

iii

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani

Hijriani

Program Studi Perbankan Syariah, UIN Alauddin Makassar, Indonesia
correspondence e-mail*, hijriani146@gmail.com

Article history

Submitted: 2026/01/01; Revised: 2026/03/13; Accepted: 2026/04/06

Abstract

The purpose of this study is to determine the quality of service on customer satisfaction at PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani. The type of research used by the researcher is qualitative research. This research was conducted at PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani. The sample determination in the study was determined based on the Slovin formula, the sample for a population of 4,105 customers was 98. Data analysis consisted of descriptive statistics, simple regression analysis, correlation coefficient (r), determination coefficient (R^2), and t-test. The results showed that based on the statistical test, the simple linear regression equation was $Y = 0.676 + 0.567X$. The determination coefficient (R^2) = 0.692 (69.2%), which means that service quality is able to explain customer satisfaction (Y) at PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani, which is 69.2% and the remaining 30.8% is influenced by other variables not examined in this study. The t-test hypothesis shows that the calculated t value is 4.936, which is greater than the t table value of 1.984. Therefore, H_0 is rejected and H_1 is accepted, meaning that service quality influences customer satisfaction at PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani. The implications of this research are that the results can provide input for improving services based on the aspects that most influence satisfaction (e.g., service timeliness, employee friendliness, and physical facilities). Policy contributions to increasing customer satisfaction include focusing on strategies to improve service quality to better meet customer needs and expectations by optimizing digital banking, developing human resources and providing excellent service training, improving the queuing system and service times, providing a personalized approach, transparency, and educating customers about Islamic products. Increased satisfaction also increases the potential for loyalty and positive recommendations from customers, thus strengthening BSI's competitiveness amidst competition from conventional and Islamic banks.

Keywords

Bank Syariah Indonesia, Customer Satisfaction, Service Quality



© 2026 by the authors. This is an open-access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

PENDAHULUAN

Bank Islam baru diakui berdirinya pada tahun 1992 menyusul diundangkannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992. Hingga tahun 1998 baru berdiri satu bank

syariah, yaitu PT Bank Muamalat Indonesia, dan ada 77 Bank Pengkreditan Rakyat Syariah. Jumlah bank Islam yang masih sangat terbatas menunjukkan posisi yang belum menentukan, baik dalam ikut membangun perekonomian nasional maupun dalam terjadinya krisis ekonomi yang dimulai tahun 1997 hingga sekarang. Selama berjalannya krisis ekonomi, Bank Muamalat Indonesia tetap sehat, demikian juga sebanyak 30 persen dari bank pengkreditan rakyat syariah dinilai sehat.

Perbankan syariah dalam peristilahan internasional dikenal sebagai *Islamic Banking* atau disebut dengan *interest-free banking* (bebas bunga). Peristilahan dengan menggunakan kata *Islamic* tidak dapat dijelaskan dari asal usul sistem perbankan syariah itu sendiri. Bank syariah hanya dikembangkan pada awalnya sebagai suatu respon dari kelompok ekonomi dan praktisi perbankan muslim yang berupaya mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip-prinsip syariah Islam, utamanya berkaitan dengan praktek riba, kegiatan maisir (spekulasi), dan gharar (ketidakjelasan).

Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah. Persaingan antar lembaga keuangan saat ini semakin meningkat. Hal ini ditandai semakin banyaknya lembaga keuangan membuka kantor cabang, kantor cabang pembantu, dan kantor kas. Bank syariah tidak hanya bersaing dengan sesama bank syariah tetapi juga dengan bank konvensional dan lembaga keuangan syariah lainnya. Semakin banyaknya jumlah bank, maka semakin tinggi persaingan antara sesama bank itu sendiri.

