' Perspectives. International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, 1(2), 132–148. (2008)

[23] M. Kabir Hassan dan Mervyn K. Lewis (Eds.), *Handbook of Islamic Banking* (Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2007), 340.

ini, model tersebut dioperasionalkan melalui indikator kinerja keuangan yang meliputi *Capital Adequacy Ratio* (CAR), *Financing to Deposit Ratio* (FDR), dan *Return on Assets* (ROA), serta indikator persepsi nasabah yang direpresentasikan oleh *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Net Promoter Score* (NPS). Selanjutnya, *market share* diposisikan sebagai indikator hasil (*outcome*) yang mencerminkan tingkat penerimaan masyarakat terhadap industri perbankan syariah. Integrasi indikator-indikator tersebut diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pertumbuhan *market share* perbankan syariah di Indonesia.[24]

Penelitian mengenai determinan *market share* perbankan syariah telah berkembang dengan menggunakan berbagai pendekatan, baik yang berfokus pada kinerja keuangan, karakteristik kelembagaan, maupun faktor perilaku nasabah. Meskipun demikian, hasil penelitian tersebut masih menunjukkan temuan yang beragam sehingga belum menghasilkan konsensus mengenai faktor-faktor yang paling dominan memengaruhi pertumbuhan *market share*. Sebagian besar penelitian juga masih menguji determinan tersebut secara parsial, sehingga belum mampu menjelaskan hubungan antara kinerja institusi dan persepsi nasabah dalam satu kerangka evaluasi yang utuh. Oleh karena itu, penelitian ini mengembangkan pendekatan yang mengintegrasikan dimensi kinerja keuangan dan non-keuangan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perkembangan *market share* perbankan syariah di Indonesia.[25]

Perkembangan *market share* perbankan syariah dipengaruhi oleh interaksi berbagai faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup kualitas layanan, efisiensi operasional, inovasi produk, transformasi digital, serta kepatuhan terhadap prinsip syariah,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[24] Fred F. Reichheld, The Ultimate Question 2.0: How Net Promoter Companies Thrive in a Customer-Driven World (Boston: Harvard Business Review Press, 2011), 18.

[25] Hanafi, S. M. *Determinant of Market Share in the Indonesian Islamic Banking Industry*. *Muqtasid:* Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah. (2021).

sedangkan faktor eksternal meliputi regulasi, tingkat literasi keuangan syariah, preferensi masyarakat, intensitas persaingan industri, dan kondisi makroekonomi. Interaksi berbagai faktor tersebut menunjukkan masih adanya kesenjangan antara potensi pasar yang besar dengan realisasi pertumbuhan *market share* perbankan syariah. Kondisi tersebut menegaskan pentingnya strategi pengembangan yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan kinerja internal, tetapi juga pada penguatan penerimaan masyarakat terhadap layanan perbankan syariah.[26]

Di antara berbagai determinan tersebut, kinerja keuangan tetap menjadi salah satu aspek yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan perkembangan *market share* perbankan syariah.[27] Pergerakan *market share* tidak dapat dilepaskan dari kemampuan bank dalam menjaga kecukupan modal, menjalankan fungsi intermediasi secara efektif, serta menghasilkan tingkat profitabilitas yang berkelanjutan. Oleh karena itu, analisis rasio keuangan menjadi instrumen yang penting untuk mengevaluasi kondisi dan daya saing bank syariah. Dalam penelitian ini, indikator *Capital Adequacy Ratio* (CAR), *Financing to Deposit Ratio* (FDR), dan *Return on Assets* (ROA) digunakan untuk merepresentasikan aspek permodalan, fungsi intermediasi, dan profitabilitas sebagai bagian dari determinan *market share*.[28]

*Capital Adequacy Ratio* (CAR) merupakan salah satu rasio yang paling penting karena mencerminkan kemampuan bank dalam menyediakan modal yang memadai untuk menyerap potensi kerugian dan menghadapi berbagai risiko usaha.[29] Tingkat permodalan yang kuat memberikan ruang bagi bank untuk melakukan ekspansi

STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

[26] Xavier Freixas dan Jean-Charles Rochet, Microeconomics of Banking, Ed. ke-2 (Cambridge, MA: MIT Press, 2008)

[27] ibid

[28] Rose, P. S., & Hudgins, S. C. Bank management & financial services (10th ed.). McGraw-Hill Education. (2021).

[29] Basel Committee on Banking Supervision. (2011). Basel III: A global regulatory framework for more resilient banks and banking systems. Bank for International Settlements.

pembiayaan, mengembangkan inovasi produk, serta meningkatkan kualitas layanan tanpa mengabaikan prinsip kehati-hatian. Oleh karena itu, CAR tidak hanya dipandang sebagai indikator kesehatan bank, tetapi juga sebagai prasyarat bagi keberlanjutan pertumbuhan usaha dan peningkatan daya saing.[30] Dalam perspektif industri perbankan, kecukupan modal yang memadai meningkatkan kepercayaan regulator, investor, dan masyarakat terhadap stabilitas institusi keuangan. Kepercayaan tersebut menjadi modal penting bagi bank untuk memperluas aktivitas bisnis, meningkatkan penghimpunan dana, dan memperkuat posisi kompetitif di pasar. Dengan demikian, bank yang memiliki tingkat permodalan yang lebih baik cenderung memiliki kapasitas yang lebih besar untuk meningkatkan *market share* dibandingkan bank dengan kemampuan permodalan yang terbatas. Dalam konteks penelitian ini, *Capital Adequacy Ratio* (CAR) diposisikan sebagai salah satu determinan *market share* karena kemampuan bank dalam menjaga kecukupan modal diperkirakan memengaruhi kapasitas ekspansi usaha, tingkat kepercayaan masyarakat, serta keberlanjutan pertumbuhan industri perbankan syariah.[31]

*Financing to Deposit Ratio* (FDR) mencerminkan efektivitas bank syariah dalam menjalankan fungsi intermediasi, yaitu menghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada sektor produktif melalui pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah.[32] Tingkat FDR yang optimal menunjukkan kemampuan bank memanfaatkan dana pihak ketiga secara produktif sehingga mampu meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memperkuat kontribusinya terhadap pertumbuhan sektor riil. Sebaliknya, FDR yang terlalu rendah mengindikasikan belum optimalnya pemanfaatan dana masyarakat, sedangkan FDR yang terlalu tinggi berpotensi

[30] Rose, P. S., & Hudgins, S. C. (2021). Bank management & financial services (10th ed.). McGraw-Hill Education.

[31] 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

[32] Freixas, X., & Rochet, J.-C. (2008). *Microeconomics of Banking* (2nd ed.). MIT Press.

meningkatkan risiko likuiditas. Oleh karena itu, pengelolaan FDR pada tingkat yang sehat menjadi indikator penting dalam menjaga keseimbangan antara ekspansi pembiayaan dan stabilitas bank.[33]

Perspektif persaingan industri melihat bahwa efektivitas fungsi intermediasi berkontribusi terhadap peningkatan daya saing bank syariah melalui perluasan pembiayaan kepada sektor produktif, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Penyaluran pembiayaan yang efektif tidak hanya meningkatkan hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah, tetapi juga memperkuat kepercayaan, reputasi, dan loyalitas nasabah. Kondisi tersebut menjadi modal kompetitif yang mendukung peningkatan *market share*. Literatur manajemen perbankan juga menunjukkan bahwa hubungan relasional yang kuat antara bank dan nasabah dapat meningkatkan biaya perpindahan (*switching cost*) serta memperkuat keberlanjutan pertumbuhan pangsa pasar.[34]

Sudut pandang ekonomi syariah berpedoman bahwa fungsi intermediasi tidak hanya memiliki dimensi ekonomi, tetapi juga dimensi kemaslahatan karena pembiayaan yang produktif berkontribusi terhadap pemerataan akses keuangan, penguatan sektor riil, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, efektivitas intermediasi mencerminkan implementasi prinsip keadilan dan kemanfaatan yang menjadi tujuan utama sistem keuangan syariah.[35] Oleh karena itu, variasi tingkat FDR antarbank syariah diduga memengaruhi kemampuan masing-masing bank dalam memperluas *market share*. Temuan penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa bank dengan fungsi intermediasi yang lebih efektif cenderung memiliki pertumbuhan pasar yang lebih

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

---

[33] Xavier Freixas dan Jean-Charles Rochet, Microeconomics of Banking, Ed. ke-2 (Cambridge, MA: MIT Press, 2008), 15; Peter S. Rose dan Sylvia C. Hudgins, Bank Management & Financial Services, Ed. ke-9 (New York: McGraw-Hill Education, 2013), 175.

[34] Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). Marketing management (16th Global ed.). Pearson.

[35] Chapra, M. U. (2008). The Islamic vision of development in the light of Maqāṣid al-syarī'ah. The Islamic Foundation.

berkelanjutan, sehingga FDR layak diposisikan sebagai salah satu determinan utama *market share* dalam penelitian ini.[36]

*Return on Assets* (ROA) merupakan salah satu indikator profitabilitas yang digunakan untuk menilai kemampuan bank menghasilkan laba melalui pemanfaatan seluruh aset yang dimilikinya. [37]Rasio ini mencerminkan efisiensi manajemen dalam mengelola aset produktif sehingga banyak digunakan sebagai ukuran kinerja keuangan dalam industri perbankan.[38]Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dihasilkan, semakin efisien bank dalam mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki. Namun demikian, profitabilitas pada dasarnya merefleksikan kinerja internal bank sehingga pengaruhnya terhadap pertumbuhan *market share* tidak selalu terjadi secara langsung. Oleh karena itu, hubungan antara ROA dan *market share* masih memerlukan pembuktian empiris.[39]

Profitabilitas tidak selalu menjadi tujuan jangka pendek yang berdiri sendiri, tetapi harus berjalan seiring dengan pelaksanaan fungsi intermediasi, kepatuhan terhadap prinsip syariah, dan keberlanjutan usaha.[40] Karakteristik tersebut menyebabkan bank syariah dengan tingkat profitabilitas yang relatif tinggi belum tentu mampu memperluas *market share* secara lebih cepat. Sebaliknya, terdapat kondisi di mana bank dengan tingkat profitabilitas yang moderat justru mampu meningkatkan pangsa pasar melalui ekspansi jaringan, inovasi produk, transformasi digital, dan peningkatan kualitas layanan.[41]

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[36] Al Arif, M. N. R., Nachrowi, N. D., Nasution, M. E., & Mahmud, T. M. A. T. (2018). Determinant factors of market share: Evidence from the Indonesian Islamic banking industry. Banks and Bank Systems,

[37] Rose, P. S., & Hudgins, S. C. (2021). Bank management & financial services (10th ed.). McGraw-Hill Education.

[38] Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2022). *Financial management: Theory and practice* (16th ed.). Cengage Learning.

[39] Hassan, M. K., & Aliyu, S. (2018). A contemporary survey of Islamic banking literature. *Journal of Financial Stability,*

[40] Dusuki, A. W. (2008). Understanding the objectives of Islamic banking: A survey of stakeholders' perspectives. International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management

[41] Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th Global ed.). Pearson.

Literatur manajemen perbankan menunjukkan bahwa strategi ekspansi sering kali memerlukan investasi jangka panjang yang dapat menekan laba dalam jangka pendek, tetapi memperkuat posisi kompetitif pada periode berikutnya.[42] Oleh karena itu, hubungan antara ROA dan *market share* dipandang bersifat kontekstual serta dipengaruhi oleh strategi bisnis yang dijalankan masing-masing bank.

Dalam konteks pengembangan industri perbankan syariah, ROA lebih tepat dipahami sebagai indikator yang merefleksikan hasil dari efektivitas pengelolaan sumber daya internal daripada sebagai pendorong langsung pertumbuhan *market share*[43]. Perluasan pangsa pasar pada umumnya juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti kecukupan modal, efektivitas fungsi intermediasi, kualitas layanan, serta tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank. [44]Oleh karena itu, pengujian empiris terhadap ROA dalam penelitian ini menjadi penting untuk mengidentifikasi sejauh mana profitabilitas berkontribusi terhadap dinamika *market share* perbankan syariah di Indonesia. Pendekatan ini memungkinkan interpretasi yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara kinerja keuangan dan pertumbuhan industri perbankan syariah.[45]

Hasil penelitian Frederic (2016), mengenai pengaruh rasio keuangan terhadap *market share* perbankan syariah masih menunjukkan temuan yang beragam. Sejumlah penelitian menemukan bahwa kecukupan modal, efektivitas intermediasi, dan profitabilitas berpengaruh terhadap pertumbuhan *market share*[46], sementara penelitian lainnya menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak selalu

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
JOGJAKARTA

[42] Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.

[43] Rose, P. S., & Hudgins, S. C. (2021). *Bank management & financial services* (10th ed.). McGraw-Hill Education.

[44] Al Arif, M. N. R., Nachrowi, N. D., Nasution, M. E., & Mahmud, T. M. A. T. (2018). Determinant factors of market share: Evidence from the Indonesian Islamic banking industry. *Banks and Bank Systems,*

[45] 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

[46] Frederic S. Mishkin, *The Economics of Money, Banking and Financial Markets*, Ed. ke-11 (Boston: Pearson, 2016), 201.

konsisten pada setiap periode maupun karakteristik bank[47]. Kondisi ini mengindikasikan bahwa hubungan antara rasio keuangan dan *market share* bersifat dinamis serta dipengaruhi oleh karakteristik industri dan strategi bisnis masing-masing bank. Oleh karena itu, pengujian kembali terhadap pengaruh *Capital Adequacy Ratio* (CAR), *Financing to Deposit Ratio* (FDR), dan *Return on Assets* (ROA) menjadi relevan untuk memperoleh bukti empiris yang lebih mutakhir pada industri perbankan syariah di Indonesia.

