

The Effect of Service Quality and Sharia Bank Values on Customer Satisfaction of Bank BSI KCP Ahmad Yani Sidoarjo

Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai-Nilai Syariah Bank terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI KCP Ahmad Yani Sidoarjo

Mochammad Rafly Kurniawan¹⁾, Masruchin²⁾

¹⁾Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: masruchin@umsida.ac.id

Abstract. This study aims to analyze the effect of service quality and sharia values on customer satisfaction of Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Ahmad Yani Sidoarjo. By using an explanatory approach, this study examines the causal relationship between independent variables (service quality and sharia values) and the dependent variable (customer satisfaction). Data were collected through questionnaires distributed to 100 BSI customers with probability sampling method. The results of the study are expected to provide insight into how much influence service quality and the application of sharia values have on customer satisfaction, as well as provide recommendations for improving services and sharia compliance at BSI.

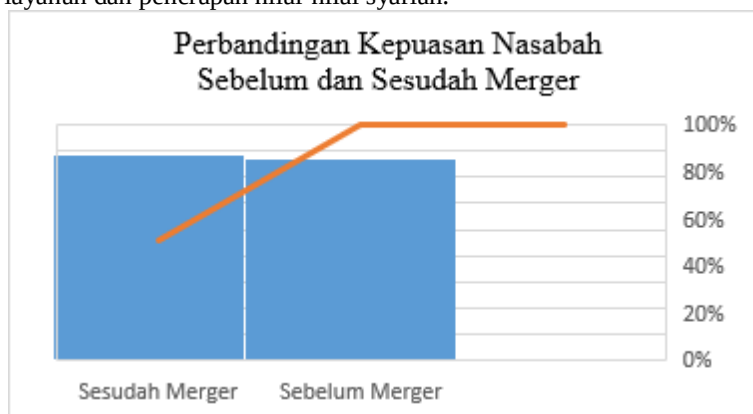
Keywords - Service Quality, Sharia Values, Customer Satisfaction, Islamic Banking

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan nilai-nilai syariah terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Ahmad Yani Sidoarjo. Dengan menggunakan pendekatan eksplanatori, penelitian ini menguji hubungan kausal antara variabel independen (kualitas layanan dan nilai-nilai syariah) dan variabel dependen (kepuasan nasabah). Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 nasabah BSI dengan metode pengambilan sampel probabilitas. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan tentang seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan penerapan nilai-nilai syariah terhadap kepuasan nasabah, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan layanan dan kepatuhan syariah di BSI.

Kata Kunci - Kualitas Layanan, Nilai – Nilai Syariah, Kepuasan Nasabah, Bank Syariah

I. PENDAHULUAN

Sektor perbankan syariah di Indonesia, khususnya Bank Syariah Indonesia (BSI), telah mengalami pertumbuhan pesat sejak 1980-an. Sejak merger BSI pada tahun 2021, bank ini berupaya untuk meningkatkan kualitas layanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah dalam operasinya. Penelitian ini meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah BSI, khususnya di kantor cabang pembantu Sidoarjo, dengan fokus pada dua variabel utama: kualitas layanan dan penerapan nilai-nilai syariah.



Gambar 1. Grafik Perbandingan Kepuasan Nasabah Sebelum Dan Sesudah Merger.

Salah satu hasil dari integrasi Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah peningkatan kepuasan nasabah rata-rata dari 3.85 sebelum merger menjadi 3.94 setelah merger. Langkah-langkah untuk menggabungkan layanan, pengenalan sistem digital yang lebih baik, dan peningkatan operasional di berbagai bagian organisasi mendukung perubahan ini (Khaira, 2022). Selain itu, kepuasan nasabah meningkat karena upaya BSI untuk menangani masalah awal

pascamerger, seperti adaptasi sistem dan manajemen keluhan nasabah (Putri, 2023). Meskipun peningkatan ini terlihat kecil secara numerik, ini merupakan perubahan yang signifikan dalam industri perbankan karena indeks kepuasan biasanya berubah secara perlahan. BSI harus terus mengembangkan dan memenuhi kebutuhan klien melalui pengelolaan yang lebih baik dan responsif untuk mempertahankan tren ini.

