



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TABUNGAN MUDHARABAH TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DI SIDOARJO

Aliefian Hokka Aditama¹, & Fitri Nur Latifah²

^{1&2}*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*
Email : alifian234@gmail.com, fitri.latifah@umsida.ac.id

ABSTRAK

Pendirian lebih banyak bank syariah telah menyebabkan persaingan yang semakin ketat di antara mereka. Permasalahannya pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan *mudharabah* yang menjadi pertimbangan kepuasan nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan *mudharabah* terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Sidoarjo. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia di Sidoarjo yang menabung menggunakan tabungan *mudharabah* sebanyak 1000 orang sesuai wawancara dari pihak yang bersangkutan. Untuk sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah secara parsial dengan besar pengaruh sebesar 45,3%, Variabel Kualitas Produk Tabungan *Mudharabah* berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah secara parsial dengan besar pengaruh sebesar 64,6%. Dan hasil analisis uji koefisien determinasi menerangkan kemampuan Variabel Kualitas Pelayanan perbankan Syariah dan Produk Tabungan *Mudharabah* dalam menjelaskan variabel tingkat kepuasan nasabah adalah 80,8% dan sisanya yaitu 19,2% yang dijabarkan dengan variabel selain variabel tersebut yang tidak menjadi tema dalam riset ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Nasabah.

ABSTRACT

The establishment of more Islamic banks has led to increased competition between them. The problem is the influence of service quality and mudharabah savings product quality which is a consideration for customer satisfaction. This research aims to determine the relationship and influence of service quality and mudharabah savings product quality on the level of customer satisfaction of Bank Syariah Indonesia in Sidoarjo. In this research, the type of research used is a quantitative method. The population used in this research is Bank Syariah Indonesia customers in Sidoarjo who save using mudharabah savings as many as 1000 people according to interviews from the parties concerned. The sample used in this research was 100 people. The results of this research prove that the Service Quality variable has a direct and significant effect on the level of partial customer satisfaction with a large effect of 45.3%, the Mudharabah Savings Product Quality variable has a direct and significant effect on the level of partial customer satisfaction with a large effect of 64.6%. And the results of the coefficient of determination test analysis explain the ability of the variable Quality of Sharia Banking Services and Mudharabah Savings Products in explaining the variable level of customer satisfaction is 80.8% and the remaining 19.2% is explained by variables other than these variables which are not a theme in this research.

Keywords : Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Berkembangnya lembaga keuangan, baik konvensional maupun syariah, menandai perkembangan ekonomi Indonesia. Perkembangan perbankan syariah terjadi meskipun sistem perbankan konvensional sudah berkembang di negara tersebut (Iryani & Kristanto, 2022). Pendirian lebih banyak bank syariah telah menyebabkan persaingan yang semakin ketat di antara mereka. Akibatnya, muncul pertanyaan dasar tentang bagaimana kepuasan pelanggan bank syariah dapat dicapai, apa yang paling mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan bagaimana persepsi pelanggan tentang kepuasan di antara bank syariah yang saat ini berkembang. Nasabah merasa ada perubahan yang signifikan, sehingga mereka secara emosional memilih suatu bank syariah. Mereka juga dapat menganggap bahwa layanan bank syariah tidak berbeda satu sama lain (Cahyani, 2016).

Bank adalah institusi keuangan yang berfungsi sebagai penghubung antara kelebihan dan kekurangan unit. Bank melakukan dua tugas: menyalurkan dana dan mengumpulkan dana. Penyaluran dana dapat berupa pembiayaan dan pekreditan, serta pengumpulan dana dalam bentuk tabungan. Masyarakat lebih suka menyimpan uang di tabungan karena fakta bahwa bank adalah tempat yang dapat dipercaya untuk menyimpan uang mereka (Raihana, 2019).

Bank Syariah Indonesia harus menerapkan kualitas pelayanan dan strategi promosi yang mendorong produknya untuk tetap bersaing, sehingga pelanggan dapat mengetahui produk dan keunggulan perusahaan. Kualitas pelayanan juga mempengaruhi loyalitas pelanggan dan peningkatan hubungan mereka dengan bank. Pada saat ini, lembaga keuangan syariah mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia dengan sangat cepat, yang merupakan fakta yang sudah lama diketahui (Sandi & Latifah, 2023).

Kualitas layanan adalah setiap langkah yang diambil oleh bank syariah harus berfokus pada memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pentingnya layanan

bukan hanya digambarkan pada kepuasan nasabah yang baik saja tetapi juga pada penentuan komitmen. Orang-orang yang merasa senang dengan pelayanan yang didapat pada perbankan syariah akan lebih rentan menggunakannya secara berulang. Selain itu, kepuasan pelanggan juga mungkin memiliki efek domino dengan menyarankan orang lain tentang pengalaman positif mereka (Agustina & Krisnaningsih, 2023).

Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau jasa yang memungkinkannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas produk juga mengacu pada nilai unggul suatu produk dari perspektif kesesuaiannya dengan keinginan atau preferensi pengguna. Perusahaan yang dapat menyediakan produk berkualitas tinggi akan memiliki pengalaman pelanggan yang positif, yang akan menentukan apakah produk memenuhi harapan pelanggan atau tidak. Dengan memberikan produk yang berkualitas, tujuan adalah untuk mempengaruhi pilihan pelanggan tentang bagaimana mereka menggunakan produk tersebut. Produk yang berkualitas akan memberikan kemudahan bagi pelanggan sehingga mereka akan menggunakan produk tersebut secara aktif. Kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan dengan berbagai karakteristik kebutuhan keuangan mereka menunjukkan kualitas produk dalam lembaga keuangan syariah (Faruq, 2023).

