



## Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah

Ananda Olivia Putri<sup>1</sup>, Rini Puji Astuti<sup>2</sup>, Dewi Fajar Manikati<sup>3</sup>, Revy Aulia Putri<sup>4</sup>

Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Jember, Jawa Timur, Indonesia<sup>1,2,3,4</sup>

Email: [np7551543@gmail.com](mailto:np7551543@gmail.com)<sup>1</sup> [rinipuji.astuti11983@gmail.com](mailto:rinipuji.astuti11983@gmail.com)<sup>2</sup> [dewi.fajaarr@gmail.com](mailto:dewi.fajaarr@gmail.com)<sup>3</sup> [revyaulia21@gmail.com](mailto:revyaulia21@gmail.com)<sup>4</sup>

### Abstract

Di era globalisasi saat ini, perkembangan pesat perbankan syariah di Indonesia memicu persaingan yang semakin ketat antar lembaga keuangan syariah, baik milik pemerintah maupun swasta. Untuk menghadapi persaingan ini, berbagai strategi diterapkan guna menarik calon nasabah serta mempertahankan loyalitas nasabah yang sudah ada. Kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang memengaruhi loyalitas tersebut. Pelayanan yang berkualitas diharapkan dapat mendorong nasabah untuk menjalin hubungan yang kokoh dengan bank. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di bank umum syariah. Kualitas pelayanan diukur menggunakan enam variabel utama, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan kepatuhan terhadap hukum Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk memastikan data yang digunakan telah terdistribusi secara normal. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang disebar kepada 30 responden, didukung oleh data sekunder sebagai pelengkap. Diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu bank syariah dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

**Kata Kunci:** Pelayanan, Loyalitas Nasabah dan Kualitas Pelayanan.

### Abstract

*In the current era of globalization, the rapid development of sharia banking in Indonesia has triggered increasingly fierce competition between sharia financial institutions, both government and private. To face this competition, various strategies are implemented to attract potential customers and maintain the loyalty of existing customers. Service quality is an important factor that influences loyalty. Quality service is expected to encourage customers to establish a strong relationship with the bank. This research aims to analyze the influence of service quality on customer loyalty in Islamic commercial banks. Service quality is measured using six main variables, namely tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and compliance with Islamic law. This research uses a quantitative approach to ensure the data used is normally distributed. Primary data was obtained through a questionnaire distributed to 30 respondents, supported by secondary data as a complement. It is hoped that the results of this research can help Islamic banks in formulating more effective strategies to increase customer satisfaction.*

**Keywords:** Service, Customer Loyalty and Service Quality.

## PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, perkembangan terjadi dengan sangat cepat, termasuk di Indonesia. Globalisasi juga memengaruhi sektor perbankan di Indonesia yang berkembang secara dinamis dan modern, baik dalam hal variasi produk, kualitas layanan, maupun teknologi yang digunakan. Perbankan memainkan peran dominan dalam pertumbuhan ekonomi dan bisnis suatu negara, tidak hanya di negara maju tetapi juga di negara berkembang. Persaingan yang intens di sektor perbankan

telah mengubah iklim bisnis secara signifikan. Perubahan ini dipicu oleh meningkatnya permintaan layanan dari nasabah, perkembangan teknologi, serta munculnya pesaing, baik dari sesama bank maupun dari perusahaan keuangan non-bank lainnya. Kondisi ini mendorong bank untuk merumuskan strategi agar dapat mempertahankan pelanggan dan menghindari kehilangan nasabah.<sup>1</sup>

Persaingan di sektor perbankan pada era globalisasi mendorong operator bank untuk memperkuat serta mengembangkan kapabilitas baru. Setiap model bisnis yang kompetitif perlu memiliki keunggulan khusus yang mencakup kreativitas, inovasi produk, dan fleksibilitas tinggi. Dalam konteks ini, pengembangan sistem perbankan syariah di Indonesia diintegrasikan dalam dua sistem perbankan atau Arsitektur Perbankan Indonesia (API), guna memberikan alternatif layanan yang lebih komprehensif bagi masyarakat. Sistem perbankan syariah, yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil, menawarkan opsi perbankan yang menguntungkan baik bagi masyarakat maupun bank. Sistem ini menekankan pada nilai kejujuran dalam bisnis, investasi yang etis, prioritas nilai, kohesi sosial, persaudaraan, serta menghindari praktik spekulasi dalam transaksi keuangan.<sup>2</sup>