Beberapa penelitian sebelumnya, seperti oleh Rasyid Abi Sandi dan Fitri Nur Latifah (2023) di BSI KC Jenggolo, Sidoarjo, serta Nurul Laily Abdulloh Putri (2022) pasca-merger BSI, telah mengkaji hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah (Nurul Laily Abdulloh Putri, 2022). Selain itu, penelitian oleh Nurlaila menunjukkan bahwa nilai-nilai syariah, kualitas layanan, dan keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun, penelitian ini belum menyelidiki pengaruh gabungan antara kualitas layanan dan penerapan nilai-nilai syariah secara langsung terhadap kepuasan nasabah di BSI Sidoarjo (Nurlaila et al., 2022).

Penelitian ini mengisi kesenjangan dengan menggabungkan dua faktor utama yang belum banyak dikaji secara bersamaan seperti kualitas layanan dan penerapan nilai-nilai syariah, untuk memperoleh pemahaman yang lebih holistik tentang kepuasan nasabah. Fokus penelitian pada BSI KCP Ahmad Yani di Sidoarjo, yang mempertimbangkan konteks lokal dan karakteristik nasabah di wilayah tersebut, merupakan kebaruan dibandingkan penelitian sebelumnya yang tidak menekankan aspek lokal atau tidak menggabungkan kedua faktor tersebut.

Penelitian ini penting untuk memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai elemen-elemen yang mempengaruhi kepuasan nasabah BSI, khususnya terkait dengan kualitas layanan dan konsistensi penerapan nilai-nilai syariah. Pemahaman ini dapat membantu BSI meningkatkan kualitas layanannya, memperbaiki kepuasan nasabah, dan meningkatkan daya saing perbankan syariah di Indonesia serta memperkuat posisinya sebagai pusat ekonomi dan keuangan syariah global.

Judul penelitian dipilih untuk mencerminkan fokus pada dua variabel utama, yaitu kualitas layanan dan penerapan nilai-nilai syariah, yang saling memengaruhi dalam menentukan kepuasan nasabah di BSI. Pemilihan tempat penelitian di BSI KCP Ahmad Yani Sidoarjo penting karena memberikan kesempatan untuk menggali faktor-faktor yang spesifik bagi nasabah di daerah tersebut, yang belum banyak dibahas dalam literatur sebelumnya.

II. METODE

Jenis penelitian eksplanatori digunakan dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memeriksa dan menganalisis hubungan kausal antara dua variabel independen: nilai syariah dan kepuasan nasabah Bank BSI Sidoarjo. Variabel dependen adalah kepuasan nasabah. Jenis penelitian ini cocok karena dapat menguji hipotesis untuk menjelaskan pengaruh antar variabel secara empiris. (Rahman, D., Lely, S. W., & Soleh, 2014). Selanjutnya, variabel tersebut dicari untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh variabel X1 (Kualitas Pelayanan) dan X2 (Nilai-Nilai Syariah) terhadap Y (Kepuasan Nasabah). Pilihan jenis penelitian ini didasarkan pada keinginan peneliti untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dan harapan yang dimiliki nasabah terhadap kepuasan nasabah. Nasabah Bank BSI KCP Ahmad Yani Sidoarjo, yang berjumlah 4,435 orang, adalah subjek penelitian ini. Probabilitas sampel adalah metode pengumpulan sampel di mana sampel dipilih berdasarkan standar. Untuk menentukan pengambilan sampel, gunakan rumus slovin:
$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Responden