Seperti yang diketahui masyarakat pada umumnya bahwa dalam sebuah perusahaan utamanya perbankan adalah tempat dimana masyarakat akan menyalurkan atau menyimpan dananya dengan perasaan aman, namun tentu sebagai pihak yang bersangkutan ada hal yang harus diperhatikan dan dilakukan agar masyarakat bisa memberi kepercayaan kepada kita sepenuhnya untuk bisa menyimpan dan mengelola dananya dengan baik, maka dari itu pihak yang bersangkutan harus terus memberikan hal yang terbaik kepada pelanggan atau calon nasabah.

Konsep kualitas layanan telah menjadi faktor yang sangat diminan terhadap keberhasilan organisasi, baik organisasi profit maupun non profit. Karena apabila nasabah atau pelanggan merasa bahwa kualitas layanan yang diterimanya baik atau sesuai harapan maka akan merasa puas, percaya dan mempunyai komitmen untuk menjadi nasabah.

Berdasarkan observasi awal pada tanggal 13 Maret 2024 dengan salah satu pegawai PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani bapak Randi Mulyadi yang menyebutkan bahwa jumlah nasabah mengalami fluktuatif setiap bulannya. Beliau menambahkan nasabah mengharapkan suatu tingkat pelayanan tertentu, dan pada kenyataannya nasabah tersebut merasakan bahwa pelayanan yang diterimanya sesuai

dengan harapannya maka mereka dapat dikatakan puas.

Ketika pelayanan bagus maka itu akan meningkatkan kepuasan nasabah, ketika kepuasan nasabah meningkat maka akan meningkatkan jumlah nasabah. Sebaliknya, bila kualitas pelayanan yang diterima nasabah lebih rendah dari kualitas pelayanan yang diharapkan, maka nasabah tersebut dikatakan sebagai nasabah yang tidak puas sehingga ketidakpercayaan nasabah terhadap suatu pelayanan atau dengan kata lain kecewa.

Namun kenyataannya data pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani menunjukkan bahwa jumlah nasabah mengalami fluktuatif setiap bulannya. Adapun data nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani pada bulan Maret 2023 – Februari 2024 dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1 Data Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani Pada Bulan Maret 2023 – Februari 2024

Bulan	Jumlah Nasabah
Maret 2023	383
April 2023	382
Mei 2023	401
Juni 2023	364
Juli 2023	353
Agustus 2023	257
September 2023	221
Oktober 2023	411
November 2023	320
Desember 2023	365
Januari 2024	318
Februari 2024	330
Jumlah	4.105

Sumber: PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa peningkatan nasabah mengalami fluktuatif setiap bulannya. Hanya pada bulan Mei 2023 dengan jumlah nasabah 301, pada bulan Agustus 2023 dengan jumlah nasabah 257, pada bulan Oktober 2023 dengan jumlah nasabah 411, pada bulan Desember 2023 dengan jumlah nasabah 365, dan pada bulan Februari 2024 dengan jumlah 330.

Kondisi tersebut dipertegas oleh kondisi yang dialami oleh salah seorang nasabah, ibu Hasnawati sebagai nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani, beliau menyatakan bahwa permasalahan pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani yaitu seperti gangguan jaringan membuat nasabah harus menunggu lama untuk bertransaksi. Selanjutnya, dari ketidak tepatan waktu pelayanan kepada nasabah yang tidak sesuai dengan harapan di karenakan kurang disiplin dari karyawan dari segi waktu, biasanya nasabah sudah menunggu pada pukul 08.00 akan

tetapi *customer service* biasanya belum ada di tempatnya.

Hal senada juga dikatakan oleh Ibu Aminah sebagai salah satu nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani, beliau menyatakan bahwa permasalahan yang ada yaitu dilihat dari lambatnya ketanggapan jika adanya kesalahan dalam transaksi pengiriman uang yang dilakukan melalui mobile banking, dan kurangnya informasi mengenai produk kepada nasabah. Selanjutnya, kurangnya perhatian kepada nasabah yang sedang menunggu proses transaksi seperti tidak tersedianya air mineral, seringkali karyawan dalam proses transaksi dengan nasabah tidak menampilkan ekspresi wajah yang simpatik, ramah, bahkan dengan raut muka tanpa senyum.

