

BAB II

KAJIAN TEORI

A. *Frontliner* dalam Perbankan Syariah

Frontliner dalam perbankan syariah merupakan tenaga pelayanan yang berinteraksi secara langsung dengan nasabah maupun calon nasabah dalam menjalankan berbagai kegiatan operasional bank. Posisi *frontliner* mencakup *customer service*, *teller*, serta petugas layanan pembiayaan (*customer service financing*) yang memiliki tanggung jawab dalam memberikan pelayanan, menyampaikan informasi mengenai produk, menjelaskan ketentuan akad, memberikan pemahaman kepada nasabah, dan membantu penyelesaian administrasi sesuai dengan prinsip syariah. Sebagai pihak yang berhubungan langsung dengan nasabah, *frontliner* memiliki posisi strategis sebagai garda terdepan bank dalam menciptakan pengalaman pelayanan yang baik sekaligus membentuk persepsi dan citra perbankan syariah.²¹

Menurut Kasmir, peran merupakan seperangkat tugas, tanggung jawab, dan fungsi yang dijalankan seseorang sesuai dengan kedudukannya dalam organisasi. Dalam dunia perbankan, *frontliner* memiliki peran yang sangat strategis karena menjadi pihak pertama yang memberikan pelayanan kepada nasabah. Kualitas pelayanan yang diberikan *frontliner* akan memengaruhi kepuasan, kepercayaan,

²¹ Kasmir, *Customer Service Excellent: Teori Dan Praktik* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 5.

loyalitas, serta keputusan nasabah dalam menggunakan produk dan jasa perbankan.²²

Dalam perbankan syariah, peran *frontliner* tidak hanya berorientasi pada pelayanan kepada nasabah, tetapi juga harus mencerminkan prinsip-prinsip syariah dalam setiap aktivitas pelayanan. Oleh karena itu, *frontliner* dituntut memiliki kompetensi teknis, kemampuan komunikasi, serta pemahaman terhadap produk dan akad syariah agar mampu memberikan pelayanan yang profesional dan sesuai dengan ketentuan syariah.²³

Berdasarkan teori tersebut, peran *frontliner* dalam perbankan syariah meliputi beberapa aspek berikut.

1. Memberikan Informasi dan Edukasi Produk

Frontliner berperan memberikan informasi dan edukasi kepada nasabah mengenai produk dan jasa perbankan syariah. Dalam pelayanan KPR Syariah, *frontliner* menjelaskan jenis akad yang digunakan, persyaratan pembiayaan, besaran margin, jangka waktu pembiayaan, mekanisme pembayaran, serta hak dan kewajiban nasabah. Penyampaian informasi yang jelas dan mudah dipahami akan membantu nasabah memahami

²² Kasmir, *Customer Service Excellent: Teori Dan Praktik*, Ed. Revisi (Depok: Rajawali Pers, 2022), h. 18.

²³ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Layanan Prima Perbankan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2022), h. 20.

karakteristik produk sehingga dapat mengambil keputusan secara tepat.²⁴

2. Memberikan Pelayanan Administrasi dan Transaksi

Frontliner bertugas memberikan pelayanan administrasi sesuai dengan standar operasional bank. Pelayanan tersebut meliputi penerimaan dokumen persyaratan, verifikasi data, pembukaan rekening, serta membantu proses administrasi pengajuan pembiayaan KPR Syariah. Pelayanan yang cepat, tepat, dan akurat akan meningkatkan kenyamanan dan kepuasan nasabah.²⁵

3. Membangun Hubungan dengan Nasabah (*Customer Relationship*)

Frontliner berperan membangun hubungan yang baik dengan nasabah melalui komunikasi yang ramah, sopan, dan responsif. Hubungan yang harmonis akan meningkatkan kepercayaan, loyalitas, serta kepuasan nasabah terhadap bank. Dalam perbankan syariah, hubungan tersebut juga didasarkan pada nilai kejujuran, saling percaya, dan tanggung jawab sehingga tercipta hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah.²⁶

²⁴ Ascarya, Akad Dan Produk Bank Syariah, Ed. Revisi (Depok: Rajawali Pers, 2023), h. 45.