N = Ukuran Populasi

e = 0,1% atau 10%

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{4,435}{1 + 4,435(0,10)^2}$$

$$n = \frac{4435}{1 + 44,35} = \frac{4435}{45,35} = 97,81746 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Data dikumpulkan melalui angket kuesioner yang dibagikan kepada responden dan diskusi online yang dikenal sebagai "JotForm". Responden yang merupakan nasabah yang menggunakan Bank BSI, tujuannya berkomitmen untuk menunjukkan kejujuran melalui penilaian skala likert (Amalia & Masruchin, 2023), (Jaya, 2020).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Informasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu memakai informasi primer yang didapatkan secara langsung di tempat penelitian. Instrumen yang pakai yaitu menggunakan kuisioner dalam Link Jotform Penyebaran kuisioner dilakukan mulai tanggal 1 Maret 2025 – 3 Maret 2025 kepada seluruh Nasabah Bank Syariah Indonesia. Jumlah kuisioner yang didapat sejumlah 100 Kuisioner. Dibawah ini adalah beberapa hasil pengujian yang dilakukan untuk memperoleh hasil penelitian:

A. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Data variabel dinyatakan valid jika mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar r_{tabel} dan nilai signifiknasi $<0,05$. Dikatakan tidak valid apabila r_{hitung} lebih kecil r_{tabel} dan nilai signifikansi $>0,05$. r_{tabel} pada tabel yang dicantumkan dalam riset yang dilakukan oleh peneliti dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden senilai 0,1964 dengan memakai taraf nyata $\alpha = 0.05$ atau 5%. Dibawah ini adalah hasil uji validitas dari kuisioner dari beberapa variabel riset ini adalah sebagai berikut:

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

No.	r hitung	r tabel	Nilai Sig.	Keterangan
1	0,459	0,1966	0,000	Valid
2	0,408	0,1966	0,000	Valid
3	0,280	0,1966	0,000	Valid
4	0,307	0,1966	0,000	Valid
5	0,312	0,1966	0,000	Valid
6	0,350	0,1966	0,000	Valid
7	0,289	0,1966	0,000	Valid
8	0,400	0,1966	0,000	Valid
9	0,497	0,1966	0,000	Valid
10	0,317	0,1966	0,000	Valid
11	0,386	0,1966	0,000	Valid
12	0,323	0,1966	0,000	Valid

Dari data tersebut menyatakan kesimpulan uji validitas kuisioner pada variabel Kualitas Layanan (X1). Pada tabel tersebut dapat dilihat hasilnya yang disimpulkan variabel setiap instrument pertanyaan dikatakan sesuai atau valid dengan r_{hitung} lebih besar r_{tabel} ($r_{\text{hitung}} > 0,1966$) dan nilai signifikansinya $<0,05$.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Nilai-Nilai Syariah (X2)

No.	r hitung	r tabel	Nilai Sig.	Keterangan
1	0,323	0,1966	0,000	Valid
2	0,503	0,1966	0,000	Valid
3	0,410	0,1966	0,000	Valid
4	0,362	0,1966	0,000	Valid
5	0,391	0,1966	0,000	Valid
6	0,425	0,1966	0,000	Valid
7	0,401	0,1966	0,000	Valid
8	0,359	0,1966	0,000	Valid
9	0,440	0,1966	0,000	Valid
10	0,328	0,1966	0,000	Valid

11	0,458	0,1966	0,000	Valid
12	0,451	0,1966	0,000	Valid

Dari data tersebut memberikan hasil uji validitas kuisioner untuk variabel Nilai-Nilai Syariah (X2). Dari hasil yang diperoleh pada tabel tersebut dapat diamati bahwa hasil uji validitas setiap instrumen pertanyaan dikatakan valid dengan r_{hitung} lebih besar r_{tabel} ($r_{hitung} > 0,1966$) dan nilai signifikansinya $< 0,05$.

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

No.	r hitung	r tabel	Nilai Sig.	Keterangan
1	0,323	0,1966	0,000	Valid
2	0,503	0,1966	0,000	Valid
3	0,410	0,1966	0,000	Valid
4	0,362	0,1966	0,000	Valid
5	0,391	0,1966	0,000	Valid
6	0,425	0,1966	0,000	Valid
7	0,401	0,1966	0,000	Valid
8	0,359	0,1966	0,000	Valid
9	0,440	0,1966	0,000	Valid
10	0,328	0,1966	0,000	Valid
11	0,458	0,1966	0,000	Valid
12	0,451	0,1966	0,000	Valid

Dari data tersebut memberikan hasil uji kevalidan kuisioner pada variabel Kepuasan Nasabah (Y). diperoleh hasil dari tabel tersebut dapat diamati yakni hasil uji validitas dari semua instrumen kuesioner dikatakan valid dengan r_{hitung} lebih besar r_{tabel} ($r_{hitung} > 0,1966$) dengan nilai signifikansi $< 0,05$.