Kepuasan nasabah adalah hasil dari perasaan dan harapan nasabah sebelum membeli produk atau jasa. Dengan kata lain, nasabah menerima kinerja yang mereka harapkan. Setiap bisnis harus memperhatikan dan meningkatkan kepuasan nasabahnya karena tingkat kepuasan nasabah ditentukan oleh harapan dan kenyataan ini, yang memiliki pengaruh besar terhadap kemampuan bank untuk meningkatkan keuntungan dan membuat nasabah senang. Harapan nasabah dan apa yang mereka terima dapat dibandingkan untuk menilai tingkat kepuasan mereka; nasabah akan senang jika hasilnya melebihi harapan mereka, dan nasabah tentu saja akan menjadi tidak puas jika hasilnya jauh dari harapan

mereka. Oleh karena itu, setiap bisnis harus memperhatikan dan meningkatkan kepuasan nasabah untuk meningkatkan loyalitas dan volume nasabah (Suhayati et al, 2022).

Perusahaan yang mempunyai kepedulian tinggi cenderung memberikan pengalaman yang baik untuk nasabahnya, karna hal ini dapat membangun tingkat puasnya nasabah. Potensi untuk menyediakan layanan yang cepat dan baik. benar-benar berarti karena ketika gagal ketika memberikan respon dapat menimbulkan pandangan yang tidak baik pada keunggulan jasa yang disediakan. aspek ketanggapan mencakup rasa tanggap pegawai dalam melayani konsumen dan yang tepat waktu dan juga respon (Maika, 2017).

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah sesuatu yang berkaitan dengan kondisi produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan, sehingga menimbulkan kepuasan pelanggan sesuai dengan harapan mereka. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan, sehingga kualitas menjadi unsur dari kebaikan. Ada lima dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan. Ini adalah:

1) Bukti fisik (*tangible*)

Pada aspek bukti fisik layanan perbankan syariah meliputi bukti objektif yang disediakan oleh perusahaan untuk mendukung standar layanan yang diberikan untuk nasabah. Beberapa konsep dan pemikiran dari penelitian-penelitian yang telah dinyatakan di atas memberikan pengertian yang lebih dalam mengenai signifikansi dan implikasi aspek bukti fisik dalam konsep perbankan syariah (Sari & Achsa, 2021).

2) Keandalan (*reliability*)

Keberadaan aspek keandalan menjadi standar yang menjadi pembeda antara perusahaan-perusahaan sejenis. Pentingnya keandalan ada pada dampak yang timbul mengenai tingkat puasnya

nasabah. Jika layanan tidak diberikan menurut apa yang sudah dijanjikan, tingkat puasnya nasabah akan mengalami penurunan (Andrianto et al, 2022).

3) Ketanggapan (*responsiveness*)

Aspek ketanggapan berhubungan dengan sikap anggota lembaga yang menyediakan jasa pelayanan yang sadar untuk mengatasi nasabah seperti mengenai suatu informasi ataupun yang masalah yang dikeluhkan. ketanggapan menjadi penting karena mereka yang bekerja di bidang perbankan menjadi penyalur untuk perusahaan dan nasabah. kesuksesan dalam mewujudkan hubungan positif bergantung pada daya tanggap yang tinggi dari pegawai yang mampu memberikan nilai yang baik untuk perusahaan (Khaliq, 2019).

4) Jaminan dan kepastian (*assurance*)

Aspek jaminan memfokuskan pada kesanggupan perusahaan untuk mendapatkan keyakinan nasabah bahwa perusahaan sanggup mengatasi segala bentuk keluhan tentang apa yang dirasakan oleh nasabahnya mengenai fasilitas yang disediakan. Hal ini menggambarkan bahwa rasa percaya yang dimiliki nasabah terhadap kesanggupan lembaga untuk melengkapi keinginan dan kebutuhannya sangat penting (Ismail, 2018).

5) Empati (*empathy*)

Dimensi empati diartikan berupa kemampuan perusahaan dalam menunjukkan perhatian yang tulus pada semua nasabahnya, memberikan kelancaran alur komunikasi, dan menyampaikan informasi dengan tepat dan setulusnya. Aspek empati mewujudkan nilai lebih tinggi untuk perusahaan, karena pelayanan baik untuk nasabah dapat meningkatkan rasa puas nasabah dan membangun loyalitas (Wahab, 2017).

Tidak hanya itu, lembaga keuangan mikro syariah harus memfokuskan tujuannya untuk peningkatan kualitas layanan yang

diberikan kepada pelanggannya. Ini karena meningkatkan citra layanan akan membuat pelanggan menjadi merasa puas dan nyaman yang membrikan dampak baik pada kebutuhan dan keinginan pelanggan yang dapat dipenuhi sesuai apa yang mereka harapkan. Hal ini akan membuat lembaga keuangan mikro syariah tersebut dipandang sebagai pelindung (Romdhoni & Ratnasari, 2018).

