
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah

Sri Zalelawati¹, Tiara Marlita², Syaifudin³

Program Studi Perbankan Syariah, Jurusan Ekonomi Dan Syariah Islam, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Bengkalis

Email: srizalelawati@gmail.com¹, Tiaramarlita202@gmail.com², syaifudinbks298@gmail.com³

Abstract

This study discusses how the influence of service quality on customer satisfaction in Islamic banks. The purpose of this paper is to find out what customer satisfaction is and service quality, how to measure service quality, and what are the factors that cause customer satisfaction. In this writing can also be seen how the relationship between service quality and customer satisfaction. In conducting research, the authors use the literature study method, the authors get references from trusted sources. The results of the study show that all dimensions of service quality have a significant positive effect on customer satisfaction, which means that the better the quality of service starting from physical evidence, responsive data, reliability, assurance and empathy provided by Islamic banking will be able to increase customer satisfaction and vice versa.

Keywords: Service quality, customer satisfaction.

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Tujuan dari penulisan ini yaitu untuk mengetahui apa itu kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan bagaimana cara mengukur kualitas pelayanan, serta apa saja faktor yang menyebabkan kepuasan nasabah. Dipenulisan ini juga dapat dilihat bagaimana hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Dalam melakukan penelitian penulis menggunakan metode studi pustaka, penulis mendapatkan referensi dari sumber yang terpercaya. Hasil penelitian menunjukkan Keseluruhan dimensi kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang artinya semakin baik kualitas pelayanan mulai dari bukti fisik, data tanggap, kehandalan, jaminan dan empati yang diberikan oleh Perbankan syariah akan mampu meningkatkan kepuasan nasabah dan sebaliknya.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Kepuasan nasabah.

Corresponding Author: Sri Zalelawati
E-mail: srizalelawati@gmail.com



Pendahuluan

Pada era globalisasi saat ini, persaingan bisnis pada dunia usaha semakin ketat. Suatu produk yang akan diterima dan yang akan bertahan dalam kompetisi pasar adalah produk yang dapat memberikan kepuasan maksimal pada konsumen. Selain itu kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli, disamping harga, bentuk maupun kualitas produk. Jika konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka konsumen akan menjadi loyal terhadap perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menentukan sikap konsumen dalam menilai, memutuskan sekaligus memberikan kesan terhadap pelayanan yang diberikan, karena sering kali konsumen yang merasa puas akan cenderung lebih loyal terhadap perusahaan itu. Kepuasan konsumen terhadap pelayanan perusahaan akan menjadi sangat penting untuk mempertahankan posisi perusahaan di pasar serta menciptakan efektivitas dan efisiensi perusahaan.

Perbankan merupakan organisasi perusahaan jasa, dimana dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat, pelayanan yang diberikan oleh setiap karyawan harus mampu memberikan kepuasan terhadap jasa pelayanan yang dihasilkan. Kualitas pelayanan dalam dunia perbankan merupakan suatu point terpenting, karena perbankan itu sendiri bergerak untuk memberikan layanan kepada nasabah. Apabila pelayanan suatu bank itu baik, maka dipastikan nasabah akan merasa puas terhadap bank tersebut. Keberhasilan suatu usaha itu juga dapat berasal dari karyawan, karena dengan karyawan yang memberikan layanan yang baik dan profesional dapat menarik nasabah atau pembeli untuk memilih unit usaha itu kembali.

Diera teknologi yang semakin berkembang saat ini, perbankan juga memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk menjalankan usaha bisnisnya. Bank pada era teknologi yang semakin berkembang menciptakan aplikasi berupa internet banking tujuan bank menciptakan aplikasi ini adalah untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi didunia perbankan. Layanan ini memberikan kemudahan, kecepatan, kenyamanan, dan keamanan bagi data nasabah. Sehingga nasabah dapat semakin mudah dalam melakukan transaksi didunia perbankan. Internet banking ini merupakan salah satu bentuk dari pelayanan dari bank yang dilakukan secara daring. Melalui aplikasi ini nasabah tidak membutuhkan waktu lama serta tenaga untuk datang ke bank langsung, nasabah hanya perlu meluangkan waktu sedikit untuk menggunakan aplikasi ini dimanapun dan kapanpun. Melalui aplikasi ini suatu bank dapat mendapatkan kenyamanan nasabahnya, karna nasabah tidak perlu bersusah payah datang ke bank.