Selain dipengaruhi oleh faktor-faktor keuangan, perkembangan *market share* perbankan syariah juga dipengaruhi oleh faktor perilaku dan penerimaan masyarakat terhadap layanan keuangan syariah. Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia masih sebesar 9,14%, sedangkan tingkat inklusi keuangan syariah sebesar 12,12%, jauh di bawah tingkat literasi dan inklusi keuangan konvensional. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai karakteristik dan nilai tambah layanan perbankan syariah. Akibatnya, peningkatan kapasitas industri belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan penerimaan masyarakat yang tercermin dalam perkembangan *market share*. Oleh karena itu, selain memperkuat kinerja keuangan, perbankan syariah juga perlu meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman nasabah sebagai bagian dari strategi memperluas basis pasar.[48]

Meskipun indikator keuangan memberikan gambaran mengenai kesehatan dan kinerja bank, pertumbuhan *market share* pada hakikatnya juga dipengaruhi oleh bagaimana masyarakat menilai dan merasakan kualitas layanan yang diberikan. Literatur pemasaran jasa menunjukkan bahwa kepuasan dan loyalitas nasabah merupakan faktor yang berperan penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan serta mendorong

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[47] Peter S. Rose dan Sylvia C. Hudgins, Bank Management and Financial Services, Ed. ke-9 (New York: McGraw-Hill Education, 2016),

[48] Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2022.*

pertumbuhan pasar yang berkelanjutan.[49] Dalam konteks perbankan syariah, keberhasilan bank tidak hanya ditentukan oleh stabilitas modal, efektivitas intermediasi, dan profitabilitas, tetapi juga oleh kemampuan membangun kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini mengintegrasikan indikator kinerja keuangan dengan indikator persepsi nasabah, yaitu *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Net Promoter Score* (NPS), untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai determinan *market share* perbankan syariah.[50]

*Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan secara luas untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap produk dan layanan yang diberikan oleh institusi keuangan. Dalam industri perbankan, kepuasan nasabah dipandang sebagai hasil dari kesesuaian antara harapan nasabah dan kinerja aktual bank dalam aspek layanan, kemudahan akses, keandalan produk, serta kualitas interaksi. Literatur perilaku konsumen menegaskan bahwa kepuasan merupakan respon evaluatif terhadap pengalaman konsumsi yang membentuk sikap dan perilaku masa depan pelanggan.[51] Tingkat kepuasan yang tinggi mencerminkan keberhasilan bank dalam memenuhi kebutuhan dan ekspektasi nasabahnya. Sebaliknya, rendahnya tingkat kepuasan dapat menjadi indikator awal melemahnya daya saing bank di pasar.

*Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap produk dan layanan yang diberikan oleh suatu institusi keuangan.[52] Dalam industri perbankan, kepuasan nasabah mencerminkan tingkat kesesuaian antara harapan pelanggan dengan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[49] Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? Journal of Marketing, 63(Special Issue)

[50] Fianto, B. A., Gan, C., Widiastuti, T., & Sukmana, R. (2020). *Customer loyalty to Islamic banks: Evidence from Indonesia*. *Cogent Business & Management*

[51] Richard L. Oliver, *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, Ed. ke-2 (New York: Routledge, 2014), 8.

[52] Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). *The American Customer Satisfaction Index: Nature, purpose, and findings*. *Journal of Marketing, 60*(4), 7–18

pengalaman aktual yang diperoleh selama menggunakan produk dan layanan bank. [53]Literatur perilaku konsumen menjelaskan bahwa kepuasan merupakan respons evaluatif atas pengalaman konsumsi yang selanjutnya memengaruhi sikap, kepercayaan, dan perilaku pelanggan pada masa mendatang. Oleh karena itu, tingkat kepuasan yang tinggi menunjukkan kemampuan bank dalam memenuhi kebutuhan dan ekspektasi nasabah, sedangkan tingkat kepuasan yang rendah dapat menjadi sinyal menurunnya daya saing institusi di tengah persaingan industri perbankan.[54]

Perspektif persaingan industri melihat bahwa *Customer Satisfaction Index* (CSI) tidak hanya mencerminkan kualitas layanan yang dirasakan nasabah, tetapi juga menjadi indikator awal (*leading indicator*) bagi terbentuknya loyalitas dan pertumbuhan *market share*. Nasabah yang memperoleh pengalaman positif cenderung mempertahankan hubungan jangka panjang dengan bank, memberikan rekomendasi kepada pihak lain, serta memperkuat reputasi institusi. Dalam konteks perbankan syariah, kepuasan nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas layanan, tetapi juga oleh kepatuhan terhadap prinsip syariah, transparansi akad, serta tingkat kepercayaan terhadap integritas lembaga. Oleh karena itu, CSI dipandang sebagai salah satu determinan penting yang menjembatani hubungan antara kualitas layanan, loyalitas nasabah, dan perkembangan *market share* perbankan syariah.[55]

Meskipun indikator keuangan seperti *Capital Adequacy Ratio* (CAR), *Financing to Deposit Ratio* (FDR), dan *Return on Assets* (ROA) memberikan gambaran mengenai kesehatan dan kinerja internal bank, perkembangan *market share* tidak sepenuhnya

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[53] Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw-Hill..

[54] Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th Global ed.). Pearson.

[55] Fred F. Reichheld, *The Ultimate Question 2.0: How Net Promoter Companies Thrive in a Customer-Driven World* (Boston: Harvard Business Review Press, 2011), 201.

ditentukan oleh faktor-faktor tersebut.[56] Dalam industri jasa, khususnya perbankan, keputusan nasabah untuk memilih, mempertahankan, maupun merekomendasikan suatu lembaga keuangan juga dipengaruhi oleh pengalaman layanan, kualitas hubungan, dan tingkat kepercayaan yang terbentuk selama berinteraksi dengan bank. [57] Penelitian oleh Parasuraman (2009) menunjukkan bahwa keberhasilan lembaga keuangan dalam meningkatkan daya saing pasar sangat dipengaruhi oleh kemampuannya membangun pengalaman nasabah (*customer experience*) yang positif. Oleh karena itu, analisis terhadap *market share* perbankan syariah perlu dilengkapi dengan indikator yang mampu merepresentasikan persepsi dan perilaku nasabah secara lebih komprehensif. [58]

Persepsi nasabah dalam penelitian ini, direpresentasikan melalui *Customer Satisfaction Index* (CSI), yang menggambarkan tingkat kepuasan terhadap pengalaman menggunakan produk dan layanan perbankan syariah. Penelitian Kaura (2025) menunjukkan bahwa kepuasan nasabah merupakan konsekuensi dari kualitas layanan yang dirasakan (*perceived service quality*) dan berperan penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah. [59] Pada industri perbankan syariah, kepuasan tidak hanya dipengaruhi oleh aspek fungsional seperti kecepatan layanan, kemudahan transaksi, dan kualitas produk, tetapi juga oleh tingkat kepatuhan terhadap prinsip syariah, transparansi akad, serta kesesuaian nilai

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[56] Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., & Merrouche, O. (2013). *Islamic vs. conventional banking: Business model, efficiency and stability*. *Journal of Banking & Finance, 37*(2), 433–447.

[57] Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). *Understanding customer experience throughout the customer journey*. *Journal of Marketing, 80*(6), 69–96.

[58] Verhoef, P. C., Lemon, K. N., Parasuraman, A., et al. (2009). *Customer experience creation: Determinants, dynamics and management strategies*. *Journal of Retailing, 85*(1), 31–41.

[59] Kaura, V., Prasad, C. S. D., & Sharma, S. (2015). *Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction*. *International Journal of Bank Marketing, 33*(4), 404–422.

(*value congruence*) antara bank dan nasabah.[60] Oleh karena itu, CSI dipandang sebagai indikator yang mampu menjelaskan bagaimana pengalaman layanan membentuk persepsi positif masyarakat dan mendukung peningkatan *market share*.

Selain kepuasan, loyalitas nasabah merupakan faktor yang menentukan keberlanjutan pertumbuhan pasar. Dalam penelitian ini, loyalitas direpresentasikan melalui *Net Promoter Score* (NPS), yaitu indikator yang mengukur kesediaan nasabah untuk merekomendasikan suatu produk atau layanan kepada pihak lain berdasarkan pengalaman yang mereka rasakan.[61] Penelitian De Haan (2015) menunjukkan bahwa perilaku merekomendasikan (*advocacy behavior*) memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap pertumbuhan bisnis dibandingkan sekadar niat untuk tetap menggunakan layanan.[62] Dalam industri perbankan, rekomendasi dari nasabah yang puas mampu meningkatkan kredibilitas institusi, memperluas akuisisi nasabah baru, serta memperkuat posisi kompetitif bank di pasar. [63]Oleh karena itu, NPS dipandang sebagai indikator yang menjelaskan mekanisme bagaimana loyalitas nasabah berkontribusi terhadap peningkatan *market share*.

Berdasarkan uraian tersebut, *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Net Promoter Score* (NPS) diposisikan sebagai determinan non-keuangan yang melengkapi indikator kinerja keuangan dalam menjelaskan dinamika *market share* perbankan syariah.[64] Jika CAR,

---

[60] Amin, M. (2016). *Internet banking service quality and its implication on e-customer satisfaction and e-customer loyalty*. *International Journal of Bank Marketing, 34*(3), 280–306.

[61] Keiningham, T. L., Cooil, B., Andreassen, T. W., & Aksoy, L. (2007). *A longitudinal examination of Net Promoter and firm revenue growth*. *Journal of Marketing, 71*(3), 39–51.

[62] de Haan, E., Verhoef, P. C., & Wiesel, T. (2015). *The predictive ability of different customer feedback metrics for retention*. *International Journal of Research in Marketing, 32*(2), 195–206.

[63] Morgan, N. A., & Rego, L. L. (2006). *The value of different customer satisfaction and loyalty metrics in predicting business performance*. *Marketing Science, 25*(5), 426–439.

[64] Izogo, E. E., & Ogba, I. E. (2015). *Service quality, customer satisfaction and loyalty in retail banking*. *International Journal of Quality & Reliability Management, 32*(6), 598–612.

FDR, dan ROA menggambarkan kapasitas internal bank dalam menjaga stabilitas, fungsi intermediasi, dan profitabilitas, maka CSI dan NPS merepresentasikan bagaimana kinerja tersebut diterjemahkan menjadi pengalaman, kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah.[65] Integrasi kedua kelompok indikator tersebut memberikan perspektif yang lebih komprehensif dalam menjelaskan pertumbuhan *market share*, sekaligus menjadi landasan untuk menginterpretasikan hubungan antarvariabel melalui perspektif Maqāṣid al-syarī'ah pada bagian berikutnya.

Meskipun integrasi indikator keuangan dan non-keuangan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai determinan *market share*, pendekatan tersebut pada dasarnya masih berorientasi pada perspektif manajemen dan pemasaran modern.[66] Dalam konteks perbankan syariah, evaluasi kinerja lembaga tidak hanya diukur berdasarkan keberhasilan finansial maupun persepsi nasabah, tetapi juga harus mempertimbangkan sejauh mana aktivitas perbankan mewujudkan tujuan syariah (maqashid al-shariah) yang berorientasi pada kemaslahatan, keadilan, dan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan perspektif Maqāṣid al-syarī'ah sebagai kerangka interpretatif untuk memahami hubungan antara kinerja keuangan, persepsi nasabah, dan pertumbuhan *market share* secara lebih utuh.[67]

Meskipun integrasi indikator keuangan dan non-keuangan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai determinan *market share*, pendekatan tersebut pada dasarnya masih berangkat dari perspektif manajemen, pemasaran, dan keuangan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[65] Bloemer, J., Ruyter, K. de, & Peeters, P. (1998). *Investigating drivers of bank loyalty*. *International Journal of Bank Marketing, 16*(7), 276–286.

[66] Ahmed, H. (2011). *Maqasid al-Shari'ah and Islamic financial products: A framework for assessment*. ISRA International Journal of Islamic Finance, 3(1), 149–160.

[67] Auda, J. (2008). *Maqāṣid al-syarī'ah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach*. IIIT.

modern. [68]Evaluasi tersebut mampu menjelaskan efisiensi, profitabilitas, kepuasan, maupun loyalitas nasabah, tetapi belum sepenuhnya menggambarkan apakah seluruh aktivitas perbankan telah selaras dengan tujuan fundamental sistem keuangan syariah. Karakteristik perbankan syariah tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan keuntungan dan memenangkan persaingan pasar, tetapi juga oleh kontribusinya terhadap terciptanya keadilan, keberlanjutan, serta kemanfaatan sosial bagi masyarakat.[69] Oleh karena itu, diperlukan suatu perspektif yang mampu menghubungkan pencapaian kinerja institusi dengan tujuan normatif ekonomi Islam secara lebih utuh.

Dalam konteks tersebut, *Maqāṣid al-syarī'ah* memberikan perspektif yang lebih komprehensif dalam mengevaluasi keberhasilan lembaga keuangan Islam. Maqashid memandang bahwa aktivitas ekonomi tidak semata-mata berorientasi pada pencapaian keuntungan, tetapi juga diarahkan untuk mewujudkan maslahah, yaitu terciptanya kemanfaatan, keadilan, dan kesejahteraan yang dirasakan oleh masyarakat secara luas.[70] Dengan demikian, keberhasilan perbankan syariah tidak hanya diukur melalui indikator finansial maupun persepsi nasabah, tetapi juga melalui sejauh mana aktivitas operasionalnya berkontribusi terhadap tujuan-tujuan syariah yang bersifat sosial, ekonomi, dan kelembagaan. Perspektif ini memungkinkan evaluasi yang lebih holistik terhadap perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia.[71]

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wibawa dan Mujib (2024) menunjukkan bahwa faktor makroekonomi dan kinerja

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[68] Ahmed, H. (2011). *Maqāṣid al-syarī'ah and Islamic Financial Products: A Framework for Assessment*. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 3(1), 149–160.

[69] Dusuki, A. W., & Bouheraoua, S. (2011). *The Framework of Maqāṣid al-syarī'ah and Its Implication for Islamic Finance*. *ISRA Research Paper*.

[70] Chapra, M. U. (2008). *The Islamic Vision of Development in the Light of Maqāṣid al-syarī'ah*. The Islamic Foundation.