2. Uji Reliabilitas

Pada riset ini, uji reliabilitas dilaksanakan dengan menerapkan *Cronbach's Alpha*, dimana koefisien dalam model ini dijadikan acuan guna menetapkan reliabilitas variabel dalam setiap aspek. Suatu instrumen penelitian menandakan mempunyai tingkat realibilitas layak jika koefisien *Cronbach Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,60. Dibawah ini adalah tabel kesimpulan dari hasil uji reliabilitas yang sudah dilaksanakan:

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0,898	Reliabel
Nilai-Nilai Syariah (X2)	0,829	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,809	Reliabel

Berdasarkan tabel tersebut, menyatakan hasil uji reliabilitas dari ketiga variabel (kualitas layanan, nilai-nilai syariah dan tingkat kepuasan nasabah) pada penelitian ini dikatakan reliabel. Secara keseluruhan dapat dikatakan reliabel sebab sudah sesuai ketentuan yakni nilai koefisien *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

B. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah model regresi yang mencakup lebih dari satu variable independent. Analisis regresi linier berganda dalam riset ini tujuan untuk menentukan dampak *Servant Leadership* dan perjanjian pada performa pegawai.

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	24.394	4.298		5.676	.000
Kualitas Layanan	.453	.099	.356	4.587	.000
Nilai-Nilai Syariah	.449	.073	.545	6.125	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

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

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 24,394 + 0,453 + 0,449$$

Menurut kesamaannya tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

- 1.) Nilai a adalah 24,394 adalah keadaan variabel Kepuasan Nasabah tidak terpengaruh dengan variabel yang lain yakni variabel Kualitas Layanan dan Nilai-Nilai Syariah, apabila variabel indepeden tidak dicantumkan sehingga tidak ada yang berubah dari variabel dependen.
- 2.) b1 dalam variabel Layanan (X1) adalah 0,453 menyatakan yakni variabel X1 berhubungan secara positif pada performa pegawai.
- 3.) b2 dalam variabel Produk tabungan (X2) adalah 0,449 yang artinya mempunyai hubungan positif. Maka dapat diambil hasil yaitu variabel Produk tabungan berhubungan secara positif dengan Kepuasan Nasabah

C. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) adalah statistik inferensial yang dilakukan untuk menetapkan adakah yang berbeda diantara rerata dari kedua variabel yang signifikan secara statistik. Yang menjadi dasar penentuan akhir uji t dilihat dari hasil nilai yang signifikan, apabila nilai sig.<0,05 berarti dikatakan variabel independent memepengaruhi variabel dependen dan menentukan perbandingan nilai t-hitung menggunakan t-tabel, jika t-hitung>t-tabel berarti dikatakan terdapat dampah yang mempengaruhi. Berikut hasil yang di dapatkan dari pengujian tersebut:

Tabel 6. Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	24.394	4.298		5.676	.000
Kualitas Layanan	.453	.099	.356	4.587	.000
Nilai-Nilai Syariah	.449	.073	.545	6.125	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

- a) Dari menganalisis variabel Kualitas Layanan, didapatkan nilai t-hitung (4,587) > t-tabel (1,660) dan untuk nilai sig. (0,000) < 0,05. berarti dapat ditarik hasilnya dinyatakan adanya dampak yang mempengaruhi secara signifikan antara Kualitas Layanan pada Tingkat Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani.

- b) Dari analisis variabel Nilai-Nilai Syariah, diperoleh nilai $t\text{-hitung}$ (7,210) < $t\text{-tabel}$ (1,660) dan pada nilai sig. (0,000) < 0,05. Maka dapat ditarik hasilnya dinyatakan adanya pengaruh yang signifikan Nilai-Nilai Syariah pada Tingkat Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani.