Sebagai penyedia jasa, Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani dituntut untuk selalu mengedepankan pelanggan, baik saat proses pelayanan maupun sesudah pelayanan, agar tercapainya kepuasan pelanggan. Upaya pencapaian kepuasan pelanggan tidak luput dari *excellent service*. Tidak semua pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka akan langsung beralih ke tempat lain dan tidak akan membeli lagi jasa perusahaan.

Hasil kajian terdahulu dari Rasyid Abi Sandi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Jenggolo. Hasil penelitian dari Isabella menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan Islami terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan kondisi idealnya seharusnya seperti hasil kajian terdahulu.

Berdasarkan uraian di atas penulis termotivasi untuk meneliti lebih dalam mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah untuk menabung di bank syariah dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan nasabah Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani".

METODE

Jenis penelitian yang peneliti pakai adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani. Penentuan sampel dalam penelitian ditentukan berdasarkan rumus slovin, sampel untuk populasi 4.105 nasabah adalah 98. Analisis data terdiri dari statistik deskriptif, analisis regresi sederhana, koefisien korelasi (r), koefisien determinasi (R^2), dan uji t.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Pengujian validitas menggunakan teknik korelasi *product moment*. Besarnya r dapat dihitung dengan menggunakan taraf signifikansi (α) sebesar

5%. Jika hasil pengukuran menunjukkan $r_{hitung} > r$ dan $r_{hitung} = r_{tabel}$ maka item tersebut dinyatakan valid, tapi jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Hasil uji menunjukkan bahwa hasil pengujian pada setiap variabel yaitu mulai dari variabel X (Kualitas Layanan), dan Y (Kepuasan Nasabah). Maka dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam kuesioner ini valid secara statistik, dengan *Sig. (2-tailed)* setiap item pertanyaan menunjukkan angka yang lebih kecil dari 0.05 dan nilai *r* hitung yang ditunjukkan dari nilai *Pearson Correlation* dari setiap item pertanyaan menunjukkan lebih besar dari *r* tabel.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Untuk menguji reliabilitas kuesioner pada penelitian ini dengan melihat besaran nilai *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variable dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60. Hasil uji menjelaskan bahwa nilai *cronbach alpha* variabel Kualitas Pelayanan (X) yaitu sebesar 0,876, nilai Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 0,859. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha* tiap-tiap variabel > 0,60. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa instrumen atau pernyataan yang digunakan sebagai indikator baik dari variabel X, dan variabel Y merupakan alat ukur yang reliabel atau handal.

c. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Untuk melihat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani digunakan rumus regresi linear sederhana yang diolah menggunakan alat bantu program SPSS 22. Rumus regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b.X$$

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah berdasarkan perhitungan SPSS 22 dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 2
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	,676	,325		12,012	,000
1	Kualitas Layanan	,567	,101	,305	4,936	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan keterangan diatas diketahui persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,676 + 0,567X$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Nasabah

0,676 = Konstanta

0,567 = Koefisien Regresi

X = Kualitas layanan

Berdasarkan persamaan regresi linier sederhana diatas, terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani. Diketahui nilai konstanta sebesar 0,676 artinya apabila variabel independen (X) Kualitas Layanan (0), maka variabel dependen (Y) yaitu Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani tetap sebesar 0,676. Koefisien regresi Kualitas Layanan bernilai positif sebesar 0,567. artinya apabila kualitas layanan pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani meningkat 1 satuan maka kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani akan meningkat sebesar 0,567.

d. Koefisien Korelasi (r)

Untuk mengetahui korelasi keeratan hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah, maka korelasi dilambangkan dengan r = koefisien korelasi jika nilai r tidak lebih dari harga $(-1 < r < +1)$, apabila $r = -1$ artinya korelasinya sempurna positif. Selanjutnya nilai r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r .