Kualitas Produk

Sebuah produk dalam perusahaan menjadi dasar pertama, tanpa sebuah inovasi resikonya lembaga dapat jatuh di persaingan usaha. karenanya, pencapaian lembaga bergantung pada sampai diamana mereka mampu memasarkan produk yang diminati pelanggan. Produk dimaksudkan bisa untuk melengkapi kebutuhan dan kemauan konsumen. Inilah yang menjadi dasar konsep penawaran, yaitu produk yang disediakan sesuai dengan keinginan pelanggan dapat lebih mudah untuk di tawarkan dan laku. (Latifah & Maika, 2019)

Kemampuan sebuah produk untuk memenuhi fungsinya, seperti ketahanan, kepercayaan, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan kemudahan reparasi, dikenal sebagai kualitas produk. Produk berkualitas tinggi yang dapat diandalkan dapat memudahkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, sehingga dapat mencapai tujuan mereka. Kualitas produk tabungan yang ditawarkan oleh perusahaan perbankan adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk menabung di bank. Jika perusahaan perbankan menawarkan produk tabungan dengan berbagai keuntungan dan nilai tambah, dan yang paling penting adalah sesuai dengan kebutuhan pelanggannya, perusahaan perbankan tersebut dapat menarik pelanggan untuk menabung (Ermawati & Sidiq, 2021).

Untuk menilai kualitas produk yang ditawarkan ada beberapa faktor yang bisa dijadikan acuan antara lain yaitu:

1.) Kinerja

Kinerja merupakan ciri utama atau fungsi dasar suatu produk. Kinerja adalah aspek fungsional dari produk inti yang dibeli dan juga dapat didefinisikan sebagai karakteristik pengoperasian dasar produk. Kinerja mengacu pada kemampuan mereka yang menjual produk secara online untuk memenuhi permintaan konsumen dan kemauan untuk memenuhi pesanan secara langsung. Kinerja di sini mengacu pada karakteristik produk inti, termasuk atribut yang dapat diukur dan aspek kinerja individu. Kinerja produk sering kali didasarkan pada preferensi subjektif pelanggan, yang bersifat universal (Hasanah, 2019).

2.) Fitur

Fitur adalah karakteristik tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk. Fitur juga didefinisikan sebagai aspek yang menambahkan fungsionalitas dasar terkait pilihan dan pengembangan produk. Definisi lainnya adalah fitur produk yang dibuat dengan tujuan untuk meningkatkan fungsionalitas suatu produk atau menarik minat pelanggan pada produk tersebut. Fitur memiliki fasilitas tambahan yang melengkapi produk inti. Fungsi-fungsi yang disediakan bank antara lain *mobile banking, online banking, SMS banking* dan fungsi lainnya yang bertujuan untuk memudahkan nasabah memperoleh informasi dan melakukan transaksi (Nur'aeni et al, 2021).

3.) Keandalan

Keandalan mengacu pada kemampuan pegawai bank dalam memberikan pelayanan dengan cepat dan memuaskan sesuai yang dijanjikan. Keandalan merupakan probabilitas suatu produk akan menjalankan fungsinya tanpa kegagalan, artinya dimensi ini berkaitan dengan konsistensi kinerja produk dalam kondisi tertentu. Keandalan kualitas produk mengacu pada kemungkinan bahwa produk akan beroperasi dengan baik dan memenuhi harapan pengguna dalam jangka waktu tertentu. Dalam

konteks perbankan, hal ini berarti bahwa layanan atau produk yang ditawarkan (seperti rekening tabungan, pinjaman, atau investasi) harus memberikan manfaat yang dijanjikan kepada nasabah secara andal (Daga, 2019).

4.) Kesesuaian,

Kesesuaian mengacu pada kesesuaian kinerja produk dengan standar yang ditentukan untuk produk tersebut. Ini adalah janji yang harus dipenuhi oleh produk. Ketika konsistensi ditemukan melebihi ekspektasi pelanggan, itulah puncak kepuasan. Namun jika pelanggan menerima produk di bawah standar, mereka akan merasa tidak puas dan kecewa. Kepuasan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kepuasan nasabah terhadap bank (Rahfizah et al, 2020)

5.) Estetika,

Aspek estetika adalah penciptaan produk yang dibuat dengan tujuan melengkapi kegunaan produk dan menambah tingkat minat konsumen pada produknya. Hal ini memberikan tanggapan bahwa karakteristik produk tidak hanya menjalankan kegunaan utamanya tetapi juga memberikan tambahan nilai yang dapat menarik pembeli. Pengelolaan keestetikan produk penting dalam mengembangkan rasa puas nasabah dalam waktu lebih panjang. Dengan menimbang karakter dari produk, lembaga dapat memberikan nilai mengenai potensi meningkatnya rasa puas nasabah pada jangka waktu pemakaian yang lebih panjang. Aspek estetika memberikan layanan dalam bentuk fisik atau non fisik yang stabil menarik dan dapat melengkapi kebutuhan pelanggan pada jangka waktu yang lebih panjang (Febriansyah et al, 2021).

Tingkat Kepuasan

Semua perusahaan ingin memuaskan keinginan konsumen. Selain penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memenuhi keinginan konsumen dapat berdampak signifikan pada keuntungan perusahaan.