2. Uji Simultan (Uji f)

Uji f digunakan agar mendapatkan hasil benarkah variabel independen secara bersamaan (stimultan) berpengaruh pada variabel dependen. Yang menjadi landasan diambilnya penilaian mengenai uji f yaitu melihat dari nilai signifikansinya, jika nilai sig. < 0,05 berarti dapat dikatakan variabel independent memengaruhi variabel dependen dan juga dibandingkan nilai $f\text{-hitung}$ dan $f\text{-tabel}$, apabila $f\text{-hitung}$ > $f\text{-tabel}$ berarti dikatakan berpengaruh. Hasil dari pengujian uji f seperti dibawah ini:

**Tabel 7. Hasil Uji f
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	333.592	2	166.796	26.131	.000 ^b
Residual	619.158	97	6.383		
Total	952.750	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

b. Predictors: (Constant), Nilai_Nilai_Syariah, Kualitas_Layanan

Dari tabel tersebut didapatkan nilai $f\text{-hitung}$ sebesar 26,131 dengan $f\text{-hitung}$ > $f\text{-tabel}$ (26,131 > 3,087) dan nilai sig. 0,000 < 0,05. Sehingga hasilnya menyatakan Variabel Kualitas layanan dan Nilai-Nilai Syariah secara simultan mempengaruhi variabel Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia di KCP Ahmad Yani.

3. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi atau Uji *R square* ditujukan untuk menentukan tingkat kesanggupan model untuk menyatakan beberapa jenis variabel dependen dengan hasil dibawah ini:

**Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 ^a	.850	.837	2.52647

a. Predictors: (Constant), Nilai-Nilai Syariah, Kualitas Layanan

Dari tabel tersebut dinyatakan uji koefisien determinasi berganda atau *R square* menghasilkan nilai 0,850 atau 85,0%. maka dapat dijabarkan variabel Kualitas Layanan dan Nilai-Nilai Syariah mencerminkan variabel Kepuasan Nasabah senilai 80,8% pada riset ini dan sisanya sebesar 15,0% menjelaskan tentang variabel lain yang tidak menjadi tema pada riset yang dilakukan.

Pembahasan

1. Kualitas Layanan berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah

Analisis hipotesis yang dilakukan dengan menerapkan uji t menghasilkan nilai variabel kualitas layanan dan didapatkan nilai $t\text{-hitung}$ (4,587) > $t\text{-tabel}$ (1,660) dan pada nilai sig. (0,000) < 0,05. Dilain itu hasil regresi berganda diperoleh koefisien regresi variabel Kualitas Layanan yaitu $b = 0,453$, sehingga dapat ditarik kesimpulan yaitu

terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan perbankan syariah pada Tingkat kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia wilayah Sidoarjo. Hal ini dapat diartikan jika terdapat kenaikan nilai variabel kualitas pelayanan dengan nilai 1 poin maka terjadi kenaikan nilai tingkat kepuasan nasabah akan meningkat senilai 0,453.

2. Nilai-Nilai Syariah berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah

Analisis hipotesis yang dilakukan dengan menerapkan uji t menghasilkan nilai variabel kualitas produk tabungan dengan memperoleh nilai t-hitung ($7,210 > t\text{-tabel } (1,660)$ dan pada nilai sig. ($0,000 > 0,05$). Dilain itu regresi berganda menghasilkan koefisien regresi variabel Pelayanan yaitu $b = 0,646$, hingga dapat ditarik kesimpulan yakni kualitas produk tabungan mudharabah terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia wilayah Sidoarjo. Hal ini diartikan jika terdapat kenaikan nilai variabel Produk tabungan senilai 1 poin berarti akan terjadi kenaikan nilai kepuasan nasabah senilai 0,646.