²⁵ Ikatan Bankir Indonesia, Mengelola Layanan Prima Perbankan, h. 52.

²⁶ Muhammad Syafi'i Antonio, Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik, Ed. Revisi (Jakarta: Gema Insani, 2021), h. 211.

4. Menjadi Representasi atau Wajah Bank

Frontliner merupakan representasi (*the face of the bank*) yang mencerminkan kualitas pelayanan bank syariah. Penampilan yang rapi, sikap yang ramah, kemampuan berkomunikasi, serta ketepatan dalam memberikan informasi akan membentuk persepsi masyarakat terhadap kualitas pelayanan bank. Oleh karena itu, profesionalisme frontliner sangat menentukan citra positif bank serta minat masyarakat untuk menggunakan produk-produk perbankan syariah, termasuk KPR Syariah.²⁷

B. Islamic Service Quality (ISQ)

Islamic Service Quality (ISQ) merupakan konsep kualitas pelayanan yang mengintegrasikan kualitas pelayanan dengan nilai-nilai dan prinsip syariah. Dalam perbankan syariah, kualitas pelayanan tidak hanya dinilai dari kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah, tetapi juga dari kesesuaian pelayanan dengan prinsip-prinsip Islam. Dengan demikian, pelayanan yang diberikan oleh bank syariah harus mencerminkan kejujuran, keadilan, amanah, tanggung jawab, serta kepatuhan terhadap ketentuan syariah. Penelitian Kurniawansyah, Suryanto, dan Noviarita menjelaskan bahwa kualitas pelayanan Islami pada perbankan syariah dapat diukur melalui dimensi CARTER

²⁷ Kasmir, *Customer Service Excellent: Teori Dan Praktik*, h. 90.

yang terdiri atas *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness*.²⁸

Model CARTER merupakan pendekatan yang digunakan untuk menilai kualitas pelayanan pada lembaga keuangan syariah dengan memperhatikan karakteristik khusus perbankan syariah. *Compliance* menunjukkan kepatuhan bank terhadap prinsip-prinsip syariah. *Assurance* berkaitan dengan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, serta kemampuan pegawai dalam memberikan rasa aman kepada nasabah. *Reliability* menunjukkan kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan secara akurat dan dapat dipercaya. *Tangibles* berkaitan dengan fasilitas fisik, kondisi lingkungan pelayanan, dan penampilan pegawai. *Empathy* menunjukkan perhatian dan kepedulian pegawai terhadap kebutuhan nasabah, sedangkan *responsiveness* berkaitan dengan kesediaan dan kecepatan pegawai dalam membantu serta memberikan pelayanan kepada nasabah.²⁹

Dimensi *compliance* menjadi salah satu unsur penting dalam *Islamic Service Quality* karena bank syariah memiliki kewajiban untuk menjalankan aktivitasnya berdasarkan

²⁸ 'Sefta Kurniawansyah, Tulus Suryanto, Dan Heni Noviarita, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada Bank Umum Syariah Di Provinsi Lampung," *Islamic Economics Journal*, Vol. 6, No. 2 (2020), h. 193-206.'

²⁹ 'Supriadi, Nasir Hamzah Dkk, "Islamic Service Quality as an Effort to Increase Customer Trust PT. Bank Syariah Indonesia Makassar Branch," *Proceedings of the International Conference on Islamic Studies and Social Sciences* (2023), h. 901-913'.

prinsip-prinsip syariah. Dalam pelayanan KPR syariah, kepatuhan tersebut dapat dilihat dari kemampuan *frontliner* dalam memberikan penjelasan mengenai akad, mekanisme pembiayaan, ketentuan pembayaran, serta hak dan kewajiban nasabah. *Frontliner* juga harus memastikan bahwa informasi yang diberikan tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Dimensi *assurance* berkaitan dengan kemampuan frontliner dalam memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada nasabah. Pengetahuan *frontliner* mengenai produk KPR syariah sangat diperlukan agar informasi yang disampaikan kepada calon nasabah dapat dipahami dengan baik. Pegawai yang memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik akan lebih mudah meyakinkan nasabah bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan prinsip syariah.