Konsumen yang puas dengan produk dan layanan mereka biasanya akan membeli produk tambahan dan menggunakan layanan yang sama lagi di masa mendatang. Ini berarti bahwa kepuasan konsumen sangat penting bagi pembelian ulang produk yang merupakan sebagian dari pendapatan perusahaan (Ryandono & Wahyudi, 2018)

Kepuasan nasabah adalah suatu keadaan di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi, dan kepuasan nasabah adalah keadaan di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi. Oleh karena itu, kepuasan nasabah adalah tugas atau aktivitas yang sulit karena berbagai macam keinginan dan tujuan nasabah serta tingkat kemampuan dan pengetahuan pelanggan berbeda-beda (Nasfi et al, 2020).

Ada enam dimensi yang meliputi variabel tingkat kepuasan yaitu sebagai berikut :

- 1) *Compliance*: kemampuan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi dibawah prinsip-prinsip syariah.
- 2) *Assurance*: pengetahuan dan kesopanan karyawan (baik verbal dan tulisan) dan kemampuan mereka memberikan rasa aman dan percaya kepada pelanggan.
- 3) *Reliability*: kemampuan untuk memiliki performa layanan yang dijanjikan, dapat diandalkan dan akurat.
- 4) *Tangible*: aspek yang terlihat secara fisik misal peralatan, personel, dan bahan-bahan komunikasi.
- 5) *Emphaty*: kemampua karyawan untuk peduli dan memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan.
- 6) *Responsiveness*: keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.

METODE PENELITIAN

Karena subjek penelitian ini dapat diukur dan bersifat rasional, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif.

Penelitian kuantitatif berbasis pada positivisme dan digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel yang spesifik. Penelitian ini mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian dan menganalisisnya secara kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menilai hipotesis yang sudah ditentukan. Pendekatan secara kuantitatif ditujukan untuk mengukur teori, menciptakan kenyataan, memberikan petunjuk mengenai keterkaitan antara variabel satu dengan variabel lainnya, dan memberikan penjelasan berupa data. Dalam studi kuantitatif, keterkaitan antara variabel dan objek penelitian dianggap lebih bersifat sebab-akibat. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan variabel independen dan dependen, dan kemudian menghitung besarnya dampak dari variabel independen pada variabel lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel X1 (Kualitas Pelayanan) dan X2 (Kualitas Produk) terhadap Y (Kepuasan Nasabah). Alasan memilih jenis studi ini adalah peneliti ingin melihat besarnya dampak dari harapan nasabah pada rasa puas yang dimiliki nasabah (Sugiyono, 2011).

Yang dapat peneliti pelajari dari sampel tersebut, hasil akhirnya akan dapat digunakan sebagai populasi penelitian. karna itu sampel yang didapatkan dari kondisi objek diharuskan mewakili dengan sesuai (*representative*). Penelitian ini menggunakan teknik yang untuk mengambil sampel dengan menggunakan teknik *random sampling*. *Random sampling* yang merupakan metode *sampling* yang dapat menyatakan peluang yang sama pada bagian kondisi untuk ditentukan menjadi bagian sampel. Dengan itu, penetapan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus slovin seperti dibawah ini.

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

$$n = \frac{1000}{1 + (1.000 \times (0,1)^2)}$$

$$n = 90,90$$

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel

dengan cara teknik sampling insidental dan ukuran sampel untuk penelitian ini adalah 100 orang.

Teknik analisis data adalah teknik yang digunakan untuk mengelola hasil penelitian guna memperoleh kesimpulan. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Informasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu memakai informasi primer yang didapatkan secara langsung di tempat penelitian. Instrumen yang pakai yaitu menggunakan kuesioner dalam *Link Jotform* Penyebaran kuesioner dilakukan mulai tanggal 20 Oktober 2024–24 Oktober 2024 kepada seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia. Jumlah kuesioner yang didapat sejumlah 100 kuesioner. Dibawah ini adalah beberapa hasil pengujian yang dilakukan untuk memperoleh hasil penelitian:

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mengukur apa yang ingin diukur. Dengan kata lain, uji validitas bertujuan untuk mengukur ketepatan dan kecermatan alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini.

Data variabel dinyatakan valid jika mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Dikatakan tidak valid apabila r hitung lebih kecil r tabel dan nilai signifikansi lebih dari 0,05. r tabel pada tabel yang dicantumkan dalam riset yang dilakukan oleh peneliti dengan jumlah sampel n : 100 senilai 0,1966 dengan memakai nilai signifikansi $\alpha = 0.05$

Teknik yang digunakan adalah dengan melakukan korelasi antar point pernyataan dengan keseluruhan variabel. Teknik ini membandingkan nilai r tabel. Nilai tersebut dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji sisi jumlah data (n) =100, dimana $df = n-2$ sehingga $df = 98$ maka r tabel 0,1966.