Nasabah mempunyai kriteria tersendiri untuk memilih jasa perbankan untuk menyimpan dananya, adapun nasabah yang mengharapkan tingkat bunga yang tinggi pada produk tabungannya serta adanya jaminan keamanan saat menyimpan dananya tersebut, terdapat pula nasabah yang ingin pelayanan yang cepat dan mudah. Banyaknya keinginan yang berbeda-beda dari nasabah, maka manajemen bank perlu meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, agar mampu menciptakan rasa puas dibenak nasabah.<sup>3</sup>

Mayoritas masyarakat Indonesia beragama Islam, sehingga potensi pasar perbankan syariah di Indonesia berkembang dengan pesat dan signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh semakin banyaknya pendirian Badan Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) serta langkah bank-bank konvensional yang membuka cabang bank syariah, bahkan mengubah jenis usahanya dari bank konvensional menjadi bank syariah. Perkembangan ini semakin terlihat jelas saat Indonesia menghadapi krisis ekonomi.<sup>4</sup>

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia dimulai dari kebutuhan masyarakat akan sistem keuangan yang andal dan mampu menyediakan layanan perbankan serta jasa keuangan lainnya yang sesuai dengan prinsip syariah. Pertumbuhan sektor ini juga didukung oleh regulasi pemerintah yang memperkuat eksistensi perbankan syariah. Selain itu, Bank Indonesia terus mendorong peran ekonomi dan keuangan syariah dalam mewujudkan pertumbuhan yang berkelanjutan. Ekonomi dan keuangan Islam memiliki potensi besar karena mengedepankan prinsip-prinsip etika, keadilan, dan kesetaraan dalam upaya mencapai kesejahteraan.<sup>5</sup>

Sebagai lembaga yang bergerak di bidang jasa dan pelayanan, perbankan syariah dituntut untuk terus meningkatkan kualitas layanan demi memenuhi kebutuhan nasabah. Perbankan syariah perlu menawarkan pelayanan yang bersifat personal dan profesional guna membangun kepuasan nasabah, yang menjadi kunci untuk bersaing dengan perbankan konvensional. Persaingan yang ketat di sektor perbankan telah membawa perubahan signifikan dalam iklim bisnis. Perubahan ini dipicu oleh meningkatnya tuntutan pelayanan dari nasabah, kemajuan teknologi, serta munculnya kompetitor, baik dari kalangan bank maupun lembaga keuangan non-bank. Kondisi tersebut

---

<sup>1</sup> Azidni Rofiqo, Vydika Harya Addinata, dan Diyan Novita Sari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas dengan Kepercayaan dan Kepuasan Sebagai Variabel Mediator Bank Syariah Di Ponorogo" *Journal of Islamic Banking and Finance* 1, No. 1 (Januari – Juni 2021): 2.

<sup>2</sup> Pramesti Rihhadatul Aisy, dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah" *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif* 1, No.3 (Juli 2023): 1-2.

<sup>3</sup> Desak Ayu, "Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah", *Jurnal Manajemen Unud* 6, No. 11 (2017), 6272.

<sup>4</sup> Masadah1, Asngadi, dan Cuk Triono Singgih, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Syariah di Kabupaten Jombang yang Dimediasi Variabel Kepuasan" *Jurnal Tabarru' Islamic Banking and Finance* 3 No.2 (November 2020): 198.

<sup>5</sup> Pramesti Rihhadatul Aisy, dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah" *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif* 1, No.3 (Juli 2023): 2.

menuntut bank untuk merancang strategi yang efektif agar dapat mempertahankan loyalitas nasabah.<sup>6</sup>

Kualitas pelayanan merujuk pada tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang bersifat tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apa pun. Jasa tidak hanya hadir sebagai produk utama, tetapi juga sebagai layanan pendukung dalam pembelian produk fisik. Saat ini, konsumen tidak hanya mengharapkan produk fisik, tetapi juga aspek layanan yang melekat pada produk tersebut, mulai dari tahap pra-pembelian hingga purnabeli. Kualitas pelayanan menjadi indikator penting yang menggambarkan kondisi pelanggan melalui perbandingan antara harapan mereka dan pengalaman nyata yang diterima. Pelayanan dianggap berkualitas apabila mampu memenuhi kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya mendorong loyalitas konsumen terhadap perusahaan.<sup>7</sup>