Dimensi *reliability* menunjukkan kemampuan *frontliner* dalam memberikan pelayanan secara tepat, konsisten, dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Dalam pelayanan KPR syariah, keandalan dapat terlihat dari ketepatan informasi mengenai persyaratan, prosedur pengajuan, akad, biaya, jangka waktu pembiayaan, serta tahapan proses pembiayaan. Pelayanan yang dapat diandalkan dapat meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank.

Dimensi *tangibles* berkaitan dengan aspek fisik yang dapat dilihat dan dirasakan oleh nasabah. Aspek tersebut meliputi kondisi ruang pelayanan, fasilitas yang tersedia, kelengkapan sarana, kenyamanan lingkungan bank, serta penampilan *frontliner*. Kondisi fisik yang baik dapat memberikan kesan profesional dan mendukung terciptanya pengalaman pelayanan yang positif bagi nasabah.

Dimensi *empathy* merupakan perhatian dan kepedulian yang diberikan oleh *frontliner* kepada setiap nasabah. Dalam pelayanan KPR syariah, sikap empati dapat diwujudkan dengan mendengarkan kebutuhan nasabah, memberikan penjelasan sesuai dengan kondisi nasabah, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, serta memberikan pelayanan tanpa membedakan nasabah. Dengan adanya perhatian tersebut, nasabah akan merasa dihargai dan diperhatikan.

Selanjutnya, dimensi *responsiveness* berkaitan dengan kesediaan dan kemampuan *frontliner* dalam memberikan bantuan secara cepat dan tepat. *Frontliner* harus mampu merespons pertanyaan, kebutuhan, dan keluhan nasabah dengan baik. Daya tanggap yang tinggi dapat memberikan kemudahan kepada nasabah selama proses pelayanan dan dapat menciptakan pengalaman pelayanan yang positif.

Selanjutnya, dimensi *responsiveness* berkaitan dengan kesediaan dan kemampuan *frontliner* dalam memberikan bantuan secara cepat dan tepat. *Frontliner* harus mampu

merespons pertanyaan, kebutuhan, dan keluhan nasabah dengan baik. Daya tanggap yang tinggi dapat memberikan kemudahan kepada nasabah selama proses pelayanan dan dapat menciptakan pengalaman pelayanan yang positif.

Selain enam dimensi CARTER tersebut, penerapan *Islamic Service Quality* juga berkaitan erat dengan nilai-nilai akhlak Islam. Petugas pelayanan dituntut untuk menerapkan sifat-sifat seperti di bawah:

1. Shidiq (Jujur)

Shidiq merupakan salah satu sifat utama Rasulullah saw. yang berarti jujur dan benar dalam perkataan maupun perbuatan. Dalam konteks pelayanan perbankan syariah, nilai shidiq diwujudkan melalui penyampaian informasi yang benar, lengkap, dan transparan mengenai produk serta akad yang digunakan kepada nasabah. Frontliner berkewajiban menjelaskan seluruh ketentuan pembiayaan KPR Syariah, termasuk jenis akad, margin, jangka waktu, hak dan kewajiban para pihak, serta risiko yang mungkin timbul tanpa menutup-nutupi informasi. Penerapan nilai shidiq akan meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank syariah sekaligus mencerminkan integritas dalam memberikan pelayanan.³⁰

³⁰ Ascarya, Akad Dan Produk Bank Syariah (Depok: Rajawali Pers, 2023), h. 45.