Bank adalah lembaga yang menyediakan produk-produk, salah satunya yaitu produk jasa. Produk jasa ini memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada unit perbankan. Semakin baik produk jasa dalam melakukan pelayanan terhadap bank, semakin baik pula loyalitas yang akan diberikan nasabah kepada bank. Kualitas pelayanan merupakan point penting dalam unit usaha bank, termasuk bank syariah. Apalagi pada zaman sekarang banyak masyarakat yang tingkat minatnya terhadap bank syariah masih sedikit, karena mereka berpikir bahwa bank syariah dan konvensional itu sama. Maka dari itu untuk menarik minat masyarakat terhadap bank syariah, bank syariah harus meningkatkan kualitas pelayanan karyawan maupun fasilitas yang disediakan oleh bank untuk menarik minat nasabah supaya mulai menabung dan melakukan kegiatan bank lainnya di perbankan syariah.

Kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut.

Kepuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan setelah pemakaiannya. Engel (1995) juga mendefinisikan kepuasan nasabah sebagai

evaluasi alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan nasabah. Sedangkan Kotler (1997) menyatakan bahwa kepuasan nasabah adalah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja/hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan nasabah.

Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk kedalam metode penelitian studi pustaka atau library research, yaitu dengan mengumpulkan data dari sumber terpercaya dan relevan. Dengan cara memahami dan membaca sumber-sumber yang telah didapatkan tanpa melakukan penelitian lapangan. Mode penelitian ini dipilih karena dapat menghemat waktu, dan menghemat biaya, karena terbatasnya waktu yang saya miliki, sehingga saya memilih metode penelitian ini. Pengumpulan data ini saya dapatkan dari internet melalui jurnal, e-book, dan riset-riset yang telah dilakukan oleh penulis lainnya sesuai dengan judul yang saya buat. Bahan pustaka yang saya pilih dianalisis terlebih dahulu supaya sesuai dengan apa yang saya butuhkan.

Hasil dan Pembahasan

Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah suatu fitur atau suatu sifat produk yang sangat berpengaruh untuk memuaskan keinginan seorang konsumen. Pelayanan adalah daya tarik yang sangat besar bagi pelanggan, maka dari itu pelaku bisnis menggunakannya sebagai cara untuk menarik minat nasabah serta kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara baik, jujur, amanah dan bertanggung jawab. Maka kualitas pelayanan yaitu seluruh aktifitas yang dilakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan nasabah. Pelayanan juga dapat diartikan sebagai jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada masyarakat yang berupa kemampuan dalam memberi kemudahan, kecepatan serta bersikap ramah dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya. Kualitas pelayanan juga diartikan sebagai upaya atau cara bagaimana para pelaku usaha menarik minat nasabah untuk memilih produknya. Dalam hal ini pelaku usaha mempromosikan produknya secara keseluruhan demi menarik minat nasabah, selain itu pelaku usaha juga menawarkan jasa-jasa dalam sistem operasionalnya. Kualitas pelayanan ini meliputi profesionalisme pegawai, keramahan, dan kecakapan pegawai, karena semakin baik kualitas pelayanan maka semakin banyak pula nasabah yang dapat didapatkan. Kualitas memiliki standar khusus, standar khusus kualitas meliputi kemampuan, kinerja, keandalan, keandalan dalam memelihara dan karakteristiknya bisa diukur.

Menurut Parasuraman (dalam Novia S dan Syahrian S, 2019:57), mengatakan terdapat beberapa faktor yang tentunya bisa dapat mempengaruhi kualitas sebuah layanan yang diharapkan dan layanan yang diterima. Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dapat dikatakan baik atau positif. Jika melebihi, maka kualitas pelayanan dipresepsikan sebagai kualitas ideal. Begitu juga sebaliknya lebih jelek dibandingkan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipresepsikan negatif atau buruk.

Menurut Cronin (dalam Engkur, 2018:25) bahwa adanya hubungan yang signifikan baik atau positif antara kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap keputusan untuk melakukan transaksi ulang. Pengalaman membuktikan, nasabah-nasabah yang puas akan membangun *customer based* yang lebih kokoh untuk perkembangan masa depan sebuah bank. Dengan *customer based* yang semakin besar dan kokoh diharapkan nasabah tidak rentan menghadapi

perubahan-perubahan yang terjadi di industri perbankan dan dapat memperkuat posisi bank dalam persaingan.