Dalam penelitian ini hasil uji program SPSS. Hasil yang diperoleh sebagai validitas dan realibilitas menggunakan berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No.	r hitung	r tabel	Nilai Sig.	Keterangan
1	0,494	0,1966	0,000	Valid
2	0,519	0,1966	0,000	Valid
3	0,421	0,1966	0,000	Valid
4	0,484	0,1966	0,000	Valid
5	0,497	0,1966	0,000	Valid
6	0,533	0,1966	0,000	Valid
7	0,581	0,1966	0,000	Valid
8	0,441	0,1966	0,000	Valid
9	0,522	0,1966	0,000	Valid
10	0,481	0,1966	0,000	Valid
11	0,532	0,1966	0,000	Valid
12	0,564	0,1966	0,000	Valid
13	0,433	0,1966	0,000	Valid
14	0,535	0,1966	0,000	Valid
15	0,514	0,1966	0,000	Valid
16	0,567	0,1966	0,000	Valid
17	0,570	0,1966	0,000	Valid
18	0,475	0,1966	0,000	Valid
19	0,556	0,1966	0,000	Valid
20	0,500	0,1966	0,000	Valid
21	0,431	0,1966	0,000	Valid
22	0,545	0,1966	0,000	Valid
23	0,437	0,1966	0,000	Valid
24	0,568	0,1966	0,000	Valid
25	0,532	0,1966	0,000	Valid

Sumber : Data Olahan (2025)

Pada tabel 1 menunjukkan hasil uji validitas kuesioner dari variabel Kualitas Pelayanan (X1). Dari hasil uji validitas yang didapatkan pada tabel 1 dapat dilihat bahwa setiap item pernyataan dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari r tabel ($r \text{ hitung} > 0,1966$) dan nilai signifikansinya kurang dari 0,05.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)

No.	r hitung	r tabel	Nilai Sig.	Keterangan
1	0,494	0,1966	0,000	Valid
2	0,519	0,1966	0,000	Valid
3	0,421	0,1966	0,000	Valid
4	0,484	0,1966	0,000	Valid
5	0,497	0,1966	0,000	Valid
6	0,533	0,1966	0,000	Valid
7	0,581	0,1966	0,000	Valid
8	0,441	0,1966	0,000	Valid
9	0,522	0,1966	0,000	Valid
10	0,481	0,1966	0,000	Valid
11	0,532	0,1966	0,000	Valid
12	0,564	0,1966	0,000	Valid
13	0,433	0,1966	0,000	Valid
14	0,535	0,1966	0,000	Valid
15	0,514	0,1966	0,000	Valid
16	0,567	0,1966	0,000	Valid
17	0,570	0,1966	0,000	Valid
18	0,475	0,1966	0,000	Valid
19	0,556	0,1966	0,000	Valid
20	0,500	0,1966	0,000	Valid

21	0,431	0,1966	0,000	Valid
22	0,545	0,1966	0,000	Valid
23	0,437	0,1966	0,000	Valid
24	0,568	0,1966	0,000	Valid
25	0,532	0,1966	0,000	Valid

Sumber : Data Olahan (2025)

Pada tabel 2 menunjukkan hasil dari uji validitas kuisisioner pada variabel Kualitas Produk (X2). Dari hasil uji validitas yang didapatkan pada tabel 2 dapat dilihat bahwa

setiap item pernyataan dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari r tabel (r hitung $>$ 0,1966) dan nilai signifikansinya kurang dari 0,05.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)

No.	r hitung	r tabel	Nilai Sig.	Keterangan
1	0,500	0,1966	0,000	Valid
2	0,495	0,1966	0,000	Valid
3	0,541	0,1966	0,000	Valid
4	0,559	0,1966	0,000	Valid
5	0,537	0,1966	0,000	Valid
6	0,317	0,1966	0,000	Valid
7	0,531	0,1966	0,000	Valid
8	0,497	0,1966	0,000	Valid
9	0,642	0,1966	0,000	Valid
10	0,530	0,1966	0,000	Valid
11	0,435	0,1966	0,000	Valid
12	0,513	0,1966	0,000	Valid
13	0,550	0,1966	0,000	Valid
14	0,539	0,1966	0,000	Valid
15	0,556	0,1966	0,000	Valid
16	0,428	0,1966	0,000	Valid
17	0,409	0,1966	0,000	Valid
18	0,481	0,1966	0,000	Valid
19	0,531	0,1966	0,000	Valid
20	0,510	0,1966	0,000	Valid
21	0,469	0,1966	0,000	Valid
22	0,541	0,1966	0,000	Valid
23	0,439	0,1966	0,000	Valid
24	0,513	0,1966	0,000	Valid
25	0,569	0,1966	0,000	Valid
26	0,442	0,1966	0,000	Valid
27	0,491	0,1966	0,000	Valid
28	0,456	0,1966	0,000	Valid
29	0,416	0,1966	0,000	Valid
30	0,466	0,1966	0,000	Valid

Sumber : Data Olahan (2025)

Pada tabel 3 menunjukkan hasil dari uji validitas kuisisioner pada variabel Kepuasan Nasabah (Y). Dari hasil uji validitas yang didapatkan pada tabel 3 dapat dilihat bahwa setiap item pernyataan dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari r tabel (r hitung $>$ 0,1966) dan nilai signifikansinya kurang dari 0,05.