3. Kualitas Layanan dan Nilai-Nilai Syariah berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah

Hipotesis analisa yang dilakukan dengan menerapkan uji f menghasilkan nilai Variabel Kualitas Layanan dan Nilai-Nilai Syariah yang dimana $f\text{-hitung} > f\text{-tabel } (26,131 > 3,087)$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Hingga dapat ditarik kesimpulan yakni kualitas layanan dan Nilai-Nilai Syariah secara bersamaan terdapat pengaruh atau bersamaan pada Variabel Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia di KCP Ahmad Yani.

Hasil analisis uji koefisien determinasi menerangkan kemampuan Variabel Kualitas Layanan perbankan dan Nilai-Nilai Syariah dalam menjelaskan variabel tingkat kepuasan nasabah adalah 85,0% dan sisanya yaitu 15,0% 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 nilai-nilai syariah yang khas sehingga dapat melengkapi keinginan dan kebutuhan nasabah dan puas dengan produk yang diambil, oleh karena itu, dengan saling memberikan keuntungan melalui pemanfaatan Layanan dengan Nilai-Nilai Syariah maka dapat mewujudkan dan meningkatkan kepuasan nasabah.

IV. SIMPULAN

Studi ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Ahmad Yani Sidoarjo sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai syariah dan kualitas layanan yang diberikan. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan dan konsistensi dalam penerapan nilai-nilai syariah berkorelasi positif dengan tingkat kepuasan nasabah; hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan dan konsistensi dalam penerapan nilai-nilai syariah berkontribusi sebesar 85% terhadap variabel kepuasan nasabah. Ini menunjukkan betapa pentingnya pengelolaan perbankan syariah yang optimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penelitian ini, serta kepada reviewer yang telah memberikan masukan dan saran yang berharga.

