

ABSTRAK

Fokus penelitian ini adalah penggunaan *balanced scorecard* yang meliputi atribut produk Islam dan kualitas pelayanan terhadap tingkat pertumbuhan pendapatan dan *Return on Assets* (ROA) Bank Umum Syariah dengan kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah sebagai variabel intervening

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Kuesioner dari 120 nasabah Bank Umum Syariah yang masuk kriteria sampel dianalisis bersama dengan laporan keuangan kuartalan. Alat analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) pada program AMOS 16.0.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa: (1) kepuasan nasabah hanya dipengaruhi secara langsung oleh kualitas pelayanan, (2) loyalitas nasabah dipengaruhi secara langsung oleh atribut produk Islam, (3) loyalitas dipengaruhi secara langsung oleh kepuasan nasabah, (4) loyalitas dipengaruhi secara tidak langsung oleh kualitas pelayanan, (5) loyalitas nasabah berpengaruh tidak langsung bersifat signifikan negatif terhadap *Return on Assets* (ROA), dan (6) tingkat pertumbuhan pendapatan berpengaruh langsung terhadap *Return on Assets* (ROA).

Studi ini memberikan bukti empiris bagi para pembuat kebijakan dan regulator perbankan syariah untuk meningkatkan atribut produk keislaman dan standar kualitas pelayanan.

Kata kunci : Atribut Produk Islam, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah, Tingkat Pertumbuhan Pendapatan, *Return on Assets* (ROA), Bank Umum Syariah