[71] Mohammad, M. O., Tarique, K. M., & Islam, R. (2015). *Measuring the performance of Islamic banks using Maqasid-based model*. *Intellectual Discourse*, 23.

keuangan merupakan determinan penting terhadap market share perbankan syariah. Namun penelitian tersebut masih terbatas pada indikator makroekonomi (inflasi dan BI Rate) serta indikator internal berupa CAR dan FDR sehingga belum mengakomodasi dimensi persepsi nasabah seperti Customer Satisfaction Index (CSI) dan Net Promoter Score (NPS), serta belum menempatkan maqāṣid al-syarī'ah sebagai perspektif interpretatif. Oleh karena itu, penelitian ini dikembangkan sebagai perluasan konseptual dan empiris dari penelitian sebelumnya. [72]Berangkat dari perspektif tersebut, penelitian ini memandang bahwa rasio keuangan seperti CAR, FDR, dan ROA tidak hanya merefleksikan kondisi finansial bank, tetapi juga menunjukkan kemampuan institusi dalam mengelola amanah dana masyarakat secara efektif dan berkelanjutan. Di sisi lain, *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Net Promoter Score* (NPS) merepresentasikan tingkat penerimaan, kepercayaan, serta loyalitas masyarakat terhadap layanan perbankan syariah. Integrasi kedua kelompok indikator tersebut memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai bagaimana kinerja internal dan persepsi eksternal secara bersama-sama memengaruhi perkembangan *market share*. Dengan demikian, perspektif Maqāṣid al-syarī'ah berfungsi sebagai kerangka interpretatif yang menjelaskan bahwa pertumbuhan *market share* bukan sekadar keberhasilan bisnis, tetapi juga dapat dipahami sebagai bagian dari upaya mewujudkan maslahah melalui penguatan sistem keuangan syariah yang lebih inklusif, terpercaya, dan berkelanjutan.[73]

Penelitian ini menggunakan perspektif maqashid sebagaimana dirumuskan oleh Imam Asy-Syatibi karena pendekatan tersebut menempatkan kemaslahatan (*maslahah*) sebagai tujuan utama hukum Islam yang dapat menjadi dasar dalam mengevaluasi aktivitas ekonomi dan kelembagaan. Perspektif ini dipandang relevan karena

---

[72] Aditya Setiaji Wibawa, Abdul Mujib. *Analysis of Macroeconomic Factors and Financial Performance on the Phenomenon of Sharia Bank Market Share Stagnancy*. International Journal of Economics. 2024. DOI: 10.55299/ijec.v3i1.931

[73] Fianto, B. A., Gan, C., Widiastuti, T., & Sukmana, R. (2020). *Customer loyalty to Islamic banks: Evidence from Indonesia*. *Cogent Business & Management*, 7(1).

tidak hanya menilai keberhasilan lembaga dari aspek finansial, tetapi juga dari kontribusinya terhadap kemanfaatan, keadilan, dan keberlanjutan pembangunan ekonomi.[74] Dalam penelitian ini, perspektif Asy-Syatibi tidak digunakan sebagai variabel yang diukur, melainkan sebagai landasan konseptual untuk menginterpretasikan hasil empiris mengenai determinan *market share* perbankan syariah.

Berdasarkan kerangka tersebut, penelitian ini tidak menempatkan Maqāṣid al-syarī'ah sebagai variabel yang diukur secara statistik sebagaimana pendekatan *Maqashid Shariah Index* (MSI), melainkan sebagai perspektif interpretatif dalam menjelaskan hubungan antara determinan keuangan, determinan non-keuangan, dan *market share* perbankan syariah.[75] Pendekatan ini dipilih karena tujuan utama penelitian bukan untuk mengukur tingkat pencapaian maqashid pada setiap bank, tetapi untuk memahami bagaimana faktor-faktor yang memengaruhi *market share* dapat dimaknai sebagai bagian dari upaya mewujudkan maslahah dalam pengembangan industri perbankan syariah di Indonesia. Dengan demikian, perspektif Maqāṣid al-syarī'ah menjadi landasan konseptual yang menghubungkan temuan empiris dengan nilai-nilai ekonomi Islam secara lebih komprehensif.

Berbeda dengan penelitian terdahulu yang umumnya menggunakan Maqāṣid al-syarī'ah sebagai variabel pengukuran melalui pendekatan *Maqashid Shariah Index* (MSI), penelitian ini menempatkan Maqāṣid al-syarī'ah sebagai perspektif interpretatif untuk menjelaskan hubungan antara determinan keuangan (CAR, FDR, ROA), determinan non-keuangan (CSI dan NPS), dan pertumbuhan *market share* perbankan syariah.[76] Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian bukan mengukur tingkat pencapaian maqashid pada masing-masing bank, melainkan memberikan

[74] Al-Shatibi, A. I. *Al-Muwafaqat fi Usul al-Shari'ah.*

[75] Mohammed, M. O., Razak, D. A., & Taib, F. M. (2008). *The Performance Measures of Islamic Banking Based on the Maqasid Framework*. IIUM.

[76] Mohammed, M. O., Razak, D. A., & Taib, F. M. (2008). *The Performance Measures of Islamic Banking Based on the Maqasid Framework*. International Islamic University Malaysia.

interpretasi terhadap bagaimana hasil empiris dapat dipahami dalam kerangka maslahah dan pembangunan ekonomi Islam.[77]

Berdasarkan keseluruhan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa pengembangan industri perbankan syariah di Indonesia masih menghadapi suatu paradoks. Di satu sisi, industri menunjukkan kemajuan yang cukup signifikan melalui peningkatan aset, penguatan kelembagaan, dukungan regulasi, serta besarnya potensi pasar yang ditopang oleh mayoritas penduduk muslim. Namun di sisi lain, perkembangan tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan *market share* yang signifikan dalam industri perbankan nasional. Kondisi ini menunjukkan bahwa pertumbuhan institusional belum secara otomatis mampu meningkatkan daya saing dan penerimaan masyarakat terhadap layanan perbankan syariah. Dengan demikian, tantangan utama pengembangan perbankan syariah tidak lagi terletak pada ketersediaan potensi pasar, melainkan pada kemampuan industri dalam mengonversi potensi tersebut menjadi pertumbuhan *market share* yang berkelanjutan.

Penelitian terdahulu telah mengidentifikasi determinan *market share* perbankan syariah melalui pendekatan kinerja keuangan, kualitas layanan, maupun perilaku nasabah. Namun demikian, hasil penelitian tersebut masih menunjukkan inkonsistensi empiris mengenai pengaruh masing-masing determinan terhadap *market share*. Selain itu, sebagian besar penelitian masih menganalisis faktor-faktor tersebut secara parsial sehingga belum memberikan penjelasan yang utuh mengenai hubungan antara kinerja internal bank dan persepsi masyarakat dalam mendorong pertumbuhan pasar. Di sisi lain, penelitian yang mengintegrasikan indikator keuangan dan non-keuangan dalam satu model empiris, kemudian menginterpretasikan hasilnya melalui perspektif *Maqāṣid al-syarī'ah*, masih relatif terbatas. Kesenjangan tersebut menunjukkan perlunya suatu pendekatan yang lebih komprehensif untuk menjelaskan dinamika *market share* perbankan syariah di Indonesia.

---

[77] Asutay, M. (2012). Conceptualising and locating the social failure of Islamic finance: Aspirations of Islamic moral economy versus the realities of Islamic finance. Asian and African Area Studies, 11(2), 93–113.

Berangkat dari kesenjangan tersebut, penelitian ini dibangun atas proposisi bahwa pertumbuhan *market share* perbankan syariah tidak dapat dijelaskan hanya oleh indikator keuangan ataupun indikator persepsi nasabah secara terpisah, melainkan melalui keterkaitan keduanya dalam suatu kerangka analisis yang terpadu. Oleh karena itu, penelitian ini mengintegrasikan *Capital Adequacy Ratio* (CAR), *Financing to Deposit Ratio* (FDR), Return on Assets (ROA), *Customer Satisfaction Index* (CSI), dan *Net Promoter Score* (NPS) sebagai determinan *market share*, kemudian menginterpretasikan hubungan empiris antarvariabel tersebut menggunakan perspektif *Maqāṣid al-syarī'ah*. Pendekatan ini diharapkan tidak hanya memberikan penjelasan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *market share* perbankan syariah di Indonesia, tetapi juga memperkaya pengembangan kajian ekonomi Islam melalui pemaknaan hasil empiris dalam kerangka maslahah. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi baik terhadap pengembangan ilmu pengetahuan maupun sebagai masukan bagi regulator, industri perbankan syariah, dan para pemangku kepentingan dalam merumuskan strategi peningkatan daya saing perbankan syariah di Indonesia.

## B. Identifikasi dan Rumusan Masalah

### 1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas fakta menyebutkan bahwa terdapat beberapa indikasi yang dapat dijabarkan sebagai informasi awal penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Indonesia memiliki potensi pasar yang sangat besar dengan jumlah penduduk mencapai sekitar 275 juta jiwa dan mayoritas beragama Islam (86,7%), namun potensi tersebut belum mampu dikonversi menjadi peningkatan *market share* perbankan syariah secara optimal.
2. Pertumbuhan industri perbankan syariah yang tercermin dari peningkatan aset, dana pihak ketiga, pembiayaan, serta penguatan kelembagaan belum diikuti oleh peningkatan *market*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

*share* yang signifikan, sehingga menunjukkan adanya kesenjangan antara pertumbuhan industri dan penguasaan pasar.

3. Penguatan regulasi dan dukungan pemerintah, antara lain melalui Roadmap Pengembangan dan Penguatan Perbankan Syariah Indonesia (RP3SI) 2023–2027 serta berbagai ketentuan OJK, BI, dan pemerintah, belum sepenuhnya mampu mendorong peningkatan *market share* perbankan syariah sesuai dengan potensi yang dimiliki.
4. Temuan penelitian terdahulu mengenai pengaruh rasio keuangan, khususnya *Capital Adequacy Ratio* (CAR), *Financing to Deposit Ratio* (FDR), dan *Return on Assets* (ROA), terhadap *market share* perbankan syariah masih menunjukkan hasil yang beragam sehingga belum menghasilkan kesimpulan empiris yang konsisten.
5. Persepsi nasabah terhadap perbankan syariah, yang tercermin melalui tingkat kepuasan (*Customer Satisfaction Index*/CSI) dan loyalitas (*Net Promoter Score*/NPS), dipandang berpotensi memengaruhi pertumbuhan *market share*, namun hubungan tersebut masih relatif terbatas dikaji dalam penelitian perbankan syariah di Indonesia.
6. Penelitian mengenai determinan *market share* perbankan syariah umumnya masih menguji faktor keuangan dan faktor non-keuangan secara terpisah, sehingga belum banyak penelitian yang mengintegrasikan kedua dimensi tersebut dalam satu model analisis yang komprehensif.
7. Evaluasi terhadap *market share* perbankan syariah pada umumnya masih berorientasi pada pendekatan ekonomi dan manajerial, sementara penggunaan perspektif maqāṣid al-syarī'ah, khususnya pendekatan maslahah Imam Asy-Syatibi sebagai kerangka interpretatif dalam menjelaskan determinan *market share*, masih relatif terbatas.

## 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan kesenjangan penelitian yang telah diuraikan, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

pengaruh faktor-faktor keuangan dan persepsi nasabah terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia dengan menggunakan perspektif maqāṣid al-syarī'ah sebagai kerangka interpretatif. Oleh karena itu, dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Capital Adequacy Ratio* (CAR) terhadap pangsa pasar (*market share*) bank syariah di Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh *Financing to Deposit Ratio* (FDR) terhadap pangsa pasar (*market share*) bank syariah di Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh *Return on Assets* (ROA) terhadap pangsa pasar (*market share*) bank syariah di Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh *Customer Satisfaction Index* (CSI) terhadap pangsa pasar bank syariah di Indonesia?
5. Bagaimana pengaruh *Net Promoter Score* (NPS) terhadap pangsa pasar bank syariah di Indonesia?

## C. Tujuan

Tujuan penelitian merupakan arah yang ingin dicapai melalui seluruh rangkaian proses ilmiah. Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor keuangan dan persepsi nasabah terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia serta menginterpretasikan hasil empiris tersebut melalui perspektif maqāṣid al-syarī'ah berbasis *maslahah*. Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh *Capital Adequacy Ratio* (CAR) terhadap pangsa pasar (*market share*) bank syariah di Indonesia
2. Menganalisis pengaruh *Financing to Deposit Ratio* (FDR) terhadap pangsa pasar (*market share*) bank syariah di Indonesia
3. Menganalisis pengaruh *Return on Assets* (ROA) terhadap pangsa pasar (*market share*) bank syariah di Indonesia
4. Menganalisis pengaruh *Customer Satisfaction Index* (CSI) terhadap pangsa pasar bank syariah di Indonesia

STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

5. Menganalisis pengaruh *Net Promoter Score* (NPS) terhadap pangsa pasar bank syariah di Indonesia

Penelitian ini juga bertujuan memberikan perspektif yang mengintegrasikan faktor-faktor keuangan dan persepsi nasabah dalam menjelaskan *market share* perbankan syariah melalui kerangka interpretatif *maqāṣid al-syarī'ah* berbasis maslahah.

## D. Manfaat

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi luas bagi berbagai pihak akademisi, praktisi, regulator, dan masyarakat baik dalam ranah teoretis maupun praktis. Secara umum, manfaat penelitian ini dibagi menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis

### 1. Manfaat Teoretis

a. Pengembangan kajian determinan *market share* perbankan syariah

   Penelitian ini mengembangkan *Maslahah-Based Performance Framework*, yaitu suatu kerangka konseptual yang mensintesis *Service Profit Chain* dan *Maqāṣid al-Syarī'ah* untuk menjelaskan keterkaitan antara kapabilitas institusi, pengalaman nasabah, penerimaan masyarakat, dan orientasi kemaslahatan dalam evaluasi kinerja perbankan syariah. Framework ini menawarkan perspektif evaluasi yang lebih komprehensif dengan melengkapi pendekatan berbasis indikator finansial melalui pembacaan *maqāṣid al-syarī'ah* sebagai kerangka interpretatif terhadap temuan empiris.

b. Pengembangan Teori dalam Analisis *Market share* Perbankan Syariah

   Penelitian ini mengembangkan kajian determinan *market share* dengan menunjukkan bahwa pertumbuhan pangsa pasar perbankan syariah merupakan hasil interaksi antara faktor struktural keuangan dan faktor perilaku nasabah, yang selanjutnya diinterpretasikan dalam perspektif maqāṣid al-syarī'ah. Temuan ini memperluas pemahaman bahwa *market share* tidak hanya mencerminkan daya saing bisnis, tetapi juga

tingkat penerimaan masyarakat terhadap institusi perbankan syariah.

c. Operasionalisasi Maqāṣid al-Syarī‘ah dalam Evaluasi Kinerja Perbankan Syariah

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian *maqāṣid al-syarī‘ah* dengan menempatkannya sebagai kerangka evaluatif dalam membaca hasil empiris. Dengan demikian, *maqāṣid* tidak diposisikan sebagai variabel statistik, melainkan sebagai landasan konseptual untuk menilai keterkaitan antara kinerja institusi, penerimaan pasar, dan orientasi kemaslahatan dalam praktik perbankan syariah.