Tabel 3
Koefisien Korelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,501 ^a	,692	,281	,41304

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Koefisien korelasi (r) antara kualitas layanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah 0,501 artinya terdapat hubungan yang sedang antara variabel kualitas layanan (X) dan kepuasan nasabah (Y).

e. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi disimbolkan dengan R^2 ini adalah sebuah besaran yang mengukur ketepatan garis regresi. Maksimum nilai R^2 adalah 100% dan minimal nilai 0, jika R^2 kecil maka keeratan hubungan antara X dan Y kuat dan jika $R^2 = 0$ menunjukkan bahwa X tidak memiliki hubungan dengan Y. Model umum persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$R^2 = R^2 \times 100\%$$

Dimana

R^2 = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

Tabel 4

**Koefisien Determinasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,501 ^a	,692	,281	,41304

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Dari hasil pengujian SPSS maka diperoleh nilai koefisien determinasi = R square (R^2) sebesar 0,692 angka ini menyatakan bahwa variabel kualitas layanan (X) mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 69,2% dan sisanya sebesar 30,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

f. Uji Hipotesis t

Menghitung ttabel menggunakan ketentuan berikut : $\alpha = 0,05$ (5%) dan Degree of Freedom (DF) = (N-2) atau $98 - 2 = 96$ dan t tabel= 1,984.

**Tabel 5
Uji Hipotesis
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	,676	,325		12,012	,000
1	Kualitas Layanan	,567	,101	,305	4,936	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t hitung $4,936 > 1,984$ (t tabel) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian ada pengaruh signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani.

Pembahasan

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani. Ini menggambarkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan nasabah maka semakintinggi pula kepuasan nasabah terhadap jasa keuangan pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana variabel (X) Kualitas layanan terhadap variabel (Y) Kepuasan Nasabah yaitu $Y = 0,676 + 0,567X$, artinya terdapat hubungan yang positif jika kualitas layanan meningkat satuan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,567.

Kualitas pelayanan dalam perspektif Islam merupakan bentuk evaluasi kognitif dari konsumen atas penyajian jasa oleh organisasi jasa yang menyandarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral dan sesuai kepatuhan yang telah dijelaskan oleh syariat Islam. Ketika pelayanan bagus maka itu akan meningkatkan kepuasan nasabah, ketika kepuasan nasabah meningkat maka akan meningkatkan jumlah nasabah. Kepuasan nasabah dalam pandangan islam merupakan tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima.

Penelitian yang sama dilakukan oleh Sandy Damara Putra dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Bengkel Mobil Montecarlo Group Surakarta). Menjelaskan nilai R Square (R^2) diperoleh 0,205 atau sebesar 20,5% sedangkan sisanya 79,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal selain variabel *independen* dalam regresi.

Berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis (t) diperoleh angka t hitung $4,936 > 1,984$ (t tabel) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani. Hal ini sejalan dengan teori pertukaran sosial (*Social Exchange Theory*) yang dikemukakan oleh West & Turner yang menyebutkan bahwa seseorang akan membalas perlakuan orang lain terhadap dirinya seperti apa yang orang lain perlakukan kepadanya.

Teori Pertukaran Sosial (*Social Exchange Theory*) menjelaskan hubungan antara kualitas layanan BSI (Bank Syariah Indonesia) dengan kepuasan dan loyalitas nasabah. Teori ini berpendapat bahwa interaksi sosial, termasuk dalam layanan perbankan, didasarkan pada perhitungan keuntungan dan kerugian yang dirasakan oleh nasabah. Jika nasabah merasa mendapatkan manfaat lebih besar (seperti layanan yang baik, kemudahan akses) daripada biaya yang dikeluarkan (seperti waktu, usaha, atau biaya administrasi), mereka akan merasa puas dan cenderung tetap setia pada bank. Sebaliknya, jika biaya dirasa lebih besar daripada manfaat, nasabah mungkin mempertimbangkan untuk beralih ke bank lain.