2. Amanah (Dapat Dipercaya)

Amanah berarti dapat dipercaya dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab yang diberikan. Dalam pelayanan perbankan syariah, amanah tercermin dari sikap *frontliner* yang menjaga kerahasiaan data nasabah, melaksanakan prosedur pelayanan sesuai ketentuan, serta memberikan pelayanan secara profesional dan bertanggung jawab. Nilai amanah menjadi landasan penting dalam membangun kepercayaan nasabah karena setiap informasi dan transaksi yang dilakukan harus dipelihara dengan penuh tanggung jawab sesuai prinsip syariah.³¹

3. *Tabligh* (Komunikatif)

Tabligh berarti menyampaikan informasi secara jelas, benar, dan mudah dipahami. Dalam pelayanan KPR Syariah, *frontliner* dituntut memiliki kemampuan komunikasi yang baik agar mampu menjelaskan mekanisme pembiayaan, akad, persyaratan, hak dan kewajiban nasabah, serta prosedur pengajuan secara terbuka. Penyampaian informasi yang komunikatif dan transparan akan meminimalkan terjadinya kesalahpahaman serta meningkatkan pemahaman dan kepercayaan nasabah terhadap produk yang ditawarkan.³²

³¹ Muhammad Syafi'i Antonio, Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik, Edisi Revisi (Jakarta: Gema Insani, 2021), h. 210.

³² Ascarya, Akad Dan Produk Bank Syariah, h. 55.

4. *Fathanah* (Cerdas dan Profesional)

Fathanah merupakan sifat cerdas, bijaksana, dan profesional dalam menjalankan tugas. Pada perbankan syariah, nilai *fathanah* diwujudkan melalui kemampuan *frontliner* dalam memahami produk, akad syariah, regulasi perbankan, serta memberikan solusi yang tepat sesuai kebutuhan nasabah. Frontliner yang memiliki kompetensi dan profesionalisme yang baik akan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas, menyelesaikan permasalahan secara efektif, serta meningkatkan kepuasan dan minat nasabah terhadap produk KPR Syariah.³³

Dengan demikian, *Islamic Service Quality* dalam penelitian ini dipahami sebagai kualitas pelayanan yang diberikan oleh *frontliner* dengan menggabungkan standar pelayanan profesional dengan prinsip-prinsip Islam. Kualitas tersebut tercermin melalui enam dimensi CARTER, yaitu *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness*, yang diperkuat dengan nilai *ṣiddīq*, amanah, *faṭānah*, dan *tablīgh*. Penerapan nilai-nilai tersebut dalam pelayanan KPR syariah diharapkan dapat membangun kepercayaan nasabah, memberikan pengalaman pelayanan yang baik, dan mendorong meningkatnya minat nasabah terhadap produk KPR syariah.

³³ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*, h. 215.

1. *Islamic Service Quality* dalam Perspektif Al-Qur'an

Islam memberikan landasan mengenai pentingnya memberikan pelayanan dengan cara yang baik, adil, jujur, dan bertanggung jawab. Salah satu dasar yang relevan dengan kualitas pelayanan terdapat dalam firman Allah Swt. QS. An-Nahl ayat 90:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُم لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.³⁴

Ayat tersebut menunjukkan bahwa Islam memerintahkan manusia untuk berlaku adil dan berbuat ihsan. Dalam konteks pelayanan perbankan syariah, prinsip tersebut dapat diterapkan dengan memberikan pelayanan secara adil kepada seluruh nasabah, tidak membedakan nasabah, memberikan informasi secara terbuka, serta memberikan bantuan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Prinsip keadilan dan ihsan tersebut sejalan dengan penerapan dimensi *empathy*, *assurance*, dan *responsiveness* dalam *Islamic Service Quality*.

³⁴ 'Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an Dan Terjemahannya, QS. An-Nahl [16]: 90.'

Selain keadilan dan ihsan, Islam juga menekankan pentingnya menyampaikan perkataan yang benar. Allah Swt. berfirman dalam QS. Al-Ahzab ayat 70:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.³⁵

Ayat tersebut berkaitan erat dengan tugas frontliner sebagai pihak yang berinteraksi langsung dengan nasabah. Informasi mengenai KPR syariah harus disampaikan secara benar, jelas, dan tidak menyesatkan. Prinsip tersebut sesuai dengan nilai *ṣiddīq* dan *tablīgh*, yaitu menyampaikan informasi secara jujur dan komunikatif.