## E. Kebaruan Penelitian (*Novelty*)

Penelitian mengenai determinan *market share* perbankan syariah pada umumnya masih mengkaji faktor-faktor keuangan maupun faktor perilaku nasabah secara terpisah. Di sisi lain, penggunaan perspektif maqāṣid al-syarī‘ah dalam penelitian terdahulu lebih banyak ditempatkan sebagai instrumen pengukuran kinerja atau indikator evaluasi, sehingga belum banyak digunakan sebagai kerangka interpretatif dalam menjelaskan hubungan antara kinerja institusi, persepsi nasabah, dan dinamika *market share* perbankan syariah.

Berdasarkan kondisi tersebut, kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada pengembangan *Maslahah-Based Performance Framework* (MBPF) sebagai kerangka konseptual yang mengintegrasikan dimensi kinerja keuangan, persepsi nasabah, dan perspektif maqāṣid al-syarī‘ah berbasis maslahah dalam menjelaskan dinamika *market share* perbankan syariah di Indonesia. Framework ini dibangun untuk memberikan pendekatan evaluasi yang lebih komprehensif dibandingkan penelitian terdahulu yang umumnya masih memisahkan analisis keuangan, perilaku nasabah, dan nilai-nilai syariah.

Secara operasional, *Maslahah-Based Performance Framework* (MBPF) dikembangkan melalui tiga elemen utama sebagai berikut:

1. Integrasi dimensi kinerja keuangan dan persepsi nasabah dalam satu model empiris untuk menjelaskan pertumbuhan *market*

*share* perbankan syariah. Dimensi kinerja keuangan direpresentasikan oleh *Capital Adequacy Ratio* (CAR), *Financing to Deposit Ratio* (FDR), dan *Return on Assets* (ROA), sedangkan dimensi persepsi nasabah direpresentasikan oleh *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Net Promoter Score* (NPS).

2. Operasionalisasi hubungan antara determinan keuangan, persepsi nasabah, dan *market share* melalui satu model analisis empiris yang memungkinkan penjelasan yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pertumbuhan pangsa pasar perbankan syariah.
3. Penggunaan maqāṣid al-syarī'ah berbasis maslahah sebagai perspektif interpretatif, sehingga hasil empiris penelitian tidak hanya dipahami sebagai hubungan statistik antarvariabel, tetapi juga dimaknai berdasarkan orientasi kemaslahatan, keberlanjutan, serta penerimaan masyarakat terhadap praktik perbankan syariah.

## F. Sistematika Penulisan

Disertasi ini disusun secara sistematis untuk menganalisis determinan *market share* perbankan syariah di Indonesia melalui integrasi faktor-faktor keuangan, persepsi nasabah, dan perspektif maqāṣid al-syarī'ah berbasis maslahah. Sistematika penulisan dirancang secara bertahap mulai dari identifikasi permasalahan, pengembangan kerangka konseptual, pengujian empiris, hingga interpretasi hasil penelitian dalam kerangka *Maslahah-Based Performance Framework* (MBPF). Dengan sistematika tersebut, pembahasan penelitian diharapkan mengalir secara logis serta memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai dinamika *market share* perbankan syariah di Indonesia. Adapun sistematika penulisan disertasi ini adalah sebagai berikut.

Bab I Pendahuluan

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian yang menjelaskan perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia serta dinamika pertumbuhan *market share* yang masih belum

sebanding dengan potensi pasar yang dimiliki. Pembahasan dilanjutkan dengan identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kebaruan (novelty) penelitian, serta sistematika penulisan disertasi. Pada bab ini juga dijelaskan research gap yang melandasi penelitian serta pengembangan *Maslahah-Based Performance Framework* (MBPF) sebagai kebaruan konseptual yang menjadi landasan penelitian. Keseluruhan pembahasan dalam bab ini menjadi dasar konseptual yang mengarahkan penelitian pada analisis determinan *market share* perbankan syariah melalui integrasi faktor keuangan, persepsi nasabah, dan perspektif maqāṣid al-syarī‘ah berbasis maslahah.

Bab II Kajian Pustaka dan Pengembangan Kerangka Teoretis

Bab ini membahas landasan teori dan kajian pustaka yang relevan dengan penelitian. Pembahasan mencakup teori-teori mengenai *market share*, kinerja perbankan syariah, rasio keuangan perbankan (CAR, FDR, dan ROA), kepuasan nasabah (*Customer Satisfaction Index*), loyalitas nasabah (*Net Promoter Score*), serta konsep maqāṣid al-syarī’ah berbasis maslahah sebagai perspektif dalam ekonomi Islam. Selain itu, bab ini mengkaji penelitian-penelitian terdahulu untuk mengidentifikasi kesenjangan penelitian (*research gap*) serta menyusun Maslahah-Based Performance Framework (MBPF) sebagai kerangka konseptual penelitian. Pada bagian akhir bab ini dirumuskan model penelitian dan hipotesis yang akan diuji secara empiris.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan pendekatan, desain, dan metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis hubungan antarvariabel penelitian. Pembahasan meliputi jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, serta metode analisis yang digunakan. Variabel penelitian terdiri atas *Capital Adequacy Ratio* (CAR), *Financing to Deposit Ratio* (FDR), *Return on Assets* (ROA), *Customer Satisfaction Index* (CSI), *Net Promoter Score* (NPS), dan *market share* sebagai variabel

dependen. Bab ini juga menjelaskan tahapan analisis empiris yang digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel sesuai dengan kerangka konseptual penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil analisis empiris berdasarkan data penelitian yang telah dikumpulkan. Hasil pengujian kemudian dianalisis dan didiskusikan dengan mengaitkannya pada teori, hasil penelitian terdahulu, serta kondisi empiris industri perbankan syariah di Indonesia. Pembahasan difokuskan pada pengaruh faktor-faktor keuangan dan persepsi nasabah terhadap *market share* perbankan syariah. Selanjutnya, seluruh temuan empiris diinterpretasikan melalui *Maslahah-Based Performance Framework* (MBPF) dalam perspektif *maqāṣid al-syarī'ah* berbasis maslahah, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara kinerja institusi, penerimaan masyarakat, dan orientasi kemaslahatan dalam pengembangan perbankan syariah.

Bab V Kesimpulan, Implikasi, dan Keterbatasan Penelitian

Bab ini menyajikan kesimpulan penelitian sebagai jawaban atas rumusan masalah dan tujuan penelitian berdasarkan hasil analisis empiris. Selain itu, bab ini memuat implikasi teoretis dan praktis yang disusun berdasarkan temuan penelitian, termasuk sintesis kontribusi ilmiah melalui penyempurnaan *Maslahah-Based Performance Framework* (MBPF) sebagai kerangka konseptual dalam menjelaskan dinamika *market share* perbankan syariah. Pada bagian akhir diuraikan keterbatasan penelitian serta rekomendasi bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan kajian mengenai determinan *market share* dan penguatan industri perbankan syariah.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

# BAB V
# KESIMPULAN DAN SARAN

## A. Kesimpulan Berdasarkan Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis determinan *market share* perbankan syariah di Indonesia melalui integrasi indikator kinerja keuangan, persepsi nasabah, dan perspektif maqāṣid al-syarī‘ah. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis data panel terhadap delapan Bank Umum Syariah periode 2017–2024 yang diperkaya dengan data survei terhadap 948 responden pengguna layanan perbankan syariah. Pendekatan tersebut memungkinkan penelitian menjelaskan hubungan empiris antara variabel keuangan dan perilaku nasabah terhadap *market share*, sekaligus memberikan interpretasi normatif melalui kerangka maqāṣid al-syarī‘ah berbasis maslahah. Berdasarkan hasil pengujian empiris dan pembahasan penelitian, diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

### 1. Pengaruh *Capital Adequacy Ratio* (CAR) terhadap *Market share*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Capital Adequacy Ratio* (CAR) berpengaruh signifikan terhadap *market share* perbankan syariah. Temuan ini membuktikan bahwa kecukupan modal merupakan determinan utama dalam memperkuat daya saing dan memperluas pangsa pasar bank syariah. Modal yang memadai meningkatkan kemampuan bank dalam menjaga stabilitas operasional, menyerap risiko, memperluas kapasitas pembiayaan, serta membangun kepercayaan masyarakat dan regulator. Dengan demikian, penguatan struktur permodalan tidak hanya berfungsi sebagai instrumen pengelolaan risiko, tetapi juga menjadi fondasi strategis bagi pertumbuhan *market share* perbankan syariah di Indonesia.

### 2. Pengaruh *Financing to Deposit Ratio* (FDR) terhadap *Market share*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Financing to Deposit Ratio* (FDR) berpengaruh signifikan terhadap *market share* perbankan

syariah. Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas fungsi intermediasi merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing industri perbankan syariah. Kemampuan bank menyalurkan dana kepada sektor produktif tidak hanya mencerminkan optimalisasi fungsi intermediasi, tetapi juga memperluas basis nasabah serta meningkatkan kontribusi bank terhadap aktivitas ekonomi riil. Oleh karena itu, semakin efektif fungsi intermediasi dijalankan, semakin besar peluang bank syariah untuk memperkuat posisi kompetitif dan meningkatkan pangsa pasarnya.

**3. Pengaruh *Return on Assets* (ROA) terhadap *Market share***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Return on Assets* (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap *market share* perbankan syariah. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas bank tidak secara langsung menentukan ekspansi pangsa pasar. Profitabilitas lebih mencerminkan efisiensi internal dan efektivitas pengelolaan aset bank, tetapi tidak selalu berhubungan langsung dengan kemampuan bank dalam memperluas posisi pasar. Hal ini menunjukkan bahwa ekspansi *market share* perbankan syariah lebih ditentukan oleh kapasitas struktural dan strategi intermediasi dibandingkan oleh tingkat keuntungan yang dihasilkan oleh bank.

**4. Pengaruh *Customer Satisfaction Index* (CSI) terhadap *Market share***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Satisfaction Index* (CSI) tidak berpengaruh signifikan terhadap *market share* perbankan syariah. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah lebih berperan dalam menjaga stabilitas hubungan antara bank dan nasabah dibandingkan mendorong ekspansi pangsa pasar secara langsung. Kepuasan nasabah dalam konteks perbankan syariah cenderung bersifat relasional, yaitu mempertahankan hubungan yang telah terbentuk serta menjaga tingkat kepercayaan terhadap layanan perbankan syariah.

**5. Pengaruh *Net Promoter Score* (NPS) terhadap *Market share***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Net Promoter Score (NPS) tidak berpengaruh signifikan terhadap *market share* perbankan syariah. Temuan ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah yang tercermin dalam kesediaan untuk merekomendasikan bank kepada pihak lain tidak selalu terkonversi menjadi peningkatan pangsa pasar secara agregat. Loyalitas nasabah dalam konteks perbankan syariah lebih bersifat defensif, yaitu mempertahankan hubungan yang telah ada tanpa secara langsung mendorong ekspansi transaksi atau akuisisi nasabah baru.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan *market share* perbankan syariah di Indonesia lebih ditentukan oleh faktor-faktor fundamental kelembagaan dibandingkan faktor persepsi nasabah. Kecukupan modal dan efektivitas fungsi intermediasi terbukti menjadi determinan utama dalam meningkatkan *market share*, sedangkan profitabilitas, kepuasan nasabah, dan loyalitas rekomendatif belum menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik. Temuan ini memperkuat argumentasi bahwa keberhasilan perbankan syariah dalam memperluas pangsa pasar memerlukan fondasi kelembagaan yang kuat, didukung fungsi intermediasi yang efektif, serta tetap berlandaskan pada nilai-nilai *maqāṣid al-syarī'ah*. Dalam konteks tersebut, penelitian ini mengembangkan *Maslahah-Based Banking Framework* (MBBF) sebagai kerangka konseptual yang menempatkan stabilitas kelembagaan dan fungsi intermediasi sebagai fondasi kemaslahatan institusional, sementara profitabilitas, kepuasan nasabah, dan loyalitas dipahami sebagai faktor pendukung yang memperkuat keberlanjutan hubungan antara bank syariah dan masyarakat.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, saran dalam penelitian ini disusun sebagai tindak lanjut atas temuan empiris mengenai determinan *market share* perbankan syariah di Indonesia. Saran yang diajukan tidak hanya mempertimbangkan hasil pengujian statistik, tetapi juga mengacu pada interpretasi *maqāṣid al-syarī'ah* melalui *Maslahah-Based Banking Framework* (MBBF) yang

dikembangkan dalam penelitian ini. Dengan demikian, rekomendasi yang disampaikan diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan praktik manajemen perbankan syariah, penyusunan kebijakan regulator, serta pengembangan penelitian di masa mendatang.

**1. Saran bagi Manajemen Bank Syariah**

Berdasarkan hasil penelitian, strategi peningkatan *market share* bank syariah sebaiknya diarahkan pada penguatan faktor-faktor fundamental kelembagaan yang secara empiris terbukti memengaruhi pertumbuhan pangsa pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Capital Adequacy Ratio* (CAR) dan *Financing to Deposit Ratio* (FDR) merupakan determinan yang berpengaruh signifikan terhadap *market share*. Oleh karena itu, manajemen bank syariah disarankan untuk memprioritaskan penguatan struktur permodalan, menjaga kecukupan modal sesuai profil risiko, serta mengoptimalkan fungsi intermediasi melalui peningkatan pembiayaan produktif kepada sektor riil. Strategi tersebut tidak hanya memperkuat stabilitas institusi, tetapi juga meningkatkan kapasitas bank dalam memperluas pangsa pasar secara berkelanjutan.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa *Return on Assets* (ROA), *Customer Satisfaction Index* (CSI), dan *Net Promoter Score* (NPS) tidak berpengaruh signifikan terhadap *market share*. Hasil tersebut tidak berarti bahwa profitabilitas, kepuasan, dan loyalitas nasabah dapat diabaikan, melainkan menunjukkan bahwa ketiga aspek tersebut belum menjadi determinan langsung pertumbuhan pangsa pasar. Oleh karena itu, manajemen bank syariah disarankan untuk menempatkan peningkatan kualitas layanan, transformasi digital, penguatan pengalaman nasabah (*customer experience*), dan program loyalitas sebagai strategi retensi dan penguatan hubungan jangka panjang, bukan sebagai satu-satunya instrumen ekspansi pasar. Dengan demikian, strategi bisnis bank syariah perlu dibangun secara seimbang antara penguatan kapasitas kelembagaan dan pemeliharaan kualitas hubungan dengan nasabah.