Kualitas pelayanan di Indonesia biasanya diukur dengan SERVQUAL, sedangkan SERVQUAL itu terdiri dari lima dimensi yaitu:

1. *Tangibles*. Merupakan daya tarik fisik suatu pelayanan, dilihat dari kelengkapan fasilitas, penampilan karyawan, dan perlengkapan lainnya.
2. *Reliability*. Merupakan kemampuan atau kinerja perusahaan dalam melayani pelanggan. Reliability ini dilihat dari bagaimana perusahaan memberikan pelayanan jasa yang sesuai dengan apa yang sudah dijanjikan.
3. *Responsiveness*. Merupakan kemampuan karyawan dalam menghadapi nasabah, serta memberikan informasi akurat tentang pelaksanaan atau penggunaan jasa kepada nasabah.
4. *Assurance*. Merupakan bagaimana perilaku dari karyawan yang dapat memberikan jaminan bahwa apa yang ditawarkan memang memiliki keunggulan. Assurance diartikan sebagai jaminan untuk nasabah dari karyawan, karyawan harus menumbuhkan rasa percaya didalam diri nasabah bahwa ketika nasabah memilih produk yang ditawarkan maka nasabah akan merasa puas dan keamanannya terjaga.
5. *Empathy*. Bisa diartikan sebagai perhatian dari pegawai dan perusahaan terhadap nasabah yang bersifat individual. Perusahaan dan pegawai harus memperhatikan nasabahnya dan karyawan bersifat sungguh-sungguh dalam melayani nasabah.

Model ini apabila diterapkan untuk mengukur kualitas suatu pelayanan pada bank syariah mempunyai kecenderungan akan menilai hal-hal normatif. Oleh karena itu perlu tambahan dimensi di dalam SERVQUAL agar lebih sesuai dengan industri perbankan syariah. Kualitas pelayanan dalam sudut pandang agama Islam adalah bentuk perwujudan evaluasi kognitif pelanggan atau nasabah atas penyedia jasa yang mendasari segala kegiatannya pada nilai-nilai moral dan kepatuhan terhadap syariat Islam. Karakteristik penerapan prinsip syariah di dalam perbankan ini adalah hal yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional.

CARTER model merupakan salah satu alternatif penyempurnaan bagi SERVQUAL untuk mengukur kualitas pelayanan perbankan syariah, CARTER adalah instrumen yang dapat juga digunakan untuk mengartikan dan mengukur kualitas layanan perbankan syariah dan untuk membuat alat penilaian kualitas yang berguna, model ini memiliki enam dimensi sebagai berikut:

- a) Compliance yang berarti kemampuan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi berdasarkan prinsip perbankan dan ekonomi Islam.
- b) Assurance adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan kepercayaan diri. Ini juga mencakup komunikasi verbal dan tertulis antara staf bank dan pelanggan.
- c) Reliability untuk melakukan layanan yang dijanjikan, ketergantungan dan akurasi.
- d) Tangibles yang berarti penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan alat komunikasi
- e) Empathy adalah perhatian individual yang disediakan bank syariah untuk para pelanggannya
- f) Responsiveness adalah kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.

Pada dasarnya konsep kualitas pelayanan bersifat relative, yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dari spesifikasi. Selanjutnya terdapat juga tiga orientasi kualitas pelayanan yang seharusnya konsisten satu sama lainnya, yaitu: persepsi pelanggan, produk atau pelayanan, dan proses. Suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas agar nantinya tidak kehilangan pelanggan

dalam jangka waktu yang panjang. Pelayanan yang berkualitas dapat tercipta dikarenakan manajemen perusahaan mampu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan.

Menurut Daryanto dan Ismanto (dalam Teddy C, Stefany C, Layla H, 2020:61) Terdapat beberapa keterampilan dasar yang dapat diterapkan dalam semua strategi dalam kualitas pelayanan, yaitu:

1. Pusatkan perhatian pada pelanggan. Cara yang dapat ditempuh adalah mendengarkan dengan penuh perhatian dan jangan sekali-kali memotong pembicaraan selain itu, menanggapi pembicaraan pelanggan apabila pelanggan mengharapkan tanggapan anda.
2. Memberikan pelayanan yang efisien. Cara yang dapat dilakukan adalah Melayani pelanggan berikutnya segera setelah selesai dengan pelanggan pertama, merencanakan apa yang selanjutnya akan dilakukan dan menindaklanjuti pelayanan sampai tuntas.
3. Meningkatkan perasaan harga diri pelanggan. Cara yang dapat dilakukan adalah mengenali kehadiran pelanggan dengan segera, tidak menggurui pelanggan, bagaimanapun pintarnya anda dan memuji dengan tulus serta memberikan penghargaan kepada pelanggan.
4. Membina hubungan baik dengan pelanggan. Cara yang dapat dilakukan adalah mendengarkan apa yang disampaikan oleh pelanggan tanpa memotong pembicaraannya dan menunjukkan simpati dan berbicara dengan penuh perasaan, untuk menunjukkan bahwa anda mengerti dan memahami perasaan pelanggan.
5. Dapat menentukan keinginan pelanggan. Cara yang dilakukan adalah menanyakan kepada pelanggan dan mengulangi kembali apa keinginan pelanggan, kemudian menarik inti dari apa yang dikatakan.
6. Mengalihkan pelayanan ke orang lain. Cara yang dilakukan adalah bila seorang pelanggan meminta pelayanan di luar kemampuan anda, cara terbaik adalah mengalihkan pelayanan tersebut kepada orang lain yang lebih mampu.

Pelayanan Dalam Pandangan Islam

Memberikan sebuah pelayanan yang terbaik kepada umat manusia adalah suatu pekerjaan yang sangat mulia dan juga merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang ingin melakukannya. Sebagian kecil dari ayat al-Qur'an dan hadits-hadits yang mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama. Akan tetapi sebelum berbicara lebih jauh Islam meletakkan batasan yang difirmankan oleh Allah dalam salah satu surat al-Maidah ayat 2:

Artinya: "...dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya."

Melalui ayat yang sudah dipaparkan diatas Allah memerintahkan kepada kita untuk saling menolong didalam "mengerjakan kebajikan dan takwa" dan Allah melarang sebaliknya. Jika kita melanggar ketentuan Allah maka hukuman akan diberikan dan "Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya. Jadi interaksi itu boleh dilakukan kapanpun dan dengan siapapun selama tidak melanggar batasan diatas.

Terdapat juga beberapa nilai yang harus diterapkan diperbankan syariah dalam memberikan pelayanan:

1. Profesional

Profesional adalah melakukan kegiatan atau pelayan secara maksimal tanpa melibatkan masalah pribadi, suasana hati dan lain sebagainya. Karena dalam bekerja profesionalisme itu dijunjung tinggi.

2. Kesopanan

Kesopanan dibutuhkan dalam pelayanan, karena dalam memberikan informasi atau memperkenalkan produk pegawai harus menggunakan kalimat yang sopan dan tidak kasar. Didalam alquran dijelaskan bahwa dalam menyampaikan sesuatu hendaklah menggunakan kalimat yang lemah lembut dan tidak kasar, supaya apa yang kita sampaikan dapat diterima dengan baik oleh pendengar.

3. Jujur

Jujur yaitu mengatakan dengan benar antara ucapan dan kenyataan. Dalam pelayanan jujur di utamakan supaya tidak ada timbul kesalah pahaman dikemudian hari.

4. Amanah

Amanah berarti apa yang diucapkan dan dilakukan dapat dipertanggung jawabkan.

Kepuasan nasabah

Kepuasan nasabah adalah tingkat dari kepuasan serta kualitas seseorang yang didapatkan setelah memilih, menggunakan dan membandingkan hasilnya dengan apa yang dirasakan apakah sesuai dengan harapannya atau tidak. Kepuasan nasabah juga diartikan sebagai responden terhadap apa yang persepsikan sesuai dengan apa yang terjadi setelah nasabah memilih dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Dari penejelasan diatas kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai perasaan kecewa, bahagia, atau puas dari nasabah setelah nasabah memutuskan untuk memilih suatu produk yang ditawarkan, dimana kepuasan dari nasabah penting dalam proses perkembangan suatu perusahaan. Terdapat 2 cara untuk mempertahankan nasabah:

1. Memberikan potongan harga kepada nasabah setia dan yang sudah lama menggunakan bank syariah
2. Memberikan pelayanan yang lebih baik dari para pesaing, bank syariah harus lebih memberikan pelayan yang terbaik dari pada bank konvensional apalagi sekarang masyarakat masih banyak yang kurang berminat terhadap bank syariah.