Prinsip amanah dan keadilan juga ditegaskan Allah Swt. dalam QS. An-Nisa' ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di

³⁵ 'Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an Dan Terjemahannya, QS. Al-Ahzab [33]: 70.'

antara manusia hendaklah kamu menetapkan dengan adil.³⁶

Ayat tersebut menunjukkan bahwa amanah merupakan salah satu prinsip penting dalam hubungan antarmanusia. Dalam pelayanan perbankan syariah, amanah dapat diterapkan oleh *frontliner* melalui pelaksanaan tugas secara bertanggung jawab, menjaga kepercayaan nasabah, memberikan informasi sesuai dengan ketentuan, serta menjaga kerahasiaan data nasabah.

2. *Islamic Service Quality* Berdasarkan Hadis

Prinsip kejujuran dalam memberikan pelayanan juga diperkuat oleh hadis Rasulullah saw.:

مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا

Artinya: “Barang siapa menipu kami, maka ia bukan termasuk golongan kami.” (HR. Muslim).³⁷

Hadis tersebut menegaskan bahwa Islam melarang segala bentuk penipuan dalam aktivitas muamalah. Dalam pelayanan KPR syariah, prinsip tersebut dapat diwujudkan dengan tidak menyembunyikan informasi mengenai produk, tidak memberikan janji yang tidak dapat dipenuhi, dan tidak memberikan informasi yang tidak sesuai dengan ketentuan pembiayaan.

³⁶Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an Dan Terjemahannya, QS. An-Nisa' [4]: 58.

³⁷ Muslim Ibn Al-Hajjaj, Shahih Muslim, Kitab Al-Iman, Hadis Tentang Larangan Melakukan Penipuan

Berdasarkan uraian tersebut, *Islamic Service Quality* memiliki kedudukan penting dalam pelayanan perbankan syariah karena menggabungkan kualitas pelayanan dengan nilai-nilai Islam. Dalam penelitian ini, *Islamic Service Quality* digunakan untuk menganalisis peran frontliner dalam pelayanan KPR syariah melalui dimensi *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness*, serta melalui penerapan nilai *ṣiddīq*, amanah, *faṭānah*, dan *tabligh*. Penerapan kualitas pelayanan tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan dan minat nasabah terhadap KPR syariah di Bank Syariah Nasional (BSN) Bengkulu

C. Minat Nasabah (*Customer Interest*)

Minat nasabah (*customer interest*) dalam konteks pemasaran jasa keuangan syariah merujuk pada keinginan awal calon nasabah untuk mencari informasi, mempertimbangkan, dan menunjukkan kecenderungan memilih suatu produk bank syariah. Minat ini muncul dari kombinasi persepsi kebutuhan, pemahaman informasi produk, dan pengalaman awal berinteraksi dengan petugas bank. Dalam literatur perilaku konsumen, minat dipandang sebagai tahap awal menuju pengambilan keputusan (*decision making process*). Pada lembaga keuangan syariah, minat sangat dipengaruhi oleh persepsi nilai (*value perception*) dan trust terhadap kepatuhan syariah produk yang ditawarkan.

Model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) digunakan untuk menjelaskan tahapan psikologis calon nasabah sebelum mengambil keputusan. Pada tahap Interest, calon nasabah mulai memberikan perhatian lebih dalam, mencari informasi, dan mulai menimbang manfaat serta risiko suatu produk pembiayaan syariah. Dalam model *Theory of Planned Behavior (TPB)*, minat (*intention*) ditentukan oleh *attitude, subjective norm, dan perceived behavioral control*. Dalam konteks KPR Syariah, faktor-faktor tersebut berkaitan dengan persepsi manfaat akad, pengaruh keluarga, serta keyakinan bahwa proses KPR dapat dijalankan tanpa hambatan.³⁸