Dalam perspektif *Maslahah-Based Banking Framework* (MBBF), hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan *market share* memerlukan sinergi antara stabilitas kelembagaan, efektivitas

fungsi intermediasi, serta konsistensi dalam menghadirkan pelayanan yang berorientasi pada kemaslahatan. Oleh karena itu, manajemen bank syariah disarankan untuk mengintegrasikan indikator keuangan dan indikator kualitas hubungan dengan nasabah dalam proses penyusunan strategi bisnis sehingga keberhasilan bank tidak hanya diukur melalui pencapaian target finansial, tetapi juga melalui kemampuan membangun kepercayaan dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat.

**2. Saran bagi Regulator dan Otoritas Pengawas**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan *market share* perbankan syariah lebih dipengaruhi oleh kekuatan fundamental industri dibandingkan faktor persepsi nasabah. Berdasarkan temuan tersebut, regulator dan otoritas pengawas disarankan untuk memperkuat kebijakan yang mendukung peningkatan kapasitas kelembagaan bank syariah, khususnya melalui penguatan struktur permodalan, pengembangan pembiayaan produktif, serta penciptaan ekosistem industri yang mampu meningkatkan efektivitas fungsi intermediasi. Kebijakan tersebut diharapkan mampu memperkuat daya saing bank syariah sekaligus memperluas kontribusinya terhadap pembangunan ekonomi nasional.

Selain itu, regulator disarankan untuk terus mendorong peningkatan literasi dan inklusi keuangan syariah sebagai bagian dari strategi jangka panjang dalam memperluas basis nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan dan loyalitas nasabah belum mampu meningkatkan *market share* secara langsung. Oleh karena itu, perlu adanya kebijakan yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan kualitas layanan, tetapi juga memperluas akses masyarakat terhadap produk dan layanan perbankan syariah melalui penguatan ekosistem digital, edukasi keuangan syariah, serta sinergi antara industri, pemerintah, dan lembaga pendidikan.

Penelitian ini juga merekomendasikan agar regulator mulai mempertimbangkan pengembangan kerangka evaluasi kinerja perbankan syariah yang lebih komprehensif dengan mengintegrasikan indikator keuangan, efektivitas intermediasi, serta indikator kemaslahatan yang selaras dengan tujuan *maqāṣid al-syarī'ah.*

Pendekatan tersebut diharapkan dapat menghasilkan sistem evaluasi yang tidak hanya menilai efisiensi dan stabilitas industri, tetapi juga mencerminkan kontribusi perbankan syariah terhadap kesejahteraan masyarakat dan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

**3. Saran bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini membuka ruang bagi pengembangan kajian mengenai determinan *market share* perbankan syariah dengan pendekatan yang lebih komprehensif. Mengingat hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Net Promoter Score* (NPS) tidak berpengaruh signifikan terhadap *market share*, penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji kemungkinan adanya hubungan tidak langsung (*indirect effect*) melalui variabel mediasi atau moderasi, seperti loyalitas aktual (*behavioral loyalty*), retensi nasabah, pertumbuhan dana pihak ketiga, intensitas penggunaan layanan digital, tingkat literasi keuangan syariah, maupun kualitas tata kelola perusahaan. Pendekatan tersebut diharapkan mampu menjelaskan mekanisme yang menghubungkan persepsi nasabah dengan pertumbuhan pangsa pasar secara lebih komprehensif.

Penelitian selanjutnya juga disarankan menggunakan desain longitudinal, panel dinamis, atau pendekatan komparatif lintas negara agar mampu menangkap perubahan perilaku nasabah dan dinamika industri perbankan syariah dalam jangka panjang. Pengembangan penelitian pada tingkat regional, khususnya di negara-negara ASEAN yang memiliki karakteristik industri keuangan syariah yang beragam, akan memberikan kontribusi yang lebih luas terhadap pengembangan teori maupun praktik perbankan syariah.

Selain itu, *Maslahah-Based Banking Framework* (MBBF) yang dikembangkan dalam penelitian ini masih dapat disempurnakan melalui pengujian empiris pada objek penelitian yang lebih luas maupun melalui integrasi dengan indikator *maqāṣid al-syarī'ah* yang bersifat kuantitatif. Pengembangan tersebut diharapkan tidak hanya memperkuat validitas konseptual MBBF, tetapi juga memperluas kontribusinya sebagai alternatif kerangka evaluasi kinerja perbankan syariah yang mengintegrasikan dimensi finansial, perilaku nasabah, dan kemaslahatan secara lebih utuh.

# DAFTAR PUSTAKA

## A. BUKU


Adnan, M., Khalid, R., & Hassan, S. (2022). *Gaps in maqashid performance measurement*. International Islamic University Malaysia.

Al-Raysuni, A. (2005). *Imam al-Shatibi's theory of the higher objectives and intents of Islamic law*. International Institute of Islamic Thought (IIIT)

Arsyad, L. (2010). *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Ascarya. (2015). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Auda, J. (2008). *Maqāṣid al-syarī'ah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach*. London: IIIT.

Auda, J. (2018). *Maqāṣid al-syarī'ah as Philosophy of Islamic Law* (2nd ed.). London: IIIT.

Bakri, A. J. (1996). *Konsep Maqāṣid al-syarī'ah Menurut Al-Syatibi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Boediono. (2018). *Pengantar Ilmu Ekonomi* (4th ed.). Yogyakarta: BPFE.

Chapra, M. U. (2000). *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Leicester: The Islamic Foundation.

Chapra, M. U. (2008). *The Islamic vision of development in the light of Maqāṣid al-syarī'ah*. London: International Institute of Islamic Thought (IIIT).

Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). SAGE Publications.


STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Darma, B. Statistika Penelitian Menggunakan SPSS. Jakarta: Guepedia, 2021

Freixas, X., & Rochet, J. C. (2008). *Microeconomics of banking* (2nd ed.). Cambridge, MA: MIT Press.

Reichheld, Fred. The Ultimate Question: Driving Good Profits and True Growth. Boston: Harvard Business School Press, 2006.

Al-Ghazālī, A. H. (1993). *Al-Mustaṣfā min 'Ilm al-Uṣūl*. Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah.

Gujarati, D. N. (2004). *Basic Econometrics* (4th ed.). New York: The McGraw-Hill Companies.

Gujarati Damodar, N. (2007). Dasar-Dasar Ekonometrika. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Gujarati, Damodar N., dan Dawn C. Porter. Basic Econometrics (5th ed.). New York: McGraw-Hill Education, 2009.

Gujarati, D. N., Porter, D. C., & Mangunsong, R. C. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika Buku 2 Edisi 5*. Jakarta: Salemba Empat.

Harun. (2022). *Konstruksi Pemikiran Ekonomi Islam*. Depok: Rajawali Pers.

Hair, J. F., W. C. Black, B. J. Babin, dan R. E. Anderson. *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall, 2010.

Hair, Joseph F., Barry J. Babin, Rolph E. Anderson, dan William C. Black. *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). United Kingdom: Cengage Learning, 2019.

Hassan, M. K., & Lewis, M. K. (Eds.). (2007). *Handbook of Islamic banking*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Ibn ‘Ashur, M. al-T. (2006). *Ibn Ashur: Treatise on Maqāṣid al-syarī’ah* (M. El-T. El-Mesawi, Trans.). London: International Institute of Islamic Thought.

Iqbal, Z., & Mirakhor, A. (2011). *An Introduction to Islamic Finance*. Singapore: Wiley.

Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), hlm. 35

Juanda, B. (2009). Ekonometrika pemodelan dan pendugaan.

Kabir Hassan, M., & Lewis, M. K. (2018). *The Handbook of Islamic Banking*. Cheltenham: Edward Elgar.

Kamali, M. H. (2017). *Shari‘ah Law: An Introduction*. Oneworld Publications.

Kamali, M. H. (2020). *Principles of Islamic Jurisprudence* (4th ed.). Cambridge: Islamic Texts Society.

Karim, Adiwarman A. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010.

Keiningham, T. L., Aksoy, L., Bruce, H. L., Cadet, F., & Clennell, N. (2014). *Customer Experience Management*. New York: Springer.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

Mergaliyev, A., O. I. Bacha, M. R. Aziz, dan A. Mirakhor. *Maqashid-based ethical performance index*. Bingley: Emerald Publishing, 2021.

Mishkin, F. S. (2016). *The economics of money, banking and financial markets* (11th ed.). Boston: Pearson.

Neuman, W. L.. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7th ed.). Pearson. (2014)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer* (2nd ed.). New York: Routledge.

Oliver, R. L. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: McGraw-Hill, 1997.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. Pedoman Penulisan Skripsi dan Analisis Data. Surabaya: STIE Perbanas Press, 2015.

Reichheld, F. F., dan R. Markey. *The Ultimate Question* 2.0. Boston: Harvard Business Press, 2020.

Rose, P. S., & Hudgins, S. C. (2013). *Bank management & financial services* (9th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

Santoso, S. (2015). *Menguasai Statistik Parametrik Konsep Dan Aplikasi Dengan SPSS* (1st ed.). Jakarta: Elex Media Komputindo.

Scherer, F. M., & Ross, D. (1990). *Industrial market structure and economic performance* (3rd ed.). Houghton Mifflin.

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 147

Al-Shāṭibī, A. I. (2004). *Al-Muwāfaqāt fī Uṣūl al-Sharī'ah*. Beirut: Dār al-Ma'rifah.

Sjahdeini, S. R. (2014). *Perbankan Syariah: Produk-Produk Dan Aspek-Aspek Hukumnya* (1st ed.). Jakarta: Prenada Media Grup Kencana.

al-Syāṭibī, A. I. (1997). *Al-Muwāfaqāt fī uṣūl al-sharī'ah*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.

Taswan. (2010). *Manajemen Perbankan: Konsep, Teknik Dan Aplikasi* (2nd ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Sekaran, Uma, dan Roger Bougie. Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (8th ed.). Chichester: Wiley, 2020.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Wasiaturrrahma. (2022). *Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia Dari Masa Ke Masa* (1st ed.). Malang: Selaras Media Kreasindo.

Yumanita, A. D. (2005). *Bank Syariah: Gambaran Umum* (14th ed.). Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan Bank Indonesia.

**B. JURNAL**

Abasimel, N. A. (2023). Islamic Banking and Economics: Concepts and Instruments, Features, Advantages, Differences from Conventional Banks, and Contributions to Economic Growth. Journal of the Knowledge Economy, 14(2), 1923–1950. https://doi.org/10.1007/s13132-022-00940-z

Abdulkarim, Y. (2023). A Systematic Review of Investment Indicators and Economic Growth in Nigeria. Humanities and Social Sciences Communications, 10(1), 1–13. https://doi.org/10.1057/s41599-023-02009-x

Afandi, M., & Riyadi, S. (2021). Analisis pengaruh rasio keuangan terhadap pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 7(2), 845–854. DOI: https://doi.org/10.29040/jiei.v4i03.338

Ahmed, R. R., Streimikiene, D., Hussain, I., & Soomro, R. H. (2020). Customer satisfaction and loyalty through service quality in banking sector of Pakistan. Economic Research, 33(1), 1–17. DOI:10.5755/j01.ee.32.5.28997

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Al Arif, M. N. R., Nachrowi, N. D., Nasution, M. E., & Mahmud, T. M. A. T. (2018). Determinant Factors of Market Share: Evidence from the Indonesian Islamic Banking Industry. Banks and Bank Systems, 13(2), 181–188. http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16(1).2018.37

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Alam, N., & Ariff, M. (2020). Transmission of financial shocks: Efficiency and intermediation of Islamic banks in Southeast Asia. Journal of Islamic Monetary Economics and Finance, 6(1), 1–22.

Al-Harbi, A., & Al-Malkawi, H. A. N. (2021). Determinants of Islamic banks' profitability: Evidence from GCC countries. Journal of Islamic Accounting and Business Research, 12(2), 257–272. DOI:10.2478/jcbtp-2022-0025

Almansour, B., & Elkrghli, S. (2023). Technology-based service quality in Islamic banking. International Journal of Islamic Marketing and Branding, 8(2), 145–162. DOI: 10.54443/ijset.v4i9.1046

Alqatan, A., & Sbeiti, W. (2021). Islamic Banking Performance Versus Conventional Banking. Review of Economics and Finance, 19, 312–325. DOI:10.55365/1923.x2021.19.32

Amin, H., & Isa, S. M. (2021). Consumer behavior in Islamic banking: A review and future research directions. International Journal of Bank Marketing, 39(7), 1105–1128.

Amin, H., Chong, R., & Abdul Hamid, M. R. (2021). Why do customers switch to Islamic banks? The role of Shariah-compliant product and brand reputation. International Journal of Bank Marketing, 39(7), 1205–1224.

Amin, M. (2016). Internet banking service quality and its implication on e-customer satisfaction and e-customer loyalty. International Journal of Bank Marketing, 34(3), 280–306. DOI:10.1108/IJBM-10-2014-0139

Anderson, E. W., & Sullivan, M. W. (1993). The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. Marketing Science, 12(2), 125–143.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Anisa, V. N., Supriani, I., & Tumewang, Y. K. (2025). Assessing the Role of Islamic Banking in Driving Indonesia's Economic Growth during COVID-19. Journal of Central Banking Law and Institutions, 4(3), 403–444. https://doi.org/10.21098/jcli.v4i3.290

Ansari, S. (2013). The Role of Islamic Banking Industry in the Economic Growth of Pakistan. SSRN Electronic Journal, 1–14. https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2312382

Anshori, M. (2023). Customer experience and maqāṣid al-syarī'ah. Journal of Islamic Marketing, 14(2), 311–328.