Kebanyakan teori dan praktik pemasaran lebih terpusat pada seni menarik nasabah baru daripada mempertahankan nasabah yang sudah ada. Kunci dari pada kesetiaan nasabah adalah kepuasan. Contoh Nasabah yang sangat puas adalah:

- 1) Tetap setia lebih lama.
- 2) Membeli lebih banyak ketika bank memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk-produk yang ada.
- 3) Membicarakan hal-hal yang lebih sedikit kepada merek-merek dan iklan-iklan pesaing serta kurang peka terhadap harga.
- 4) Menawarkan gagasan jasa atau produk kepada bank
- 5) Biaya untuk pelayanannya lebih kecil dibandingkan biaya pelayanan nasabah baru karena transaksi yang sudah rutin.

Walaupun kebanyakan bank hanya mengukur kepuasan nasabah, lalu setelah itu kebanyakan bank gagal mengukur profitabilitas masing-masing nasabahnya. Beberapa bank mengakui bahwa hal tersebut sungguh sulit karena para nasabah memanfaatkan berbagai pelayanan bank sedangkan transaksinya dicatat di bagian-bagian yang berbeda. Akan tetapi, beberapa bank berhasil melacak transaksi para nasabahnya terkejut oleh jumlah nasabah yang tidak menguntungkan. Beberapa bank melaporkan kerugian. atas pemberian pelayanan terhadap nasabah mereka.

Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Untuk menciptakan kepuasan nasabah, bank harus bisa menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk dapat memperoleh nasabah yang lebih banyak dan kemampuan untuk

mempertahankan nasabahnya. Dalam menentukan tingkat kepuasan nasabah, terdapat 4 faktor utama yang harus diperhatikan oleh bank yaitu:

1. Kualitas Produk

Konsumen atau nasabah akan merasa puas apabila produk yang dipilih memiliki citra dan kualitas yang terbaik saat mereka menggunakannya. Karena pada dasarnya semua konsumen hanya akan menggunakan produk yang berkualitas tinggi bukan kualitas rendah. Kualitas produk dapat dinilai baik secara eksternal dan internal.

2. Kualitas pelayanan

Untuk memenuhi kepuasan dari nasabah maka kualitas pelayanan yang diciptakan harus terbaik, karena dengan kualitas pelayanan yang terbaik maka nasabah akan merasa lebih aman dan percaya terhadap apa yang kita tawarkan.

3. Fasilitas

Semakin baik dan canggih fasilitas maka semakin baik citra perusahaan terutama bank. Perbankan harus memiliki fasilitas yang mumpuni untuk memberikan kepuasan terhadap nasabah.

4. Tanggung jawab sosial

Yaitu bagaimana pertanggung jawaban perusahaan terhadap nasabah dan konsumen untuk menciotakan keadilan. Didalam dunia perbankan tanggung jawab ini meliputi bagaimana respon karyawan atau perusahaan terhadap keluhan nasabah. Selain itu tanggung jawab ini juga meliputi bagaimana penanganan dari bank apabila terjadi kebobolan data.

Kesimpulan

Dari penelitian ini dapat kita ambil kesimpulan bahwa antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah saling bergantung atau saling berhubungan. semakin baik kualitas pelayanan maka semakin banyak pula nasabah yang dapat ditarik atau digapai. Kualitas pelayanan dapat dinilai dari Tangibles, Reliability, Responsiveness Assurance, Emphaty. Bank syariah harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan apalagi dalam fasilitasnya, karena pada saat ini banyak masyarakat yang enggan untuk menggunakan bank syariah karena fasilitas yang kurang memadai, kualitas pelayannya juga rendah, kecepatan karyawan dalam menanggapi nasabah bisa dikatakan masih lambat. Maka dari itu nasabah harus lebih meningkatkan kualitas pelayannya. Kepuasan nasabah itu sendiri dapat digapai ketika sudah memenuhi beberapa faktor yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, fasilitas dan tanggung jawab sosial.

Daftar Pustaka

- Andrianto Widjadja. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Tbk." Jurnal Ekonomi dan Bisnis Ekonomi dan Bisnis (n.d.).
- Darmawan, Zulfikri Charis, and Ahmad Ajib Ridlwan. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah." Al-Tijary 3, no. 2 (2018): 107.
- Engkur. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di DKI Jakarta." Akuntansi Dan Manajemen Vol 14 No. (2018).
- Hamzah, Zulfadli, and Astri Ayu Purwati. "The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction of Sharia Banking." COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting 3 (2019): 98–105.
- Khaliq, Restu. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Banjarmasin Kalimantan Selatan." Relevance: Journal of Management and Business 2, no. 1 (2019): 177–188.
- Kurniati Karim, S.E.M.S. Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan. Surabaya: Jakad Media Publishing, 2020.
- Mariyanti, Tatik. "Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah" (2012).