Alpha, karena koefisien model ini digunakan untuk menentukan reliabilitas variabel di semua dimensi. Apabila koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,60 atau lebih tinggi, maka instrumen penelitian mempunyai tingkat reliabilitas yang cukup. Berikut tabel hasil dari uji reliabilitas yang telah dilakukan :

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's*

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	85,6%	reliabel
Kualitas Produk Tabungan (X2)	88,0%	reliabel
Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)	89,4%	reliabel

Sumber : Data Olahan (2025)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* variabel Kualitas Pelayanan (X1) yaitu 85,6% > 60%, variabel Kualitas Produk (X2) yaitu 85,6% > 60% dan variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) yaitu 89,4% > 60%. Maka setiap variabel yang diujikan reliabel atau konsisten, memiliki tingkat realibilitas yang baik sehingga data yang diperoleh dari

angket yang disebar dikatakan dapat dipercaya dan dianalisa.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini adalah model analisis regresi yang mencakup variabel dengan beberapa ndependent. Analisis ini dilakukan dalam penelitian dengan tujuan menentukan dampak *servant leadership* dan perjanjian pada performa pegawai.

Tabel 5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	11,700	6,072		1,927	,057
	Kualitas Pelayanan	,453	,099	,365	4,587	,000
	Kualitas Produk	,646	,090	,573	7,210	,000

a. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan

Sumber : Data Olahan (2025)

Dari hasil tabel 5 diatas dapat dilihat model persamaan regresinya seperti dibawah ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 11,700 + 0,453 + 0,646$$

Menurut kesamaannya tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

- 1.) Nilai a adalah 11,700 adalah keadaan variabel Tingkat Kepuasan Nasabah tidak terpengaruh dengan variabel yang lain yakni variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk, apabila variabel indepeden tidak dicantumkan sehingga tidak ada yang berubah dari variabel dependen.

- 2.) b1 dalam variabel Pelayanan (X1) adalah 0,453 menyatakan yakni variabel X1 berhubungan secara positif pada performa pegawai.

- 3.) b2 dalam variabel Produk (X2) adalah 0,646 yang artinya mempunyai hubungan positif. Maka dapat diambil hasil yaitu variabel Produk tabungan berhubungan secara positif dengan Kepuasan Nasabah

Uji Parsial (Uji t)

Adapun hasil dari uji t dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 6. Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	
	B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	11,700	6,072		1,927	,057
	Kualitas Pelayanan	,453	,099	,365	4,587	,000
	Kualitas Produk	,646	,090	,573	7,210	,000

a. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan

Sumber : Data Olahan (2025)

a) Uji t terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Hasil yang didapat dari tabel 6. Variabel kualitas pelayanan (X1) secara statistik menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,00 < 0,05$) dan t hitung $> t$ tabel ($4,587 > 1,660$) berarti terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara Kualitas Pelayanan pada Tingkat Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia wilayah Sidoarjo.

b) Uji t terhadap variabel Kualitas Produk (X2)

Hasil yang didapat pada tabel 6. Variabel Kualitas Produk (X2) secara statistik menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,00 < 0,05$) dan t hitung $> t$ tabel ($7,210 > 1,660$) berarti terdapat

pengaruh variabel X terhadap variabel Y. sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara Kualitas Pelayanan pada Tingkat Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia wilayah Sidoarjo.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F hitung digunakan agar mendapatkan hasil benarkah variabel independen secara bersamaan (stimultan) berpengaruh pada variabel dependen. Rumus dasar pengambilan keputusan Uji F:

a) jika nilai sig. $< 0,05$ atau F hitung $> F$ tabel maka variabel bebas secara stimultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya.

b) Jika nilai sig $> 0,05$ atau F hitung $< F$ tabel maka variabel bebas secara stimultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikatnya.

Tabel 7. Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7163,917	2	3581,959	204,062	,000 ^b
	Residual	1702,673	97	17,553		
	Total	8866,590	99			

a. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data Olahan (2025)

Berdasarkan tabel 7 nilai f hitung diperoleh 204,062 dengan nilai signifikasinya 0,000 karena nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dan nilai f hitung lebih besar dari f tabel ($204,062 > 3,08$) maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan atau bersama sama terdapat pengaruh yang

signifikan atau berarti kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia wilayah Sidoarjo.

Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi atau Uji R square merupakan besarnya kontribusi variabel bebas pada variabel yang terikat. Semakin tinggi koefisien determinasinya,

semakin tinggi kemampuan variabel bebas mengenai hasil uji R dapat dilihat pada tabel dalam menjelaskan variasi perubahan pada 8 di bawah ini: variabel yang terikat. Selengkapnya

Tabel 8. Uji Koefisien determinasi (R)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,899 ^a	,808	,804	4,18967

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan Nasabah

Sumber : Data Olahan (2025)

Dari tabel tersebut dinyatakan uji koefisien determinasi berganda atau *R square* menghasilkan nilai 0,808 atau 80,8%. maka dapat dijabarkan variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan mencerminkan variabel Tingkat Kepuasan Nasabah senilai 80,8% pada riset ini dan sisanya sebesar 19,2% menjelaskan tentang variabel lain yang tidak menjadi tema pada riset yang dilakukan.

Kualitas Pelayanan Perbankan Syariah berpengaruh Secara Langsung Dan Signifikan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah

Analisis pengujian yang dilakukan melalui pengukuran uji t menghasilkan nilai Kualitas Pelayanan dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai t hitung $> t$ tabel atau ($4,587 > 1,660$) Dilain itu hasil uji R pada variabel Kualitas Pelayanan adalah $b = 0,453$, maka dapat ditarik kesimpulan terdapat pengaruh positif dan parsial pada variabel X terhadap variabel Y. sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara Kualitas Pelayanan perbankan syariah pada Tingkat kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia wilayah Sidoarjo. Dan dapat diartikan Tingkat Kepuasan Nasabah meningkat sebesar 45,3%.