Loyalitas nasabah dipengaruhi oleh manfaat barang atau jasa yang sesuai dengan keinginan dan harapan mereka, sehingga kualitas dan nilai layanan menjadi prioritas utama. Nasabah cenderung merasa loyal apabila perbankan syariah mampu memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan, sehingga meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Loyalitas dapat diartikan sebagai perilaku yang diharapkan terhadap suatu produk atau layanan, yang mencakup kemungkinan untuk melakukan pembelian ulang, memperbarui kesepakatan layanan, atau sebaliknya, sejauh mana pelanggan mungkin beralih ke merek atau penyedia layanan lain. Loyalitas pelanggan terbentuk ketika mereka merasa puas dengan merek atau kualitas layanan yang diterima dan memiliki keinginan untuk melanjutkan hubungan jangka panjang. Pelanggan dapat tetap loyal karena adanya hambatan perpindahan yang signifikan, baik dari segi teknis, ekonomi, maupun psikologis, yang membuat proses beralih ke penyedia layanan lain terasa mahal atau sulit. Dalam menghadapi persaingan, bank syariah dituntut untuk meningkatkan kualitas layanan, menerapkan prinsip keadilan dalam sistem bagi hasil, serta menciptakan inovasi agar dapat mempertahankan loyalitas nasabah. Aspek-aspek inilah yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini.<sup>8</sup>

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Pelayanan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) kualitas didefinisikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu. Menurut Philip Kotler, layanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lainnya dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.<sup>9</sup> Kualitas juga dapat didefinisikan sebagai segala aspek yang berhubungan dengan kinerja produk, jasa, individu, aktivitas, atau lingkungan yang mampu memenuhi, menyamai, atau bahkan melampaui harapan yang dipersepsikan. Pelayanan atau layanan mengacu pada berbagai aktivitas, tindakan, atau manfaat yang disediakan oleh penyedia jasa kepada konsumen atau pelanggan. Pelayanan ini umumnya bersifat tidak berwujud, tidak menghasilkan kepemilikan, dan proses produksinya dapat terkait atau tidak terkait dengan produk fisik, serta sering berlangsung bersamaan dengan proses konsumsinya. Kualitas pelayanan harus menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan, karena memiliki hubungan langsung dengan tingkat kepuasan konsumen. Konsumen yang puas dengan layanan yang diberikan cenderung menjadi pelanggan yang setia dan konsisten dalam membeli produk dari perusahaan tersebut. Keberadaan konsumen loyal merupakan aset yang sangat berharga bagi perusahaan. Dengan mempertahankan

<sup>6</sup> Azidni Rofiqo, Vydika Harya Addinata, dan Diyan Novita Sari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas dengan Kepercayaan dan Kepuasan Sebagai Variabel Mediator Bank Syariah Di Ponorogo" *Journal of Islamic Banking and Finance* 1, No. 1 (Januari – Juni 2021): 2.

<sup>7</sup> Azidni Rofiqo, Vydika Harya Addinata, dan Diyan Novita Sar, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas dengan

Kepercayaan dan Kepuasan Sebagai Variabel Mediator Bank Syariah Di Ponorogo" *Journal of Islamic Banking and Finance* 1, No.1 (Januari-Juni 2021): 2.

<sup>8</sup> Masadah1, Asngadi, dan Cuk Triono Singgih, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Syariah di Kabupaten Jombang yang Dimediasi Variabel Kepuasan" *Jurnal Tabarru' Islamic Banking and Finance* 3 No.2 (November 2020): 198.