Teori Pertukaran Sosial (*Social Exchange Theory*) mendukung hasil penelitian ini dari segi persepsi nasabah mengenai keuntungan dan biaya dalam berinteraksi dengan bank. Teori ini menjelaskan bahwa nasabah akan merasa puas jika merasa mendapatkan manfaat lebih besar (keuntungan) dari interaksi dengan bank, dibandingkan dengan biaya yang mereka keluarkan (waktu, usaha, biaya administrasi). Hasil penelitian ini juga sesuai dengan prinsip syariah, dapat dilihat dari beberapa aspek. Pertama, dari sisi kualitas layanan, prinsip syariah menekankan pada kejujuran, transparansi, dan keadilan dalam setiap transaksi. Kedua, kepuasan nasabah diukur dari bagaimana layanan yang diberikan sesuai dengan prinsip syariah, seperti tidak adanya riba (bunga), serta sistem bagi hasil yang adil. Ketiga, aspek kepercayaan dan etika dalam pelayanan juga menjadi fokus utama dalam penilaian kepuasan nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa uji statistik persamaan regresi linier sederhana sebesar $Y = 0,676 + 0,567X$. Koefisien determinasi (R^2) = 0,692 (69,2%) yang artinya kualitas layanan mampu menjelaskan kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani yaitu sebesar 69,2% dan sisanya 30,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis t dapat diketahui thitung 4,936 lebih besar dari ttabel 1,984, maka H_0 ditolak H_1 diterima artinya kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pettarani.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Hamdani, dan Rambat Lupiodi. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. Salemba Empat.
- Abdul Wahab. (2022). Implementasi Maqashid Syariah dalam Operasional Audit Syariah pada Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Vol 6 No 2*.
- Abdullah, Muh. Ruslan., dan Fasiha. (2019). *Pengantar ISLAMIC ECONOMICS Mengenal Konsep dan Praktek Ekonomi Islam*. Makassar: Lumbung Informasi Pendidikan.
- Abu Husain Muslim bin Al-Hajjaj Al-Qusyairi An-Naisaburi. (2019). *Shahih Muslim Kitab. Adz-Dzikr, Wad-Du'a, Wat-Taubah, Wal-Istighfar*. Beirut- Libanon. Darul Fikri.
- Agus. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Nasabah PT Bank Mandiri Persero Cabang Pinrang*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Al Arif. (2020). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabet.
- Andi Alfianto Anugrah Ilahi. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Amsir Bunga Rampai Journal Vol 1 No 1*.
- Bakri, Adzan Noor, Umi Masruroh. (2021). Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Bank Berbasis Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah". *DINAMIS- Journal of Islamic Management And Bussines*. Vol. 1, No. 1.
- Buckhari, Alam. (2019). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Dewi Horman, Jemmry R. Winokan, Juliet Makinggung. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Pt. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado. *Jurnal MABP Vol 5 No 1*.
- Dewi, Gustis Ayu Putu Kusuma. (2022). *Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan*

- Nasabah dan Loyalitas Nasabah PT BPR Hoki di Kabupaten Tabanan*. Universitas Udayana Denpasar.
- Endang Shyta Triana. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Mitra Bayar Mandiri Taspen Kcp Kebumen. *Jurnal E-Bis:Ekonomi Bisnis Vol 7 No 2*.
- Farida, Beti Saniyatun. (2021). Pengaruh kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Religious Behavior Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Pada Produk Tabungan Bank Muamalat Cabang Pembantu Wonosobo). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol 4 No 2*.
- Fasiha. (2020). *Islamic Finance (Konsep dan Aplikasi dalam Lembaga Keuangan Syariah)*. Palopo. Laskar Perubahan.
- Febriana & Indah. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. *AN-NISBAH, Vol. 03, No. 01*
- Ghozali, Imam. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang. Ponegoro.
- Haris Ilham Prabowo. (2019). *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Dengan Variabel Promosi Sebagai Variabel Moderasi*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Hayati. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Bank BTN Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Physical Evidence Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada KPM PKH di Kecamatan Koroncong Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa (JRBMT) Vol 4 No 1*.
- Hermawan, Agus. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta. <http://www.bankbsi.co.id>
- Intan Monica Alma Sang. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana. *Productivity, Vol. 3 No. 2*.
- I Putu Darma Atmaja. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata Pebruari 2022, Vol. 2 No 1*.
- Isabella. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Konsep Ekonomi Islam Pada Pt. Bank Syariah Indonesia, Tbk Kcp Stabat, *Jurnal Perbankan Syariah Vol 1 No 2*.
- Ismail. (2019). *Perbankan Syariah*. Cetakan ke 5. Jakarta. Kencan.
- Januarisya Respati. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Bank