Berdasarkan capaian riset yang dilaksanakan, menunjukkan yakni tingkat kepuasan nasabah bisa terwujud beberapadisebabkan oleh faktor kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah Indonesia. Diantaranya:

a.) Dalam Aspek Bukti Fisik, Bank Syariah Indonesia memiliki mesin ATM terus beroperasi 24 jam, pegawai Bank Syariah

Indonesia selalu berpenampilan menarik dan sopan, Tampilan awal (*display*) Bank Syariah Indonesia mendapatkan perhatian dan kegunaan, Fasilitas ruang antrian yang diberikan nyaman, bersih dan rapi, dan Area Parkir Bank Syariah Indonesia luas dan memadai untuk nasabah.

b.) Dalam Aspek Keandalan, Bank Syariah Indonesia memiliki pelayanan yang diberikan Bank Syariah Indonesia sesuai dengan apa yang ditawarkan, karyawan Bank Syariah Indonesia memberikan pelayanan lebih cepat dalam waktu, Pegawai Bank Syariah Indonesia dapat dikatakan kurang dalam melakukan kesalahan pelayanan nasabah, Pegawai Bank Syariah Indonesia menjadi andalan nasabah dalam mengatasi masalah yang dihadapi, Pegawai Bank Syariah Indonesia dapat menangani dan menyelesaikan masalah/komplain nasabah sesuai waktu yang di berikan.

c.) Dalam Aspek Ketanggapan, Bank Syariah Indonesia mewajibkan pegawainya dapat menyampaikan informasi dengan menyeluruh dan tepat tentang produk dan layanan yang dimiliki, *Customer Service/Teller* Bank Syariah Indonesia akan terus sigap mengatasi kesulitan/masalah yang dihadapi nasabah, Pegawai Bank Syariah Indonesia responsif dalam menangani masalah yang dikeluhkan nasabah, satpam yang bertugas siap bersedia menawarkan bantuan pada nasabah tanpa diminta, Pegawai Bank Syariah Indonesia responsif dan cepat mengatasi masalah yang dialami nasabah.

- d.) Dalam Aspek Jaminan, Bank Syariah Indonesia memberikan rasa aman dan percaya pada saat nasabah menyampaikan keluhan/masalah, Bank Syariah Indonesia memberikan jaminan untuk kerahasiaan data/transaksi nasabah, Bank Syariah Indonesia sanggup menyampaikan informasi dengan lengkap pada nasabah secara sopan dan santun, Bank Syariah Indonesia memberikan kenyamanan untuk nasabah ketika mengambil uang tunai menggunakan mesin ATM, dan Bank Syariah Indonesia menyediakan kenyamanan untuk nasabah ketika bertransaksi.
- e.) Dalam Aspek Empati, Bank Syariah Indonesia Selalu menjelaskan dengan cara yang sopan dan merespon dengan baik ketika nasabah mengajukan keluhan terkait produk Bank Syariah Indonesia, pada pelayanannya, pegawai Bank Syariah Indonesia tidak lupa bersikap ramah, sopan, dan selalu menyebutkan nama nasabah, Bank Syariah Indonesia selalu menyampaikan informasi bila terdapat kendala pada mesin ATM/Aplikasi *Mobile*, karyawan Bank Syariah Indonesia selalu berupaya mengatasi dan memberikan solusi yang terbaik pada masalah yang dihadapi nasabah, menyampaikan informasi jelas dengan baik dan sopan saat merespon yang dikeluhkan nasabah mengenai dengan produk Bank Syariah Indonesia.

Kualitas Produk Tabungan Mudharabah berpengaruh Secara Langsung Dan Signifikan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah

Analisis pengujian yang dilakukan melalui pengukuran uji t menghasilkan nilai kualitas produk tabungan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 > 0,05$) dan nilai t hitung $> t$ tabel ($7,210 > 1,660$). Dilain itu hasil uji R adalah $b = 0,646$. maka dapat ditarik kesimpulan terdapat pengaruh positif dan parsial pada variabel X terhadap variabel Y. sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh

secara parsial antara kualitas Produk Tabungan *Mudharabah* pada Tingkat Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia wilayah Sidoarjo. Hingga dapat ditarik kesimpulan yakni kualitas produk tabungan *mudharabah* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia wilayah Sidoarjo. dan ini berarti terjadi kenaikan nilai tingkat kepuasan nasabah sebesar 64,6%.