<sup>9</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT. Prenhalindo, 1999), 179.

loyalitas pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan kinerja keuangan dan menjamin keberlangsungan operasinya.<sup>10</sup>

### Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah merupakan sebuah usaha nasabah untuk tetap setia dengan kesadaran, kesan kualitas, kepercayaan dan kebanggaan yang kuat terhadap suatu produk yang diikuti dengan pembelian ulang.<sup>11</sup> Loyalitas nasabah merujuk pada kesetiaan nasabah untuk terus menggunakan atau membeli kembali produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan secara konsisten di masa mendatang. Dalam upaya menciptakan kinerja yang baik, bank tidak dapat mengabaikan perannya dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Pelayanan yang diberikan akan mencerminkan reputasi bank tersebut. Tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah dari pelayanan yang diterima menjadi salah satu alasan utama mereka tetap setia menggunakan jasa bank, sehingga tercipta loyalitas nasabah. Dengan kata lain, peningkatan kualitas layanan menjadi salah satu faktor penting dalam memperluas pangsa pasar. Oleh karena itu, memberikan layanan berkualitas tinggi adalah tanggung jawab utama perbankan dan menjadi kunci keberhasilan operasionalnya.<sup>12</sup>

### Bank Umum Syariah

Menurut UU RI No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, bank didefinisikan sebagai "Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak." Dari definisi ini, dapat dipahami bahwa bank adalah institusi yang bergerak di bidang keuangan dan semua kegiatan operasionalnya berkaitan dengan sektor keuangan. Pasal 1 angka 12 UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menjelaskan bahwa prinsip syariah dalam perbankan merujuk pada hukum Islam, yang diterapkan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang berwenang dalam bidang syariah. Dari penjelasan ini, dapat disimpulkan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan berfungsi sebagai perantara keuangan dengan menawarkan produk dan imbalan yang sesuai dengan ketentuan syariah.<sup>13</sup>

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah metode kuantitatif, metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandas pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu yang bertujuan untuk menganalisis apakah data yang diperoleh terdistribusi secara normal.<sup>14</sup> Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 30 responden, serta data sekunder yang digunakan untuk melengkapi informasi yang ada.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 1. Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
--	---	---------	---------	------	----------------

<sup>10</sup> Khusnul Istiqomah, Ahsan Putra Hafiz, dan Abdul Hakim Saputra, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Kas IAIN Sulthan Thaha Saifuddin Kota Jambi" *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah* 2, No. 1 (Januari 2024): 276.

<sup>11</sup> Ni Made Rastini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali", 710.

<sup>12</sup> Mudzakir Ilyas, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Bni Syariah Cabang Palembang" *Jurnal Adl Islamic Economic* 1, No.1 (Mei 2020): 50-51.

<sup>13</sup> Pramesti Rihhadatul Aisy, dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah" *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif* 1, No.3 (Juli 2023): 126

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendidikan, Kuantitatif, Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 11.

Kepuasan nasabah	31	1.00	4.00	3.3613	.60755
Loyalitas nasabah	31	1.00	4.00	3.4194	.63531

Dari tabel diatas diketahui rata-rata dari kepuasan nasabah adalah 3.3613 dan rata-rata loyalitas nasabah adalah 3.4194, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah bernilai rendah, dengan nilai minimal 1,00 dan maksimal 4,00 disertai, dengan standar deviasi 0,60755 dan 0,63531.

## Uji Hipotesis

### a. uji korelasi

Uji korelasi merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengukur sejauh mana hubungan antara dua variabel atau lebih. Hasilnya dinyatakan dalam koefisien korelasi, yang berkisar antara -1 hingga 1, dengan nilai 0 menunjukkan tidak ada hubungan.

**Tabel 2. Correlations**

		MEAN_KP	MEAN_LN
MEAN_KP	Pearson Correlation	1	.876**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	31	31
MEAN_LN	Pearson Correlation	.876**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	31	31

### b. Uji signifikansi

Uji signifikansi adalah salah satu tahap terpenting dalam sebuah riset, khususnya riset yang bermetodologi kuantitatif. Uji ini yang akan menentukan simpulan hasil riset. Uji signifikansi menentukan apakah hipotesis yang dibuat di awal riset akan diterima atau ditolak.

**Tabel 3. Anova**

#### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.108	5	2.422	.	. <sup>a</sup>
	Residual	.000	25	.000		
	Total	12.108	30			

a) Predictors: (Constant), LN5, LN2, LN3, LN4, LN1

b) Dependent Variable: MEAN\_LN

### c. Uji koefisien determinasi (Uji R)

Pengujian koefisien determinasi ini dilakukan dengan maksud mengukur kemampuan model dalam menerangkan seberapa pengaruh variabel independen secara bersama-sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen yang dapat diindikasikan oleh nilai adjusted R – Squared

(Ghozali, 2016).