REFERENSI

- [1] N. M. Amalia and Masruchin, "Pengaruh Intensi Berzakat Dan Penerapan Kebijakan Lembaga Terhadap Kesejahteraan Muzakki Di Baznas Kabupaten Sidoarjo," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, vol. 6, no. 1, pp. 45–59, 2023, doi: 10.25299/jtb.2023.vol6(1).11303.
- [2] A. D. Putra, R. Zahir, S. A. Razak, and Kurniati, "Kontribusi Etika Politik Islam Terhadap Penyelesaian Korupsi di Indonesia," *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Sosial*, vol. 3, no. 2, 2024, doi: 10.58540/jipsi.v3i2.583.
- [3] L. L. Berry, *On Great Service: A Framework for Action*, pp. 45–46, 1995.
- [4] S. Bouheraoua, *Islamic Finance: Theory and Practice*, Routledge, 2008.
- [5] Y. Busthomi, "Objek Kajian Islam (Akidah, Syariah, Akhlaq)," *SALIMIYA: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, vol. 4, no. 1, pp. 70–86, 2023.
- [6] F. Buttle, *Customer Relationship Management: Concepts and Tools*, 2nd ed., Burlington: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2009.
- [7] N. D. Jayanti, "Kualitas pelayanan (reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles) di Legend Premium Coffee Yogyakarta," *Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta*, 2016.
- [8] M. H. Kamali, *Principles of Islamic Jurisprudence*, 3rd ed., Cambridge: Islamic Texts Society, 2003.
- [9] N. Kano, "Attractive Quality and Must-Be Quality," *The Journal of the Japanese Society for Quality Control*, vol. 14, no. 2, pp. 39–48, 1984.
- [10] M. Kashif, S. S. Wan Shukran, M. A. Rehman, and S. Sarifuddin, "Customer satisfaction and loyalty in Malaysian Islamic banks: a PAKSERV investigation," *International Journal of Bank Marketing*, vol. 33, no. 1, pp. 23–40, 2015.
- [11] Y. Khaira, *Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah PT Bank Syariah Indonesia (Studi Komparasi Sebelum dan Sesudah Merger)*, Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2022.
- [12] M. F. Khan and M. Porzio, Eds., *Islamic banking and finance in the European Union: A challenge*, Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2010.
- [13] D. Krisnaningsih, I. Fauji, M. Masruchin, T. P. Saadah, and D. Maulidiyah, "Analisis Pembiayaan Murabahah Bank X Cabang Syariah Surabaya," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 8, no. 3, pp. 3032–3046, 2022.
- [14] M. Masruchin, "Penerapan Corporate Social Responsibility dalam Pengelolaan Wakaf Produktif," *ISTITHMAR: Journal of Islamic Economic Development*, vol. 3, no. 1, 2019.
- [15] M. Masruchin, A. Wicaksono, N. M. Silvia, and A. E. Dimawan, "Enhancing Maqasid Syariah through E-Banking: A Qualitative Analysis of Syariah-Compliant Financial Transactions," *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, vol. 18, no. 3, 2023.
- [16] M. Widyaningsih, N. Mayasari, and A. K. R., "Pengaruh reliability, responsiveness, security, and safety terhadap satisfaction nasabah Bank Syariah Indonesia pada masyarakat Solo Raya," *Sustainability (Switzerland)*, vol. 11, no. 1, pp. 1–14, 2019, doi: 10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005.
- [17] R. M. Morgan and S. D. Hunt, "The commitment-trust theory of relationship marketing," *Journal of Marketing*, vol. 58, no. 3, pp. 20–38, 1994.
- [18] S. Nasihin, *Menata ibadah meniti shirotal mustaqiem*, *Sustainability (Switzerland)*, vol. 11, no. 1, pp. 1–14, 2019.
- [19] R. B. Nian, et al., "Pengaruh Motivasi dan Tekanan terhadap Kepuasan Kerja dan Dampaknya terhadap Loyalitas Supervisor PT. Xyz," *Jurnal Farmagazine*, vol. 5, no. 3, pp. 25–35, 2018, doi: 10.47653/farm.v5i3.110.
- [20] A. P. Nugroho, "Qualitative Investigation: Exploring the Challenges Faced by Indonesian SMEs in Accessing Financial Services in Sukabumi City," *West Science Interdisciplinary Studies*, vol. 1, no. 05, pp. 183–193, 2023.
- [21] S. Nurlaila, A. R. Ibnu, M. Khoir, and L. F. Balgis, "Pengaruh penerapan nilai-nilai syariah, kualitas pelayanan, dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah bank syariah," *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, vol. 8, no. 2, pp. 156–167, 2022.
- [22] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, "SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality," *Journal of Retailing*, vol. 64, no. 1, pp. 12–40, 1988.
- [23] A. P. Aprizal, "Urgensi pembelajaran bahasa Arab dalam pendidikan Islam," *Jurnal Pendidikan Guru*, vol. 2, no. 2, pp. 181–191, 2021, doi: 10.47783/jurpendigu.v2i2.232.
- [24] P. Rauyruen and K. E. Miller, "Relationship Quality as a Predictor of B2B Customer Loyalty," *Journal of Business Research*, vol. 60, no. 1, pp. 21–31, 2007, doi: 10.1016/j.jbusres.2005.11.006.
- [25] R. A. Sandy and F. Latifah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Teknik Promosi terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC Jenggolo," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, vol. 6, no. 1, pp. 358–370, 2023.
- [26] B. Suryantoro and Y. Kusdyana, "Analisis Kualitas Pelayanan Publik Pada Politeknik Pelayaran Surabaya," *Jurnal Baruna Horizon*, vol. 3, no. 2, pp. 223–229, 2020.
- [27] H. N. Tohari, *Kepuasan nasabah: Tinjauan melalui kualitas produk dan kualitas pelayanan nasabah Bank Syariah*, S. Yessi Avita Sari, Ed.

- [28] B. Wahyudi, E. Umiyarzi, and G. Mapaza, "Kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Unit Tanjung Batu Cabang Kayu Agung pada masa pandemi Covid-19," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, vol. 2, no. 1, pp. 103–112, 2022, doi: 10.36908/jimpa.v2i1.55.
- [29] V. A. Zeithaml, L. L. Berry, and A. Parasuraman, "The behavioral consequences of service quality," *Journal of Marketing*, vol. 60, no. 2, pp. 31–46, 1996.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.