Armantier, O., dkk. (2021). How Economic Crises Affect Inflation Beliefs: Evidence from the Covid-19 Pandemic. Journal of Economic Behavior and Organization, 189, 443–469. https://doi.org/10.1016/j.jebo.2021.04.036

Arnita, A., Putri, F. A., & Kusumawati, I. (2023). Service quality Islamic digital banking. Jurnal Manajemen Pemasaran Islam, 15(1), 45–58.

Arti, Dwi Komalasari. "Crowdfunding Wakaf Ditinjau dari Maqāṣid al-syarī'ah Menurut Imam Syatibi." El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah 5, no. 2 (2023): 207–219.

Ascarya, & Yumanita, D. (2008). Comparing the Efficiency of Islamic Banks in Malaysia and Indonesia. Bulletin of Monetary Economics and Banking, 11(2), 95–119. https://doi.org/10.21098/bemp.v11i2.237

Ashraf, B. N., Tabash, M. I., & Hassan, M. K. (2022). Are Islamic Banks More Resilient to the Crises Vis-à-Vis Conventional Banks? Evidence from the COVID-19 Shock Using Stock Market Data. Pacific-Basin Finance Journal, 73, 101774. https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2022.101774

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Athanasoglou, P. P., Brissimis, S. N., & Delis, M. D. (2008). Determinants of bank profitability. Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, 18(2), 121–136. DOI : 10.1016/j.intfin.2006.07.001.

Awan, H. M., & Bukhari, K. S. (2020). Customer switching behavior in Islamic banking. Journal of Islamic Marketing, 11(2), 315–335.No DOI : 10.1108/JIMA-04-2018-0077.

Aydemir, R., Atan, H. Z., & Guloglu, B. (2023). Bank-specific factors, market conditions and the riskiness of Islamic and conventional banks: Evidence from recent quantile approaches. International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, 16(3), 503–525. https://doi.org/10.1108/IMEFM-11-2022-0435

Ayyubi, S. E., Anggraeni, L., & Mahiswari, A. D. (2018). Pengaruh Bank Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. Al-Muzara'ah, 5(2), 88–106. https://doi.org/10.29244/jam.5.2.88-106

Bain, J. S. (1951). Relation of Profit Rate to Industry Concentration: American Manufacturing, 1936–1940. Quarterly Journal of Economics, 65(3), 293–324. https://doi.org/10.2307/1882217

Baldwin, K., Alhalboni, M., & Helmi, M. H. (2018). A Structural Model of 'Alpha' for the Capital Adequacy Ratios of Islamic Banks. Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, 60, 267–283. https://doi.org/10.1016/j.intfin.2018.12.015

Baquero, A. (2022). Net promoter score (NPS) and customer satisfaction: Relationship and efficient management. Sustainability, 14(4), 2011. https://doi.org/10.3390/su14042011

Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., & Merrouche, O. (2013). Islamic vs. conventional banking: Business model, efficiency and stability . Journal of Banking & Finance, 37(2), 433–447. http://dx.doi.org/10.1016/j.jbankfin.2012.09.016

Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., & Merrouche, O. (2013). Islamic vs. conventional banking: Business model, efficiency and stability. Journal of Banking & Finance, 37(2), 433–447. http://dx.doi.org/10.1016/j.jbankfin.2012.09.016

Beckett, A., Hewer, P., & Howcroft, B. (2000). An exposition of consumer behaviour in the financial services industry. International Journal of Bank Marketing, 18(1), 15–26. https://doi.org/10.1108/02652320010315325

Berger, A. N. (1995). Capital and earnings in banking. Journal of Money, Credit and Banking, 27(2), 432–456.

Berger, A. N., & Humphrey, D. B. (1997). Efficiency of financial institutions. European Journal of Operational Research, 98(2), 175–212. https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2140

Bikker, J. A., & Haaf, K. (2002). Competition in banking industry. Journal of Banking & Finance, 26(11), 2191–2214.

Bitar, M., Pukthuanthong, K., & Walker, T. (2018). The Effect of Capital Ratios on the Risk, Efficiency and Profitability of Banks: Evidence from OECD Countries. Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, 53, 227–262. https://doi.org/10.1016/j.intfin.2017.12.002

Bloemer, J., de Ruyter, K., & Peeters, P. (1998). Drivers of bank loyalty. International Journal of Bank Marketing, 16(7), 276–286. https://doi.org/10.1108/02652329810245984

Boubakri, N., Mirzaei, A., & Saad, M. (2023). Bank Lending during the COVID-19 Pandemic: A Comparison of Islamic and Conventional Banks. Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, 84, 101743. https://doi.org/10.1016/j.intfin.2023.101743

Cahyaningrum, I. S. (2017). Pengaruh Sektor Riil Dan Keuangan Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Tahun 2007-2014. AnNisbah: Jurnal Ekonomi Syariah, 4(1), 106–127. https://doi.org/10.21274/an.2017.4.1.106-128

Candera, M., & Indah, K. D. (2021). Financial Performance Islamic Banking: A Comparative Analysis Before and During the Covid-19 Pandemic in Indonesia. International Journal of Business, Management and Economics, 1(2), 44–52.

Chaffai, M. (2023). Banking market power and its determinants: Evidence from MENA countries. Research in International Business and Finance, 65, 101930. https://doi.org/10.1016/j.ememar.2023.101004

Chowdhury, M. A. F., & Mohd Rasid, M. E. S. (2015).The Determinants of the Profitability of Islamic Banks: A Cross-Sectional Study from Asia and Africa. International Journal of Business and Globalisation, 15(3), 375–388. DOI:10.1504/IJBG.2015.071913

Daher, H., Masih, M., & Ibrahim, M. (2015). The Unique Risk Exposures of Islamic Banks' Capital Buffers: A Dynamic Panel Data Analysis. Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, 36, 36–52. https://doi.org/10.1016/j.intfin.2015.02.012

Denzin, N. K. (2017). The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods. London, England: Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315134543

Dian, D., Siahaan, A., & Agustini, L. (2021). Measuring service quality using CSI method in Islamic banking sector. Jurnal Administrasi dan Bisnis, 8(2), 101–111.

Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer loyalty framework. Journal of the Academy of Marketing Science, 22(2), 99–113.

Djennas, M. (2016). Business Cycle Volatility, Growth and Financial Openness: Does Islamic Finance Make Any Difference?. Borsa Istanbul Review, 16(3), 121–145. https://doi.org/10.1016/j.bir.2016.06.003

Dusuki, A. W. (2008). Understanding the objectives of Islamic banking: A survey of stakeholders' perspectives. International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, 1(2), 132–148. https://doi.org/10.1108/17538390810880982

Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). Maqasid and CSR. American Journal of Islamic Social Sciences, 24(1), 25–45. DOI:10.35632/ajis.v41i1.3417

Dusuki, A. W., & Bouheraoua, S. (2019). Maqasid performance evaluation. ISRA International Journal of Islamic Finance, 11(2), 230–249.

Effiong, U. E. (2020). Investment in Education and Health: Lessons for the Growth Potentials in the COVID-19 Era. Saudi Journal of Economics and Finance, 4(10), 492–497. DOI:10.36348/sjef.2020.v04i10.002

Eklof, J. A., Sala, D., & Mantovani, D. (2018). Customer satisfaction and financial performance. Journal of Banking and Finance, 90, 27–40.

Eklof, J. A., Sala, D., & Mantovani, D. (2018). Linking customer satisfaction to financial performance: An empirical study of European banks. Journal of Banking and Finance, 90, 27–40. DOI:10.1080/14783363.2018.1504621

Fajar, M. Z. N., Quality, M. J. R., & Farohi, M. F. A. (2024). The Impact of Financial Development on Carbon Emissions: An ASEAN Perspective. Journal of Central Banking Law and Institutions, 3(3), 409–448. https://doi.org/10.21098/jcli.v3i3.249

Fakhrunnas, F., Astuti, R. D., & Anto, M. B. H. (2022). Determinants of Nonperforming Financing in Indonesian Islamic Banks: A Regional and Sectoral Analysis. Banks and Bank Systems, 17(4), 72–86. DOI:10.21511/bbs.17(4).2022.07

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Fakhrunnas, F., Nugrohowati, R. N. I., Haron, R., & Anto, M. B. H. (2022). The Determinants of Non-Performing Loans in the Indonesian Banking Industry: An Asymmetric Approach Before and During the Pandemic Crisis. SAGE Open, 12(2), 1–13. https://doi.org/10.1177/21582440221102421

Fathurrahman, A., & Sari, M. K. (2020). Determinant of Total Assets of Sharia Banks in Indonesia (An Error Correlation Model Approach). Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah, 4(2), 300–310. https://doi.org/10.29313/amwaluna.v4i2.5567

Fianto, B. A., Gan, C., Widiastuti, T., & Sukmana, R. (2020). Customer Loyalty to Islamic Banks: Evidence from Indonesia. Cogent Business & Management, 7(1), Article 1859849. https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1859849

Fida, B. A., Ahmed, U., & Al-Balushi, Y. (2020). Satisfaction in Islamic banking. Journal of Islamic Accounting and Business Research, 11(6), 1365–1384.

Firmansyah, M., dkk. "Analisis Pemilihan Model Regresi Data Panel." Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi, vol. 5, no. 1 (2022): 18-22.

Fisher, N. I., & Kordupleski, R. E. (2019). Good and bad market research: A critical review of Net Promoter Score. Applied Stochastic Models in Business and Industry, 35(1), 138–151.

Gani, I. M., & Bahari, Z. (2021). Islamic Banking's Contribution to the Malaysian Real Economy. ISRA International Journal of Islamic Finance, 13(1), 6–25. https://doi.org/10.1108/IJIF-01-2019-0004

Gerrard, P., & Cunningham, J. B. (2004). Consumer switching behavior in the Asian banking market. Journal of Services Marketing, 18(3), 215–223. DOI:10.1108/08876040410536512

Grønholdt, L., & Martensen, A. (2021). NPS and customer acquisition. Journal of Financial Services Marketing, 26(3), 142–155.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Grønholdt, L., & Martensen, A. (2021). The snowball effect of customer recommendations: Linking NPS to customer acquisition in the banking sector. Journal of Financial Services Marketing, 26(3), 142–155.

Hanafi, S. M. (2021). Determinant of Market Share in the Indonesian Islamic Banking Industry. Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 12(1), 1–16. https://doi.org/10.18326/muqtasid.v12i1.1-16

Harjito, Y., D. B. Utami, dan D. I. Hapsari. "Analisis Market share Perbankan Syariah di Indonesia." Simposium Nasional Akuntansi XX, Jember, 2017. https://doi.org/10.32500/JEMATECH.V3I2.1336

Hartanto, A., & Wahyuningtyas, R. (2023). Market Share Improvement Strategy Formulation Through Application Digital Platform in Sharia Bank of Indonesia. International Journal of Research in Business and Social Science, 12(7), 114–125. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i7.2897

Haryono, N. (2022). Pengaruh Inflasi Terhadap Pembiayaan Murabahah Pada Bank Umum Syariah Di Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(2), 1737–1743. http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5774

Hasan, H. A., Razaq, A. R., & Sa'aid, H. B. (2025). The challenges of literacy, inclusion, and public trust in the digital Islamic banking ecosystem: An urban context study in Indonesia. Journal of Islamic Economics Lariba, 12(1), 199-224. https://doi.org/10.20885/jielariba.vol12.iss1.art7

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

Hazam, D., & Jatipaningrum, M. T. (2022). Penerapan Autoregressive Distributed Lag (ARDL) Dalam Memodelkan Pengaruh Indeks Harga Konsumen (IHK) Terhadap Inflasi Di Kota Yogyakarta. Jurnal Statistika Industri Dan Komputasi, 7(1), 24–33.

Heale, R., dan A. Twycross. "Validity and Reliability in Quantitative Studies." Evidence-Based Nursing, vol. 18, no. 3 (2015): 66-67. DOI: 10.1136/eb-2015-102129

Helgesen, Ø., & Nesset, E. (2007). Images, Satisfaction and Antecedents: Drivers of Student Loyalty? A Case Study of a Norwegian University College. Corporate Reputation Review, 10(1), 38–59. https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550037

Hernawati, E., Hadi, A. R. A., Aspiranti, T., & Rehan, R. (2021). Non-Performing Financing among Islamic Banks in Asia-Pacific Region. Cuadernos de Economia, 44(126), 1–9. https://doi.org/10.32826/cude.v1i126.501

Hesniati, & Soecipto. (2023). The Influence of Risk Management and Macro Economy on The Performance Of Sharia Bank In Indonesia. International Journal of Economics, Business and Accounting Research, 7(1), 42–51. https://doi.org/10.29040/ijebar.v7i1.7424

Hidayat, S. E., & Abduh, M. (2018). Customer service quality and satisfaction in Islamic banking: Evidence from Saudi Arabia. International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, 11(3), 338–356.

Hidayat, S. E., & Abduh, M. (2018). Service quality Islamic banking. IJIMEFM, 11(3), 338–356.

Hosen, M. N., & Lestari, E. (2021). Maqasid Shariah perspective in digital Islamic banking services and its impact on customer recommendation. Journal of Islamic Economics, 4(3), 45–58.

Imam, P., & Kpodar, K. (2016). Islamic Banking: Good for Growth?. Economic Modelling, 59, 387–401. DOI:10.1016/j.econmod.2016.08.004

Iswahyuni, I. (2021). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Perbankan Syariah. Widya Balina: Ilmu Pendidikan Dan Ekonomi, 6(1), 42–58. https://doi.org/10.53958/wb.v6i11.74

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Jayusman, Efrinaldi, Rachman, M. A., & Jayus, M. (2023). The development of startup coop in Indonesia: An overview maqashid al-sharia. Justicia Islamica: Jurnal Kajian Hukum dan Sosial, 20(1), 135–154. https://doi.org/10.21154/justicia.v20i1.4884

Jumhur. (2020). Penerapan Autoregressive Distributed Lag Dalam Memodelkan Pengaruh Inflasi, Pertumbuhan Ekonomi, Dan Fdi Terhadap Pengangguran Di Indonesia. Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan, 9(3), 250–265. https://doi.org/10.26418/jebik.v9i3.41332

Kahneman, D., & Tversky, A. (1986). Rational choice and the framing of decisions. Journal of Business, 59(4), 251–278.