Tabel 4.model summaru

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Dimension 0 1	1.000 <sup>a</sup>	1.000	1.000	.00000

a) Predictors: (Constant), LN5, LN2, LN3, LN4, LN1

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

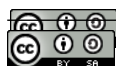
1. Berdasarkan uji parsial (uji-t) yang dilakukan menunjukkan bahwa reliabilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank. Hal ini dapat disimpulkan dari hasil analisis pada penelitian ini yang memiliki t hitung > t tabel yaitu  $H.3.243 > 1680$  untuk sig, untuk menunjukkan.  $t = 0,002 < 0.1$  Hal ini menunjukkan bahwa bank mampu memberikan pelayanan yang memadai, akurat dan terpercaya serta memiliki standar pelayanan yang jelas untuk menjaga loyalitas nasabah sebagai nasabah bank.
2. Selain itu, pengujian yang sama menunjukkan bahwa jaminan (asuransi) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank. Hal ini dapat disimpulkan dari hasil analisis penelitian ini yang menunjukkan bahwa apabila t hitung > t tabel yaitu  $3,995 > 1,680$  dengan sig.  $t = 0,000 < 0.1$  Hal ini menunjukkan bahwa bank selalu bersikap ramah dan sopan kepada seluruh nasabah, yakin akan keamanan bertransaksi dan menyelesaikan permasalahan nasabah dengan baik, sehingga nasabah selalu merasa aman dan menjadi nasabah yang loyal.
3. Selain itu, pengujian yang sama menunjukkan bahwa bukti fisik (tangible) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank. Hal ini dapat disimpulkan dari hasil analisis pada penelitian ini yang menunjukkan bahwa pada saat t hitung > t tabel yaitu  $6,955 > 1,680$  dengan sig.  $t = 0,000 < 0.1$  Hal ini menunjukkan bahwa bank mampu memberikan tampilan yang menarik, nyaman dan bersih serta fasilitas yang memadai sehingga memungkinkan bank untuk mempertahankan nasabahnya pada bank tersebut.
4. Selain itu, pengujian yang sama menunjukkan bahwa empati (*empathy*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank. Hal ini dapat disimpulkan dari hasil analisis pada penelitian ini yang menunjukkan t hitung > t tabel yaitu  $4,709 > 1,680$  dengan sig.  $t = 0,000 < 0,1$  Hal ini menunjukkan bahwa bank telah menerapkan kualitas pelayanan yang empatik sesuai dengan harapan nasabah. Apalagi mengingat pelanggannya adalah kalangan menengah ke bawah yang masih menghargai empati.

## SARAN

Bagi bank umum syariah, berdasarkan kesimpulan diatas menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Sehingga bank umum syariah harus lebih meningkatkan kualitas layanan yang lebih maksimal terhadap nasabah, sehingga loyalitas nasabah juga dapat meningkat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisy, Pramesti Rihhadatul dkk. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah." *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif* 1, No.3 (Juli 2023): 1-2.
- Ayu, Desak. "Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah." *Jurnal Manajemen Unud* 6, No. 11 (2017): 6272.



- Ghozali, I. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IMB SPSS 23. Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Ilyas, Mudzakir. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Bni Syariah Cabang Palembang” *Jurnal Adl Islamic Economic* 1, No.1 (Mei 2020): 50-51.
- Istiqomah, Khusnul Ahsan Putra Hafiz, dan Abdul Hakim Saputra. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Kas IAIN Sulthan Thaha Saifuddin Kota Jambi” *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah* 2, No. 1 (Januari 2024): 276.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Prenhalindo, 1999.
- Masadah1, Asngadi, dan Cuk Triono Singgih. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Syariah di Kabupaten Jombang yang Dimediasi Variabel Kepuasan.” *Jurnal Tabarru’ Islamic Banking and Finance* 3 No.2 (November 2020): 198.
- Rastini, Ni Made. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali”, 710.
- Rofiqo, Azidni, Vydika Harya Addinata, dan Diyan Novita Sari. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas dengan Kepercayaan dan Kepuasan Sebagai Variabel Mediator Bank Syariah Di Ponorogo.” *Journal of Islamic Banking and Finance* 1, No. 1 (Januari – Juni 2021): 2.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendidikan, Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2013.