Minat nasabah terhadap bank syariah ditentukan oleh beberapa faktor, antara lain persepsi terhadap kehalalan produk, kepatuhan syariah, transparansi akad, kualitas layanan *frontliner*, dan citra lembaga. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa edukasi yang baik mengenai akad dapat meningkatkan minat secara signifikan. Edukasi mengenai konsep KPR syariah seperti margin, nisbah, dan struktur akad sangat penting karena banyak calon nasabah belum memahami perbedaannya dengan KPR konvensional. Ketika

³⁸ 'Ahmed Dkk., "Application of the Theory of Planned Behaviour Model for Examining Customers" Intentions towards Islamic Hire Purchase Financing', h. 242.'

edukasi tidak berjalan optimal, minat calon nasabah menjadi rendah.³⁹

Kepercayaan (*trust*) terhadap kesesuaian syariah merupakan determinan utama minat nasabah. Dalam pembiayaan jangka panjang seperti KPR, nasabah lebih sensitif terhadap risiko ketidakpatuhan syariah, sehingga bank harus memastikan bahwa proses penjelasan akad dilakukan secara konsisten. Kualitas layanan, khususnya yang berbasis *Islamic Service Quality (ISQ)*, terbukti menjadi faktor yang paling memengaruhi minat nasabah untuk menggunakan produk perbankan syariah. Sikap ramah, penyampaian informasi yang jelas, dan kemampuan menjawab pertanyaan adalah pendorong utama terbentuknya minat.⁴⁰

Calon nasabah KPR Syariah sering mempertimbangkan risiko administratif, risiko biaya, dan risiko syariah sebelum menunjukkan minat awal. Apabila bank gagal memberikan kepastian mengenai margin, tenor, atau prosedur akad, maka minat cenderung menurun. Informasi yang disampaikan *frontliner* mengenai KPR Syariah baik lisan maupun tertulis berpengaruh langsung terhadap minat. Penelitian

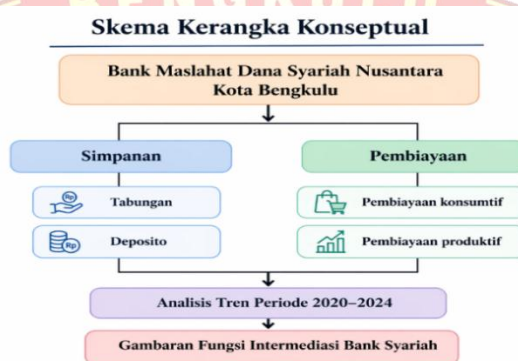
³⁹ Rizwan Raheem Ahmed, Dkk, 'Application of the Theory of Planned Behaviour Model for Examining Customers' Intentions towards Islamic Hire Purchase Financing', *Engineering Economics*, 30.2 (2019), 237-243.

⁴⁰ 'Refky Fielnanda, Dkk, "The Role of Sharia Governance in Fostering Customer Loyalty and Trust in Indonesian Islamic Banks: A Systematic Literature Review", *RIEV: Review of Islamic Economics and Finance*, 7.2 (2024), h. 16.'

menemukan bahwa komunikasi berbasis syariah dan penjelasan akad yang rasional meningkatkan keyakinan calon nasabah untuk melanjutkan proses pengajuan pembiayaan.⁴¹

Minat nasabah juga dipengaruhi oleh pressure kelompok sosial, terutama keluarga dan lingkungan kerja. Ketika lingkungan mendukung transaksi syariah, minat terhadap produk KPR Syariah meningkat meskipun literasi akad belum optimal. Minat bukan hanya keinginan sesaat, tetapi prediktor kuat dari tindakan (*action*). Dalam konteks KPR Syariah, minat yang kuat biasanya diikuti dengan pengajuan berkas, konsultasi lanjutan, dan komitmen terhadap pembiayaan.⁴² tetapi perlu dibangun melalui komunikasi layanan yang jujur, komprehensif, dan sesuai syariah. ISQ dan peran frontliner menjadi dua aspek utama yang memengaruhi terbentuknya minat ini

D. Kerangka Koseptual



⁴² 'Setiawan, "Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah: Peran Literasi", Journal of Applied Islamic Economics and Finance, 3.2 (2023), h. 240.'