Kartika, R., Jubaedah, S., & Astuti, A. D. (2020). The Influence of Financing to Deposit Ratio, Return on Assets and Non Performing Finance on Profit Sharing Finance of Sharia Banks in Indonesia. Proceedings of the 1st International Conference on Accounting, Management and Entrepreneurship, 136–140. DOI:10.2991/aebmr.k.200305.034

Kaur, P., & Bhatia, S. (2021). Service quality and customer loyalty in banking. Journal of Retailing.

Kaura, V., Prasad, C. S. D., & Sharma, S. (2015). Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction. International Journal of Bank Marketing, 33(4), 404–422. https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2014-0048

Keiningham, T. L., Aksoy, L., Buoye, A., & Cooil, B. (2020). Customer loyalty and experience in the banking industry. Journal of Service Management.

Keiningham, T. L., Aksoy, L., Cooil, B., Andreassen, T. W., & Weiner, J. (2007). The value of different customer satisfaction and loyalty metrics in predicting customer retention, recommendation, and share-of-wallet. Journal of Marketing, 71(3), 39–54. https://doi.org/10.1108/09604520710760526

Khan, F. "Market share Dynamics in Islamic Banking: An Empirical Perspective." International Journal of Islamic Economics and Finance Studies, vol. 5, no. 3 (2019): 45-62.

Khan, N., & Naushad, M. (2020). Inflation Relationship with The Economic Growth of The World Economy. SSRN Electronic Journal. DOI:10.2139/ssrn.3542729

Kiani, A., & Sulaiman, M. (2022). Profit-sharing financing and financial stability: Evidence from capital adequacy ratio volatility in Islamic banks. Journal of Islamic Monetary Economics and Finance, 8(2), 215–234. DOI:10.28918/ijibec.v6i1.4196

Kriskkumar, K., Naseem, N. A. M., & Azman-Saini, W. N. W. (2022). Investigating the Asymmetric Effect of Oil Price on the Economic Growth in Malaysia: Applying Augmented ARDL and Nonlinear ARDL Techniques. SAGE Open, 12(1), 1–17. https://doi.org/10.1177/21582440221079936

Kurniawan, W., & Kadir, K. (2023). International Trade Price Index: A Leading Indicator for Indonesia's Inflation?. Economics Development Analysis Journal, 12(2), 182–193. https://doi.org/10.15294/edaj.v12i2.63088

Kusmastuti, I., & Mujib, A. (2023). Opini Dewan Pengawas Syariah Terhadap Persoalan-Persoalan di Bank Syariah. Perfecto: Jurnal Ilmu Hukum, 1(4), 251-260. doi:10.32884/jih.v1i4.1632

Laldin, M. A., dan H. Furqani. "Maqāṣid al-syarī'ah, Maslahah, and Corporate Social Responsibility of Islamic Banks." Asian Journal of Business Ethics, vol. 7, no. 1 (2018): 35-52.

Lassoued, N., Khanchel, I., & Saidani, W. (2025). Comparative Study on the Efficiency of Islamic Banks and Conventional Banks During the COVID-19 Outbreak. SAGE Open, 15(1), 1–16. https://doi.org/10.1177/21582440241309726

Lebdaoui, H., & Wild, J. (2016). Islamic Banking Presence and Economic Growth in Southeast Asia. International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, 9(4), 551–569. https://doi.org/10.1108/IMEFM-03-2015-0037

Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. Journal of Marketing, 80(6), 69–96. https://doi.org/10.1509/jm.15.0420

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. Journal of Economic Literature, 52(1), 5–44. DOI 10.3386/w18952

Majid, M. A., Ismail, N., & Abdullah, S. H. (2022). Loyalty mediation. International Journal of Academic Research, 12(3), 812–825.

Mala, C. M. F., Hosen, M. N., & Al Arif, M. N. R. (2023). An Analysis of Market Power and Efficiency of Islamic Banking in Indonesia and Malaysia. Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam, 9(1). https://doi.org/10.20885/JEKI.vol9.iss1.art1

Maliha, H., & Marlina, L. (2019). Mengapa Bank Syariah Relatif Lebih Tahan Krisis?: Aplikasi Logistic Regression Untuk Sistem Deteksi Dini Krisis Finansial di Indonesia. Ekonomi Islam Indonesia, 1(1), 34–55.

Marina, I., Sutopo, T., & Sari, K. (2023). Empathy and retention. Journal of Islamic Marketing, 14(4), 812–829.

Matsebula, V., & Sheefeni, J. (2022). Financial Inclusion and Macroeconomic Stability in South Africa. International Journal of Economics and Financial Issues, 12(4), 56–64. DOI:10.32479/ijefi.13053

Mergaliyev, A., Bacha, O. I., & Mirakhor, A. (2021). Higher ethical objectives (Maqāṣid al-syarī'ah) augmented framework for Islamic banks. Journal of Islamic Accounting and Business Research. https://doi.org/10.1007/s10551-019-04331-4

Mergaliyev, A., Bacha, O. I., Aziz, M. R., & Mirakhor, A. (2021). Maqashid-Based Ethical Performance Index. Emerald.

Mohammed, M. O., & Razak, D. A. (2021). The impact of capital adequacy on risk-taking behavior in Islamic banks: Evidence from the SME financing sector. Journal of Islamic Finance, 10(2), 88–102.

Mohammed, M. O., Taib, F., & Razak, D. (2008). Development of Maqashid-Based Performance Measure. IIUM. https://doi.org/10.4324/9781315590011-15

Mohammed, M. O., Tarique, K. M., & Ismail, A. G. (2015). Developing Islamic banking performance measures based on maqāṣid al-syarī'ah framework. International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management.

Mohammed, M. O., Tarique, K. M., & Ismail, A. G. (2020a). Maqashid Shariah Framework in Evaluating Islamic Financial Institutions. Emerald.

Mohammed, M. O., Tarique, K. M., & Ismail, A. G. (2020b). Maqasid index. IJIMEFM, 13(2), 281–300.

Monoarfa, H., Al Adawiyah, R. A., Prananta, W., Sadat, A. M., & Vakhroh, D. A. (2024). Switching intention of conventional bank customers to Sharia bank based on push-pull-mooring theory. Journal of Islamic Marketing, 15(8), 2104–2121. https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2022-0220

Morgan, N. A., & Rego, L. L. (2006).The Value of Different Customer Satisfaction and Loyalty Metrics in Predicting Business Performance. Marketing Science, 25(5), 426–439. DOI:10.1287/mksc.1050.0180

Mukarromah, H. L., & Hasan, A. (2023). Analisis Pengaruh Variabel Makroekonomi Terhadap Penerimaan Zakat Pada Baznas Periode 2016-2021. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9(2), 2229. https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8677

Mulyadi, S., & Suryanto, A. (2022). Sharia Banking Contribution To Indonesia's Economic Growth During Pandemic. Iqtishaduna, 13(2), 29–42. DOI:10.20414/iqtishaduna.v13i2.5450

Munandar, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Financing To Deposit Ratio (FDR) Serta Implikasinya Terhadap Return On Assets (ROA) Dan Net Operating Margin (NOM) Pada Bank Umum Syariah Periode Januari 2014-September 2021. Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah, 7(2), 105–116.

Muttaqin, R. (2018). Pertumbuhan Ekonomi Dalam Perspektif Islam. Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis, 1(2), 23–34. DOI: 10.31949/mr.v1i2.1134

Nabella, D. S., Rivaldo, Y., Sumardin, Kurniawan, R., & Sabri. (2023). The Effect of Financing on Islamic Banking Assets with NonPerforming Finance As a Moderating Variable in Indonesia. Jurnal Ekonomi, 12(1).

Nasruddin, R., & Haq, I. (2020). Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Dan Masyarakat Berpenghasilan Rendah. SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I, 7(7), 4. https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i7.15569

Natsir, K., Arifin, A. Z., Sadhewa, C. B., Aprilia, D., & Dharsono, S. (2023). Analysis of digital bank services in Indonesia based on consumer perception. International Journal of Application on Economics and Business, 1(1), 307-320. DOI:10.24912/ijaeb.11.307-320

Neldawaty, R. "Analisis Pemilihan Model Regresi Data Panel." Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan, vol. 12, no. 1 (2024): 12-15.

Ningrum, D. K., & Surono, S. (2018). Comparison the Error Rate of Autoregressive Distributed Lag (ARDL) and Vector Autoregressive (VAR) (Case Study: Forecast of Export Quantities in DIY). EKSAKTA: Journal of Sciences and Data Analysis, 18(2), 167–177. https://doi.org/10.20885/eksakta.vol18.iss2.art8

Nurhayati, S., & Riyanto, A. (2022). Digital system quality, loyalty, and the mediating role of net promoter score (NPS) in Islamic mobile banking. International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF), 5(2), 245–266.

Nurulita, S., dkk. "Analisis Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Market share." Jurnal Ekonomi Syariah, vol. 5, no. 2 (2023): 40–55.

Oliver, R. L. (1980). Satisfaction decisions. Journal of Marketing Research, 17(4), 460–469.

Oliver, R. L. (1999). Customer loyalty. Journal of Marketing, 63, 33–44. https://doi.org/10.1177/00222429990634s105

Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? Journal of Marketing, 63(Special Issue), 33–44. https://doi.org/10.1177/00222429990634s105

Ozili, P. K. (2018). Impact of digital finance on financial inclusion and stability. Borsa Istanbul Review, 18(4), 329–340. https://doi.org/10.1016/j.bir.2017.12.003

Padli, H., & Kumaidi. (2021). Peluang Dan Tantangan Bank Syariah Di Masa Pandemi Covid 19. ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research, 5(2), 146–156. DOI: 10.30631/iltizam.v5i2.810

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.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1996). The behavioral consequences of service quality. Journal of Marketing, 60(2), 31–46. DOI:10.2307/1251929

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Permana, S. H., & Adhiem, M. A. (2019). Strategi Pengembangan Baitul Mal Wattamwil Sebagai Sumber Pembiayaan Alternatif Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. Kajian, 24(2), 103–112. https://doi.org/10.22212/kajian.v24i2.1862

Pesaran, M. H. (1974). On the General Problem of Model Selection. The Review of Economic Studies, 41(2), 153. https://doi.org/10.2307/2296710

Pesaran, M. H., Shin, Y., & Smith, R. J. (2001). Bounds Testing Approaches to the Analysis of Level Relationships. Journal of Applied Econometrics, 16(3), 289–326.

Prasetyo, B., & Supratiwi, W. (2023). The influence of Sharia-friendly digital features on net promoter score (NPS): A study on Bank Syariah Indonesia mobile users. Journal of Islamic Digital Banking, 4(1), 112–128.

Pratami, A., Feriyanto, N., Sriyana, J., & Pratama, I. (2022). Are Shariah Banking Financing Patterns Pro-Cyclical? An Evidence from ASEAN Countries. Cuadernos de Economia, 45(127), 82–91.

Pringgabayu, D., Afgani, K. F., & Ricederia, A. (2021). Perbedaan NPF Dan FDR Bank Muamalat Antara Sebelum Dan Selama Pandemi Covid-19. Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah), 4(2), 122–134. https://doi.org/10.32627/maps.v4i2.113

Rahman, A., & Saad, N. M. (2021). Financial performance and customer trust in Islamic banking: The role of net promoter score among SMEs. Journal of Islamic Marketing, 12(4), 712–730.

Rajakaruna, I., & Perera, N. (2019). Determining the Nominal Exchange Rate in Sri Lanka: An Application of The Lagrange Multiplier Structural Break Unit Root Test and The Ardl Co-Integration. Journal of South Asian Studies, 8(2), 57–70. DOI:10.33687/jsas.008.02.3301

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Ramadhan, Z., Sutanti, S., & Munawaroh, A. (2022). Market share Bank Syariah Di Indonesia Dan Faktor Yang Mempengaruhinya. Prosiding Semnaslit LPPM UMJ 2022, 1–7.

Ranjbar, H., & Sharifi, M. (2021). Customer satisfaction and loyalty in banking industry. Journal of Marketing and Consumer Research.

Rasminto, R., dkk. (2022). Analisis Dampak Sosial-Ekonomi Akibat Pembatasan Sosial Berskala Besar (Psbb) Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 Di Provinsi Dki Jakarta. Jurnal Green Growth Dan Manajemen Lingkungan, 11(1), 27–34. DOI : doi.org/10.21009/jgg.111.03

Reichheld, F. F. (2003). The one number you need to grow. Harvard Business Review, 81(12), 46–54.

Ridha, A., Nurjannah, N., & Mutia, R. (2021). Analisis Permintaan Uang Di Indonesia: Pendekatan Autoegressive Distributed Lag (Ardl). Jurnal Samudra Ekonomika, 5(2), 152–160. https://doi.org/10.33059/jse.v5i2.4273

Rifai, A., Wijaya, A., & Suharto, R. B. (2021). Pengaruh Total Aset Dan Pembiayaan Serta Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Kalimantan Timur. Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman (JIEM), 6(2), 11–20.

Roman, F. F., & Kartiko. (2020). Penerapan Kausalitas Granger Dan Kointegrasi Johansen Trace Statistic Test Untuk Indeks Pembangunan Manusia Terhadap Pertumbuhan Ekonomi, Inflasi Dan Kemiskinan Nusa Tenggara Timur. Jurnal Statistika Industri Dan Komputasi, 5(2), 73–83.