- BCA KCU Pusat Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 41 No.1*.
- Jhon Fernos. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking Pada Bank Pembangunan Daerah Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Pundi, Vol. 03, No. 02*.
- Kamir. (2022). *Bank dan lembaga keuangan lainnya*. Jakarta. PT Raja Grafindo.
- Khatimah Nur Rani. (2021). Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk dan Pelayanan di MR.Teto Yogyakarta. *Jurnal Fakultas Teknik: UNY*
- Khoerul Umah. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank XYZ. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan Vol 2 No 1*.
- Kevin Pratama, Aditia. (2021). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Poronogo*. Universitas Islam Indonesia. Jogjakarta.
- Latifa, Siti. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Atribut, Kepercayaan, dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. Salemba Empat.2021
- Mastura, Zainatun. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah*. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Mochamad Irfan. (2022). Studi Tentang Kualitas Layanan Perbankan Dan Kepuasan Nasabah. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan Vol 5 No 2*.
- Muhammad. (2019). *Manajemen Bank Syariah*. Jogjakarta. UUP Ampyek.
- Nadia Agustina dan Achmad Fauzi DH, (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Biaya Beralih, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan”, *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.64 No.1*.
- Nasfi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies, Vol 4 No 1*.
- Nurul Laily Abdulloh Putri, Wahyu Dwi Warsitasari. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Merger. *Wadiah: Jurnal Perbankan Syariah Vol 6, No 1*.
- Passe Logi Mus. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada PT Bank Papua Cabang Daerah Istmewa Jakarta*. Universitas Sanata Darma. Jogjakarta.
- Poerwadarminta. (2019). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Pratama, Yogi. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner, Kualitas Produk dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Moderasi*. Institut Agama Islam Negeri. Salatiga.
- Rasyid Abi Sandi. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Teknik Promosi Terhadap

- Kepuasan Nasabah Pada Bank SyariahIndonesia Kc Jenggolo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Financ eVolume 6 Nomor 1.*
- Qardawi, Yusuf. (2020). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta. GIP.
- Samsul & Ismawati. (2020). Tingkat Pemahaman Mahasiswa Terhadap Produk-Produk Perbankan Syariah. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah Vol 4 No 1.*
- Singgih santoso. (2020). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sudjana. (2019). *Metode Statistika*. Bandung. Tarsito.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*.Cetakan ke 4. Bandung. Alfabet.
- Susilowati Budiningsih. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan Vol 16 No 2.*
- Sri Zalelawati. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Multidisiplin Indonesia Vol 2 No 6.*
- Syaputri, Fenny. (2021). *Pengaruh kualitas Produk Tabungan ,Kualitas Layanan Internet Banking Dan Kepuasan nasabah sebagai variabel Intervening Pada Bank BNI Syariah*.Universitas Islam Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta. Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandi. (2021). *Service, quality, dan satisfaction* (edisi 4). Yogyakarta: Andi Offset
- Umar, Husein. (2019). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Wahjono, Imam Sentot. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank*. Cetakan Pertama Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Wahyuni, Try Endang. (2019). *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah*. Universitas PGRI Yogyakarta.
- Wirdayanti, Wahab. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Pekan Baru*. Sekolah Tinggi Ilmu EkonomiMahaputra Riau.
- Wirdiya, Ningsih. (2021). *Bank dan Asuransi Islam Indonesia Cetakan Ke 3*. Jakarta: Kencana Prinada Media
- Yaniawati, R. I. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung: PT Refika Aditama.