Kualitas Pelayanan Perbankan Syariah dan Produk Tabungan Mudharabah Berpengaruh Secara Simultan Dan Signifikan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah

Analisa pengujian yang dilakukan melalui pengukuran uji f menghasilkan nilai Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan f hitung $> f$ tabel ($204,062 > 3,087$). Hingga dapat ditarik kesimpulan yakni kualitas layanan perbankan syariah dan Kualitas Produk Tabungan *Mudharabah* secara bersamaan terdapat pengaruh atau bersamaan pada variabel Tingkat kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia wilayah Sidoarjo. Hasil analisis uji koefisien determinasi menerangkan kemampuan Variabel Kualitas Pelayanan perbankan Syariah dan Produk Tabungan *Mudharabah* dalam menjelaskan variabel tingkat kepuasan nasabah adalah 80,8% dan sisanya yaitu 19,2% yang dijabakan dengan variabel selain variabel tersebut yang tidak menjadi tema dalam riset ini. Dari hasil tersebut dapat menjelaskan jika riset ini relevan dengan teori yang menyampaikan jika kesuksesan dalam tingkat kepuasan nasabah dapat diwujudkan melalui pengembangan kualitas pelayanan dengan melakukan berbagai pendekatan. Hal ini berarti juga jika semakin baik kualitas produknya maka peningkatan kepuasan nasabah akan mengikutinya serta memiliki sifat dan ciri produk yang khas sehingga dapat melengkapi keinginan dan kebutuhan nasabah dan puas dengan produk yang diambil, oleh karena itu, dengan saling

memberikan keuntungan melalui pemanfaatan Pelayanan Perbankan Syariah dengan produk tabungan *mudharabah* maka dapat mewujudkan dan meningkatkan kepuasan nasabah.

KESIMPULAN

Riset yang dilaksanakan tentang pengaruh kualitas pelayanan perbankan syariah dan produk tabungan *mudharabah* pada tingkat kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Sidoarjo dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan perbankan syariah memberikan pengaruh secara langsung dan signifikan pada tingkat kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia, variabel kualitas produk tabungan *mudharabah* memberikan pengaruh secara langsung dan signifikan pada tingkat kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia dan variabel pengaruh kualitas pelayanan perbankan syariah dan kualitas produk tabungan *mudharabah* memberikan pengaruh secara simultan dan signifikan pada kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Sidoarjo.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Dinda Ayu., & Krisnaningsih, Diah. 2023. Pengaruh Penggunaan BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah di BSI Cabang Jenggolo. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 6(1), p. 179–191.
- Andrianto, Imam Kukuh., Sudarwanto, Tri., & Haryanti, Peni. 2022. Pengaruh performance, reliability, and trust terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking BRI Syariah KC Jombang. *Journal of Islamic Economics Studies*, 3(2), p. 91–99
- Cahyani, Putri Dwi. 2016. Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta. *Sensi : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), p. 151–162.
- Daga, Rosnaini. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Tabunganku Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Sulselbar Kantor Cabang Belopa. *AkMen Jurnal Ilmiah*, 16(1), p. 110–121.
- Ermawati, Citra., & Sidiq, Asah Wiari. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pt Bank Mandiri (Persero) Tbk KCP Kendal Boja. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(3), p. 211–219.
- Faruq, Umarul., & Jennah, Nurul. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung pada Produk Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong. *Journal of Sharia Management and Business*, 3(1), p. 22–34.
- Febriansyah, Erwin., Fratnesi., & Pratiwi, Ivosine. 2021. Analisis Karakteristik Kualitas Produk Perbankan Syariah Dalam Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Bni Syariah. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), p. 15–28.
- Hasanah, Fadhilatul. 2019. Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang pada Bank Syariah. *Balance : Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), p. 485–495.
- Iryani, Riza Mega., & Kristanto, Rudi Suryo. 2022. Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah, Religiusitas, Lingkungan Sosial, Dan Uang Saku Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng). *Magisma : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), p. 191–202.
- Ismail. 2018. *Manajemen Perbankan*. Prenada Media Group. Jakarta.
- Khaliq, Restu. 2019. Pengaruh Kualitas

- Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan. *Relevance: Journal of Management and Business*, 2(1), p. 177–188.
- Latifah, Fitri Nur., & Maika, M. Ruslianor. 2019. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. UMSIDA Press. Jawa Timur.
- Maika, M. Ruslianor. 2017. *Buku Ajar Ekonomi Islam*. UMSIDA PRESS. Jawa Timur.
- Nasfi., Rahmad., & Sabri. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Journal of Economic Studies*, 4(1), p. 19–39.
- Nur'aeni., Susanti, Susi., & Mintarsih, Mimin. 2021. Pengaruh Fitur , Kualitas Produk dan Bagi Hasil terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Rancaekek. *Indonesian Journal of Economics and Management*, 2(1), p. 1–15.
- Rahfizah, Raudhatul Zahrah., Supaino., & Kholil, Ahmad. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan Ib Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Medan. *Jurnal Nisbah*, 6(1), p. 23–29.
- Raihana, Siti., & Aulia, Riza. 2019. Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya). *Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), p. 110–123.
- Romdhoni, Abdul Haris., & Ratnasari, Dita. 2018. Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), p. 136–147.
- Ryandono, Muhamad Nafik Hadi., & Rofiul, Wahyudi. 2018. *Manajemen Bank Islam*. UAD Press. Yogyakarta.
- Sandi, Rasyid Abi., & Latifah, Fitri Nur. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Teknik Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC Jenggolo. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 6(1), p. 358–370.
- Sari, Dian Purwita., & Achsa, Andatu. 2021. Analisis Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Magelang. *Jurnal Bisnismen : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), p. 15–27.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (mixed methods)*. Alfabeta. Bandung.
- Suhayati, Yoannisa Fitriani., Maulina, Azri Nur., & Adji, Widwi Handari. 2022. Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI Dan BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), p. 1681–1695.
- Wahab, Wirdayani. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(1), p. 51–66.