Ronaldo, R. (2019). Pengaruh Inflasi Dan Tingkat Pengangguran Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Makro Di Indonesia. Jurnal Ekonomi, 21(2), 138–153. https://doi.org/10.37721/je.v21i2.555

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Roosmawarni, A. (2021). Pengaruh Non Performing Financing, Capital Adequacy Ratio Dan BOPO Terhadap Profitabilitas Bank Syariah Di Indonesia. OECONOMICUS Journal of Economics, 6(1), 19–28. DOI:10.15642/oje.2021.6.1.19-28

Rosly, S. A., & Abu Bakar, M. A. (2003). Performance of Islamic and mainstream banks in Malaysia. International Journal of Social Economics, 30(12), 1249–1265. https://doi.org/10.1108/03068290310500652

Rosyadah, P. C., Arifin, N. R., Muhtadi, R., & Safik, M. (2020). Factors That Affect Savings in Islamic Banking. AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking, 2(1), 33–46. https://doi.org/10.21580/al-arbah.2020.2.1.5499

Rust, R. T., Lemon, K. N., & Zeithaml, V. A. (2004). Return on marketing: Using customer equity to focus marketing strategy. Journal of Marketing, 68(1), 109–127. DOI:10.1509/jmkg.68.1.109.24030

Safrina, L., Hasanah, U., Dewi, H., & Sari, V. A. (2025). Market Share Determinan of Islamic Commercial Banks. FINANSIA: Jurnal Akuntansi dan Perbankan Syariah, 8(1). https://doi.org/10.32332/finansia.v8i1.10150

Saleem, A., dkk. (2024). Financial Intermediation through Risk Sharing vs Non-Risk Sharing Contracts, Role of Credit Risk, and Sustainable Production: Evidence from Leading Countries in Islamic Finance. Environment, Development and Sustainability, 26(5), 11311–11341. https://doi.org/10.1007/s10668-023-03298-7

Salman, A., & Nawaz, H. (2018). Islamic Financial System and Conventional Banking: A Comparison. Arab Economic and Business Journal, 13(2), 155–167. https://doi.org/10.1016/j.aebj.2018.09.003

Sankaran, A., Vadivel, A., & Jamal, M. A. (2020). Effects of Dynamic Variables on Industrial Output in One of the World's Fastest-Growing Countries: Case Evidence from India. Future Business Journal, 6(1), 1–8. https://doi.org/10.1186/s43093-020-00023-y

Saragih, J., Wardati, J., & Pratama, I. (2020). Trade Openness, Government Development Expenditures, Gross Capital Formation and Economic Growth: An ASEAN Case. International Journal of Innovation, Creativity and Change, 12(10), 366–383.

Sari, R., & Yudha, A. G. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas bank umum syariah di Indonesia. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(2), 1655–1664. DOI:10.36406/jam.v16i01.270

Savitri, A. S., dkk. "Analisis Pemilihan Model Regresi Data Panel pada Sektor Perbankan." Jurnal Akuntansi dan Pajak, vol. 23, no. 1 (2022): 102-105.

Shah, S. S. H., dkk. (2023). The Impact of COVID-19 Pandemic on Islamic and Conventional Banks' Profitability. Economies, 11(4), 1–17. https://doi.org/10.3390/economies11040104

Sheeran, P. (2002). Intention—behavior relations: A conceptual and empirical review. European Review of Social Psychology, 12(1), 1–36. https://doi.org/10.1080/14792772143000003

Shifa, M., Amalia, A., Abd.Majid, M. S., & Marliyah, M. (2022). Penggunaan Mata Uang Dinar Dan Dirham Sebagai Solusi Prediksi Krisis Moneter Di Indonesia. Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan, 4(6), 2321–2338. https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i6.992

Sitompul, S., Ichsan, R. N., & Nasution, L. (2021). The Influence of Exchange Rate, Inflation, For the Results of the Development Assets of Islamic Banks. Journal of Economics, Finance and Management Studies, 4(3), 138–148. https://doi.org/10.47191/jefms/v4-i3-05

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Sofyan Mulazid, A. D., & Haryadi, D. (2020). The impact of Sharia compliance on customer satisfaction in Islamic banks. Journal of Muamalat Research, 5(2), 55–66. DOI 10.1108/JIMA-11-2020-0346

Somantri, Y. F., & Sukmana, W. (2020). Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Financing to Deposit Ratio (FDR) Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. Berkala Akuntansi Dan Keuangan Indonesia, 4(2), 61. DOI:10.20473/baki.v4i2.18404

Spence, M. (1973). Job market signaling. The Quarterly Journal of Economics, 87(3), 355–374. https://doi.org/10.2307/1882010

Srairi, S. (2020). Internal and external determinants of Islamic bank profitability and efficiency: Evidence from the GCC countries. Journal of Islamic Accounting and Business Research, 11(3), 777–800.

Srairi, S. (2020). Profitability Islamic banks. Journal of Islamic Accounting and Business Research, 11(3), 777–800.

Sufian, F. "Determinants of Bank Efficiency During Periods of Financial Instability: Evidence from the Malaysia Banking Sector." International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, vol. 1, no. 4 (2008): 313–335.

Sufian, F., & Habibullah, M. S. (2010). Does economic freedom foster banks' performance? Institutional evidence from Malaysia. Journal of Asian Economics, 21(2), 139–157. doi:10.1016/j.jcae.2010.09.003

Sumadi, S., & Romdhoni, A. H. (2020). Pengaruh Financing to Deposit Ratio (FDR), Dana Pihak Ketiga (DPK) Dan Return On Asset (ROA) Terhadap Pembiayaan Musyarakah. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(3), 598. https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1430

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Supriani, I., Fianto, B. A., Fauziah, N. N., & Maulayati, R. R. (2021). Revisiting the Contribution of Islamic Banks' Financing to Economic Growth: The Indonesian Experience. Shirkah: Journal of Economics and Business, 6(1), 18–37. DOI:10.22515/shirkah.v6i1.383

Supriyatni, R., & Nurjamil. (2021). The Urgency of Handling Non-Performing Financing in Sharia Banks in the Development of Indonesian Sharia Economics. Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum, 8(1), 26–46. https://doi.org/10.22304/pjih.v8n1.a2

Tien, N. H. (2021). Relationship Between Inflation and Economic Growth in EU Countries. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education, 12(214), 5134–5139. DOI: 10.26650/JEPR1132170

Tifanny, T. A., & Mustikawati, R. I. (2019). Pengaruh Capital Adequacy Ratio (CAR), Biaya Operasional Pada Pendapatan Operasional (BOPO), Financing to Deposit Ratio (FDR), Sertifikat Bank Indonesia Syariah (SBIS), Dan Inflasi Terhadap Risiko Pembiayaan Bermasalah Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. Profita: Kajian Ilmu Akuntansi, 7(5), 1–20.

Tsania, N., Tamara, D. A. D., & Setiawan, S. (2022). Pengaruh CAR, FDR, BOPO Dan PDRB Terhadap NonPerforming Financing Pada Bank Umum Syariah BUMD Di Indonesia. Journal of Applied Islamic Economics and Finance, 2(3), 524–535. https://doi.org/10.35313/jaief.v2i3.3065

Ulusoy, M., & Duman, A. (2022). The impact of profit-sharing SMEs financing on Islamic banks' performance and public trust. Journal of Islamic Economic Studies, 30(1), 45–62. https://doi.org/10.20473/vol11iss20243pp254-267

Verhoef, P. C., Lemon, K. N., Parasuraman, A., et al. (2009). Customer experience creation: Determinants, dynamics and management strategies. Journal of Retailing, 85(1), 31–41. https://doi.org/10.1016/j.jretai.2008.11.001

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Wahyu, D. R. (2016). Financing To Deposit Ratio (FDR) Sebagai Salah Satu Penilaian Kesehatan Bank Umum Syariah (Study Kasus Pada Bank BJB Syariah Cabang Serang). Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Bisnis Islam, 7(1), 19–36. DOI: 10.32678/ijei.v7i1.34

Wang, Y. (2024). What explains the operational efficiency of listed commercial banks? A three-stage DEA and Tobit analysis. Heliyon, 10(5), e27470. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e33716

Wibawa, A. S., & Mujib, A. (2024). Analysis of macroeconomic factors and financial performance on the phenomenon of Sharia bank market share stagnancy. International Journal of Economics, 3(1), 611–622. https://doi.org/10.55299/ijec.v3i1.931

Widarjono, A. (2020). Determinants of market share Islamic banking. Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam, 6(1), 12–25. DOI:https://doi.org/10.20885/JEKI.vol7.iss1.art4

Widarjono, A., & Rudatin, A. (2021). Financing Diversification and Indonesian Islamic Bank's Non-Performing Financing. Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam, 7(1), 45–58. https://doi.org/10.20885/jeki.vol7.iss1.art4

Widarjono, A., Anto, M. B. H., & Fakhrunnas, F. (2020). Financing Risk in Indonesian Islamic Rural Banks: Do Financing Products Matter?. Journal of Asian Finance, Economics and Business, 7(9), 305–314. DOI:10.13106/jafeb.2020.vol7.no9.305

Widiarto, I., & Emrouznejad, A. (2022). Social and financial efficiency of Islamic banks. Journal of International Financial Markets, Institutions and Money. https://doi.org/10.1016/j.seps.2014.12.001

Yehosua, S. A., Rotinsulu, T. O., & Niode, A. O. (2019). Pengaruh Inflasi Dan Suku Bunga Terhadap Tingkat Pengangguran Di Kota Manado. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 19(1), 20–31.

Yulianti, E., & Ghozali, I. (2019). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank syariah di Indonesia. Jurnal Akuntansi dan Auditing, 16(1), 78–92. DOI:10.31959/jm.v11i2.1111

Yulyanti, A., & Juniwati, E. H. (2022). Pengaruh Spin-off dan Konsolidasi Bank Umum Terhadap Market share dan Kinerja Bank Syariah di Indonesia. Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan, 9(5), 643-657. DOI:10.20473/vol9iss20225pp643-657

Yunianto, D. (2021). Analisis Pertumbuhan Dan Kepadatan Penduduk Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. Forum Ekonomi, 23(4), 688–699. DOI:10.30872/jfor.v23i4.10233

Yurianto. (2020). Analisis Kebijakan Pengendalian Inflasi DKI Jakarta. BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal, 17(1), 12–33. https://doi.org/10.30651/blc.v17i1.4179

Zhang, Y., Yao, D., & Zhang, C. (2020). Bank Loan versus Financial Lease: How Do Traditional and Innovative Approaches within the Banking Sector Influence Economic Growth? A Comparative Analysis between the US and China. Applied Economics, 52(40), 4366–4383. https://doi.org/10.1080/00036846.2020.1735617

## C. RUJUKAN ELEKTRONIK DAN INTERNET

Badan Pusat Statistik. (2019). *Monthly Production Index of Large and Medium Manufacturing by Subsector*.

Badan Pusat Statistik. (2023). *Inflasi 90 Kota (Umum)*.

Bank Indonesia. (2021). *Bangkit Dan Optimis: Sinergi Dan Inovasi Untuk Pemulihan Ekonomi*. Jakarta.

Bank Indonesia. (2023). *Inflasi*.

EViews. (2017). *AutoRegressive Distributed Lag (ARDL) Estimation. Part 3 - Practice*.

Gartner. (2019). *The Value of a Customer Effort Score (CES)*. Gartner Research Report. Stamford, CT: Gartner, Inc.

Islamic Financial Services Board (IFSB). (2019). *Islamic Financial Services Industry Stability Report 2019*. Kuala Lumpur, Malaysia.

Izzati, K. (2021). *Peran Keuangan Syariah Untuk Menjadikan Indonesia Pemimpin Industri Halal Dunia*. Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah.

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2021). *Penguatan Sistem Kesehatan Dalam Pengendalian COVID-19*.

Keputusan Presiden. (2023). *Penetapan Berakhirnya Status Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) Di Indonesia*.

KNEKS. (2020). *Insight Buletin Ekonomi Syariah 'Trend Konversi Ke Bank Syariah Tingkatkan Efisiensi Dan Produktivitas Bisnis'*. Jakarta.

KPMG. (2022). *Global Banking Consumer Report*.

Lembaga Penjamin Simpanan. (2021). *Survei Perilaku Nasabah Perbankan Syariah*.

Ipsos. (2022). *Customer Satisfaction Index in the Financial Services Sector*. Jakarta: Ipsos. Diakses dari https://www.ipsos.com/sites/default/files/csi-financial-sell-sheet.pdf.

Mastuki, H. S. (2020). *Menjadi Muslim, Menjadi Indonesia (Kilas Balik Indonesia Menjadi Bangsa Muslim Terbesar)*. Kementerian Agama Republik Indonesia.

McKinsey & Company. (2021). *Global retail banking report 2021: The pursuit of personalized customer experience*.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

OCBC NISP. (2023). *Teori Pertumbuhan Ekonomi Menurut Ahli, Klasik Sampai Modern*.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2023). *Investment (GFCF)*. Paris, France.

Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Prinsip Dan Konsep Dasar Perbankan Syariah*.

Otoritas Jasa Keuangan. (2019). *Statistik Perbankan Syariah*. Jakarta.

Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan*.

Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *POJK No.15/2023 Bank Umum Syariah.*

Otoritas Jasa Keuangan. (2025a). *Laporan Publikasi Bank Umum Syariah OJK*.

Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 15 Tahun 2023 tentang penetapan status dan tindak lanjut pengawasan bank umum syariah dan unit usaha syariah*.

Otoritas Jasa Keuangan. (2025b). *Profil Industri Perbankan Syariah Indonesia*.

Otoritas Jasa Keuangan. (2025c). *Snapshot Perbankan Syariah Indonesia Juni 2025*

Otoritas Jasa Keuangan. *Statistik Perbankan Syariah Juli* 2025.

Pusat Krisis Kesehatan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2021). *Perkembangan Pandemi Covid-19 Di Indonesia*.

Sekretariat Nasional ASEAN Indonesia. (2020). *15,3 Juta Orang Positif COVID-19, Indonesia Tertinggi Di Asia Tenggara*.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

The World Bank. (2023). *Investment (GFCF) (Indicator)*. https://doi.org/10.1787/b6793677-en.

**D. SKRIPSI/TESIS/DISERTASI (KARYA TULIS ILMIAH KAMPUS)**

Arrazy, Z. (2015). *Pengaruh DPK, FDR Dan NPT Terhadap Pertumbuhan Aset Bank Umum Syariah (BUS) Di Indonesia Tahun 2010-2014*. UIN Syarif Hidayatullah.

Arsiyika, N. (2021). *Pengaruh CAR, FDR Dan Inflasi Terhadap Non Performing Financing Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2015-2020*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.

Ayanlola, A. (2019). *Librarians' competencies and students satisfaction with information services in University of Uyo library* [Unpublished master's thesis/doctoral dissertation]. University of Uyo.

Nasyulianti. (2021). *Pengaruh Perbankan Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Tahun 2016-2019*. Institut Agama Islam Negeri ParePare.

Ummu Ma'bad. (2021). *Pengaruh Kebijakan Office Channeling, Rasio NonPerforming Financing, Dan Dana Pihak Ketiga Terhadap Aset Perbankan Syariah Tahun 2015-2019*. IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

**E. Prosiding Resmi (Published Proceedings)**

Harjito, Y., Utami, D. B., & Hapsari, D. I. (2017). Analisis *market share* perbankan syariah di Indonesia. *Prosiding Simposium Nasional Akuntansi XX*.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA