

# **Pengaruh Kualitas Pelayanan Bank Syariah terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Sains Islam Al Mawaddah Warrahmah Kolaka Sebagai Nasabah Bank Syariah**

(Studi Kasus di BSI Cabang Kolaka)

**Hasniar <sup>1\*</sup>, Malika Kesya Aulia <sup>2</sup>, Herni <sup>3</sup>, Sulkifli Ar <sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Sains Islam Al Mawaddah Warrahmah Kolaka, Indonesia

Email: [hasniarklk@gmail.com](mailto:hasniarklk@gmail.com) <sup>1\*</sup>, [malikakesyaaulia07@gmail.com](mailto:malikakesyaaulia07@gmail.com) <sup>2</sup>, [hernihery0123@gmail.com](mailto:hernihery0123@gmail.com) <sup>3</sup>,  
[sulkifli@usimar.ac.id](mailto:sulkifli@usimar.ac.id) <sup>4</sup>

\*Penulis Korespondensi: [hasniarklk@gmail.com](mailto:hasniarklk@gmail.com)

**Abstract:** *This study aims to examine the influence of Islamic bank service quality on the satisfaction level of students at Universitas Sains Islam Al Mawaddah Warrahmah Kolaka who are customers of BSI (Bank Syariah Indonesia) Kolaka Branch. In Islamic banking, service quality plays a pivotal role in fostering customer satisfaction and loyalty, especially among students who are more critical of service experiences. A quantitative method was applied using a survey approach, distributing questionnaires to student users of BSI services. Data were analyzed through simple linear regression using SPSS software. The results reveal a significant and positive influence between service quality and student satisfaction. The coefficient of determination ( $R^2$ ) is 0.652, indicating that 65.2% of the variance in satisfaction is explained by service quality. Therefore, improvements in various service aspects including efficiency, hospitality, clarity of information, and physical facilities greatly enhance student satisfaction. The study recommends improving staff competence, providing student-friendly facilities, and optimizing service-related information to be clearer and more accessible.*

**Keywords:** *Bank Syariah Indonesia; Customer Satisfaction; Service Quality; Student Satisfaction; Students.*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan Bank Syariah terhadap tingkat kepuasan mahasiswa Universitas Sains Islam Al Mawaddah Warrahmah Kolaka sebagai nasabah BSI Cabang Kolaka. Kualitas pelayanan dalam konteks perbankan syariah menjadi aspek penting dalam membangun loyalitas dan kepuasan nasabah, khususnya kalangan mahasiswa yang cenderung kritis terhadap layanan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei melalui kuesioner yang disebar kepada mahasiswa pengguna layanan BSI. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan mahasiswa. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,652 menunjukkan bahwa 65,2% variasi dalam kepuasan mahasiswa dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan baik dalam hal kecepatan, keramahan, kejelasan informasi, maupun fasilitas fisik berkontribusi besar terhadap peningkatan kepuasan nasabah di kalangan mahasiswa. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan kompetensi pegawai, penyediaan fasilitas yang lebih ramah mahasiswa, serta optimalisasi informasi layanan secara transparan dan mudah dipahami.

**Kata Kunci:** Bank Syariah Indonesia; Kepuasan Mahasiswa; Kepuasan Nasabah; Kualitas Pelayanan; Mahasiswa.

## **1. PENDAHULUAN**

Bank syariah sesuai dengan karakteristik dasarnya berfondasi pada kaidah-kaidah hukum Islam dan sama sekali tidak menerapkan sistem bunga dalam seluruh aktivitas operasionalnya sebab hal ini dianggap sebagai bentuk riba. Sebaliknya, bank ini meraup hasil keuntungan dengan skema bagi hasil. Pola bagi hasil dalam kerangka kerja bank syariah merupakan sebuah kesepakatan atau persetujuan formal antara pemilik dana atau nasabah dengan pihak pengelola atau bank dimana distribusi keuntungan dari usaha telah ditentukan di muka pada saat awal akad (kontrak) ditandatangani. Pembagian profit antar kedua belah pihak diputuskan berdasarkan persetujuan bersama dan dalam setiap transaksi harus dilandasi oleh kerelaan penuh tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun. (Ilyas, 2014).

---

*Naskah Masuk: 19 September 2025; Revisi: 22 Oktober 2025; Diterima: 28 November 2025; Terbit: 30 November 2025*

Aktivitas operasional lembaga keuangan syariah tidak sekedar berpusat pada pengumpulan dan distribusi aset, melainkan kualitas pelayanan juga menjadi elemen esensial guna mengoptimalkan profitabilitas. Seperti yang kita pahami, sebagian besar bank syariah di Indonesia menawarkan produk yang identik atau mirip. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang diberikan bank syariah merupakan salah satu aspek vital dalam meningkatkan pangsa pasar mereka.

Perlu diketahui, parameter keberhasilan kualitas pelayanan bank syariah ditentukan oleh nasabah. Apabila evaluasi nasabah positif, maka bank syariah dinilai sukses dalam menyajikan layanan dan sebaliknya, jika pelayanan nasabah negatif, maka bank syariah dianggap gagal dalam menghadirkan pelayanan. Dengan demikian, bank syariah wajib berupaya maksimal untuk menyuguhkan pelayanan terbaik kepada para nasabahnya sebab jika nasabah merasa puas dengan pelayanan bank syariah hal ini akan mendorong terciptanya promoi positif kepada calon nasabah yang loyal dan setia.(Zakiah,2020).

Berdasarkan hasil observasi yang telah kami lakukan, kami menemukan permasalahan bahwa kualitas pelayanan bank syariah masih tergolong kurang baik dalam memenuhi harapan mahasiswa sebagai nasabah. Hal ini terlihat dari beberapa aspek layanan yang belum optimal, seperti lambatnya proses transaksi, kurangnya keramahan petugas, keterbatasan fasilitas fisik, hingga informasi produk yang kurang jelas. Kondisi ini berpotensi menurunkan tingkat kepuasan mahasiswa dan dapat memengaruhi loyalitas mereka terhadap bank syariah. Jika tidak segera diperbaiki, rendahnya kualitas pelayanan ini dapat menimbulkan citra negatif terhadap lembaga keuangan syariah, terutama di kalangan generasi muda seperti mahasiswa.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka dibutuhkan sejumlah solusi strategis. Pertama, bank syariah perlu meningkatkan kompetensi dan profesionalitas pegawainya melalui pelatihan pelayanan prima yang berkelanjutan. Kedua, penyediaan fasilitas yang lebih nyaman dan ramah mahasiswa perlu diperhatikan, baik dari segi ruang tunggu, sistem antrean, maupun aksesibilitas layanan digital. Ketiga, informasi terkait produk dan layanan harus disampaikan dengan lebih jelas, transparan, dan mudah dipahami. Selain itu, evaluasi secara berkala terhadap tingkat kepuasan nasabah juga penting dilakukan agar bank dapat segera mengetahui kekurangan dan memperbaikinya. Dengan upaya-upaya tersebut, diharapkan kualitas pelayanan bank syariah dapat meningkat dan berdampak langsung pada kepuasan mahasiswa sebagai nasabah yang loyal dan berkelanjutan. Dengan penelitian yang kami lakukan diharapkan bank syariah dapat meningkatkan kualitas pelayanannya terhadap mahasiswa maupun masyarakat yang berada Kolaka.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### Kualitas Layanan

Menurut Kotler, kualitas mencakup seluruh karakteristik dan sifat dari suatu produk maupun jasa yang memengaruhi kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, baik yang dinyatakan secara eksplisit maupun implisit. Kualitas tidak hanya bersifat statis, melainkan merupakan kondisi dinamis yang mencakup aspek produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang secara keseluruhan diarahkan untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan pengguna (Febriana, 2016).

Konsep kualitas pada dasarnya bersifat subjektif, karena sangat bergantung pada persepsi individu terhadap layanan yang diterima. Dalam konteks ini, pelayanan dipahami sebagai serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh penyedia jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mencapai tingkat kepuasan tertentu. Kualitas layanan sendiri diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan oleh perusahaan serta kemampuan perusahaan dalam mengelola keunggulan tersebut guna memenuhi ekspektasi pelanggan (I Gusti, 2015).

Kualitas pelayanan juga dapat dimaknai sebagai suatu bentuk evaluasi atas sejauh mana layanan yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, khususnya dalam konteks perbankan. Layanan yang berkualitas mencerminkan usaha, aktivitas, dan komitmen lembaga keuangan dalam menciptakan kepuasan, sehingga mendorong nasabah untuk terus menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Dalam industri jasa, kualitas layanan memegang peran strategis karena dapat berkontribusi pada upaya mempertahankan nasabah lama, menarik nasabah baru, serta meningkatkan profitabilitas perusahaan (Supriyanto, 2022). Secara lebih spesifik, pengelolaan keluhan atau complaint handling menjadi bagian penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Seiring berkembangnya konsep kepuasan pelanggan dalam sektor bisnis, baik produk maupun jasa, pengelolaan keluhan telah menjadi komponen fundamental dalam perumusan teori dan praktik kepuasan pelanggan (Supriyanto, 2021).

Menurut Daryanto dan Ismanto (dalam Teddy C, Stefany C, Layla H, 2020:61), terdapat sejumlah keterampilan fundamental yang dapat diterapkan dalam berbagai strategi peningkatan kualitas pelayanan. Keterampilan tersebut antara lain:

Memusatkan perhatian pada pelanggan. Hal ini dilakukan dengan cara memberikan pendengaran yang penuh perhatian, tidak menyela pembicaraan, serta merespons hanya ketika pelanggan mengharapkan tanggapan.

Menyelenggarakan pelayanan secara efisien. Upaya ini dapat diwujudkan melalui penyelesaian pelayanan pelanggan pertama secara tuntas sebelum segera melayani pelanggan berikutnya, merencanakan langkah-langkah pelayanan selanjutnya, serta menindaklanjuti pelayanan hingga selesai.

Meningkatkan harga diri pelanggan. Bentuk penerapannya mencakup penyambutan segera terhadap kehadiran pelanggan, menghindari sikap menggurui, memberikan apresiasi dan pujian yang tulus, serta menunjukkan penghargaan secara layak.

Membangun hubungan baik dengan pelanggan. Cara ini dilakukan melalui kesediaan untuk mendengarkan tanpa interupsi, berbicara dengan empati, serta menunjukkan pemahaman terhadap kondisi dan perasaan pelanggan.

Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan. Hal ini dapat dicapai dengan menanyakan secara langsung keinginan pelanggan, mengulangi kembali pernyataan mereka untuk memastikan kesesuaian, kemudian menyimpulkan inti dari permintaan yang disampaikan.

Mengalihkan pelayanan kepada pihak yang berkompeten. Apabila pelanggan menghendaki layanan yang berada di luar kapasitas penyedia layanan, maka langkah terbaik adalah mengarahkan pelanggan kepada pihak lain yang lebih memiliki kompetensi.(Zalelawati, dkk, 2023).

### **Bank Syariah**

Bank Islam, yang lebih dikenal dengan sebutan bank syariah, merupakan lembaga keuangan yang menjalankan aktivitas operasionalnya tanpa menggunakan sistem bunga (riba), karena seluruh kegiatan dan kebijakan operasionalnya didasarkan pada prinsip-prinsip syariah yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis Nabi Muhammad SAW. Bank syariah bertujuan menyediakan pembiayaan serta berbagai layanan keuangan lainnya dengan mengacu pada peredaran uang yang sesuai dengan syariat Islam (Wilardjo, 2019).

Bank syariah pada dasarnya merupakan lembaga keuangan yang berfokus pada penyimpanan dana, pembiayaan, serta layanan transaksi pembayaran. Ciri utamanya adalah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis. Oleh karena itu, bank syariah wajib menjauhi praktik yang mengandung unsur riba maupun hal lain yang bertentangan dengan hukum Islam. Perbedaan mendasar antara bank syariah dengan bank konvensional terletak pada sistem bunga. Bank syariah tidak menggunakan bunga dalam aktivitasnya, sedangkan bank konvensional menjadikan bunga sebagai instrumen utama. Perbedaan ini membawa dampak yang signifikan terhadap kegiatan operasional dan produk-produk yang ditawarkan bank syariah.

Dalam perspektif keuangan Islam, bunga dipandang sebagai riba yang hukumnya haram. Oleh sebab itu, di berbagai negara Islam maupun negara dengan mayoritas penduduk muslim, muncul inisiatif mendirikan lembaga keuangan non-ribawi sebagai alternatif perbankan. Meski demikian, pada awal kemunculannya, gagasan bank Islam sempat menimbulkan keraguan. Hal ini disebabkan oleh pandangan bahwa sistem perbankan tanpa bunga adalah sesuatu yang tidak biasa bahkan dianggap tidak mungkin. Pertanyaan yang sering muncul kala itu adalah bagaimana bank Islam mampu menjalankan operasional dan membiayai aktivitasnya tanpa mengandalkan bunga. (Agustin, 2021).

Secara umum, bank syariah merupakan institusi keuangan yang menyelenggarakan aktivitasnya berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam. Prinsip tersebut diwujudkan melalui akad antara lembaga dengan pihak ketiga, baik untuk keperluan menyimpan dana, membiayai usaha, maupun menjalankan aktivitas lain yang sesuai dengan syariat Islam. Bank syariah secara tegas menghindari praktik riba dan kerap disandingkan dengan istilah “bank bebas bunga”. Namun, istilah “bebas bunga” dianggap memiliki cakupan yang lebih sempit dibandingkan dengan “bank syariah”, karena tidak semua produk dan kegiatan keuangan yang tidak mengenakan bunga secara otomatis mematuhi prinsip-prinsip syariah. Selain menjauhi praktik riba, bank syariah juga memainkan peran penting dalam mendorong tercapainya tujuan-tujuan ekonomi Islam, seperti peningkatan kesejahteraan sosial (Sari et al., 2022).

Keberadaan bank syariah di Indonesia memperoleh legitimasi hukum yang kuat melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, yang kemudian direvisi menjadi Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998. Regulasi ini secara eksplisit mengakui eksistensi dan operasional bank yang berbasis prinsip bagi hasil, atau bank syariah. Prinsip utama operasional bank syariah adalah berbasis pada pembagian keuntungan, bukan sistem bunga. Melalui pembiayaan yang disalurkan, bank syariah diharapkan dapat berkontribusi pada pembangunan ekonomi masyarakat, dengan menjalin hubungan yang bersifat kemitraan antara bank dan nasabah. Pola hubungan ini tidak lagi sebatas hubungan antara kreditur dan debitur, melainkan lebih kepada kerjasama yang saling menguntungkan.

Dengan tingginya potensi pasar dan mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam, prospek pengembangan bank syariah sangat menjanjikan secara makroekonomi. Undang-undang ini juga membuka kesempatan luas bagi pemilik bank, baik swasta, nasional maupun asing, untuk membuka unit usaha atau cabang syariah di Indonesia. Hal ini diyakini akan meningkatkan volume transaksi di sektor perbankan nasional, terlebih jika bank-bank syariah mampu bersinergi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks. Masyarakat juga memiliki peluang besar untuk membentuk bank berbasis syariah, atau bahkan

mengkonversi institusi keuangan konvensional menjadi lembaga keuangan syariah. Selain itu, bank umum juga diberi ruang untuk membuka atau mengubah kantor cabang konvensional menjadi unit syariah selama memenuhi ketentuan, termasuk larangan atas praktik bunga (riba) (Ismail, 2017). Bank syariah memiliki tiga fungsi utama.

Menghimpun dana dari masyarakat melalui akad wadiah (titipan) dan mudharabah (investasi). Dalam akad mudharabah, pihak pemilik dana (shahibul maal) menyerahkan dana kepada bank selaku mudharib untuk dikelola secara produktif sesuai ketentuan syariah.

Menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan. Dana dapat disalurkan kepada individu atau kelompok yang memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku. Aktivitas ini menjadi sumber utama pendapatan bagi bank syariah. Jenis akad yang digunakan meliputi akad jual beli, di mana keuntungan diperoleh dari margin antara harga beli dan jual, serta akad kerja sama usaha, di mana keuntungan dibagi sesuai kesepakatan.

Memberikan layanan jasa keuangan, seperti transfer dana, pemindahbukuan, inkaso, kliring, penerbitan surat kredit, garansi bank, serta layanan lainnya. Layanan tersebut disediakan untuk menunjang kebutuhan transaksi nasabah yang sejalan dengan prinsip syariah.

### **Kepuasan Nasabah**

Saat ini, hampir seluruh elemen masyarakat, baik dari kalangan pemerintah, pelaku bisnis, hingga konsumen, menaruh perhatian besar pada kepuasan nasabah. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya kesadaran bahwa kepuasan nasabah merupakan strategi penting untuk memenangkan persaingan dalam dunia usaha. Bagi penyedia layanan, kepuasan nasabah menjadi krusial karena dapat memengaruhi keputusan calon pelanggan lainnya dan berkontribusi dalam membangun citra positif perusahaan.

Kepuasan nasabah menjadi faktor krusial yang tidak dapat diabaikan oleh setiap perusahaan yang bergerak di sektor jasa perbankan. Hal ini disebabkan karena tingkat kepuasan nasabah berperan penting dalam menjaga reputasi perusahaan di tengah masyarakat, sehingga mutu pelayanan yang diberikan kepada mereka harus selalu ditingkatkan. Upaya meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah merupakan langkah strategis untuk memastikan kepuasan mereka tetap terjaga. Pentingnya hal ini tidak lepas dari besarnya kontribusi nasabah, baik secara langsung maupun tidak langsung, terhadap pendapatan perusahaan yang pada akhirnya mendukung keberlangsungan dan eksistensinya. (Febriana, 2016)

Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai tingkat kenyamanan dan kualitas yang dirasakan oleh seseorang setelah memilih, memakai, serta mengevaluasi apakah hasilnya sesuai dengan harapan. Secara umum, kepuasan nasabah mencerminkan tanggapan emosional yang dirasakan setelah mereka menggunakan layanan atau produk yang ditawarkan. Dengan

kata lain, kepuasan nasabah menggambarkan perasaan puas, kecewa, atau senang setelah mereka mengambil keputusan untuk menggunakan produk tertentu. Hal ini sangat penting dalam mendukung pertumbuhan dan keberhasilan perusahaan. Ada dua strategi utama untuk menjaga loyalitas nasabah:

Memberikan diskon atau potongan harga kepada nasabah yang telah lama dan setia menggunakan layanan bank syariah.

Bank syariah harus mampu memberikan pelayanan yang lebih unggul dibandingkan bank konvensional, mengingat masih banyak masyarakat yang belum sepenuhnya tertarik menggunakan layanan bank syariah. (Zalelawati & Marlita, 2023)

Kepuasan nasabah memiliki pengaruh besar terhadap kinerja keuangan suatu perusahaan, sebagaimana dibuktikan oleh pengalaman di dunia usaha. Dalam teori dan praktik pemasaran, kepuasan nasabah merupakan konsep penting dan menjadi tujuan utama dalam aktivitas bisnis dan perbankan. Dampak dari kepuasan nasabah mencakup berbagai aspek seperti peningkatan loyalitas pelanggan, penguatan reputasi perusahaan, penurunan sensitivitas terhadap harga, pengurangan biaya transaksi di masa depan, serta peningkatan efisiensi dan produktivitas tenaga kerja.

Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin sengit, keuntungan dan kerugian perusahaan tidak selalu bergantung pada kepuasan itu sendiri, namun lebih pada bagaimana kepuasan pelanggan membangun kepercayaan dan loyalitas terhadap produk maupun perusahaan. Semua elemen tersebut saling berkaitan, dan mempertahankan loyalitas pelanggan menjadi tantangan besar di tengah persaingan yang ketat. (Widjaja, 2022)

### **3. METODE PENELITIAN**

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Sains Islam Al Mawaddah Warrahmah Kolaka. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan populasi, yaitu seluruh mahasiswa yang menjadi pengguna layanan Bank Syariah di lingkungan Universitas Sains Islam Al Mawaddah Warrahmah Kolaka dijadikan sebagai responden. Dengan demikian, tidak dilakukan pengambilan sampel. Penelitian ini mengkaji dua jenis variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas (independen) dalam penelitian ini adalah kualitas layanan, sedangkan variabel terikat (dependen) adalah tingkat kepuasan mahasiswa sebagai pengguna layanan Bank Syariah.

Metode analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana guna mengukur pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Tahapan pengolahan

data meliputi pengujian asumsi klasik, seperti uji distribusi normal dan uji heteroskedastisitas, serta pengujian hipotesis. (Djafar, dkk, 2023). Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa sebagai nasabah bank syariah.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antar indikator dalam variabel kualitas pelayanan. Indikator-indikator ini diberi kode X1 hingga X7, serta total skor dari semua indikator yang disebut sebagai Total X. Hasil korelasi menggunakan Pearson Correlation menunjukkan nilai-nilai hubungan antar indikator, di mana beberapa di antaranya menunjukkan korelasi sangat kuat dan signifikan, seperti antara X1 dengan X2 ( $r = 0.896$ ,  $p < 0.01$ ), dan antara X4 dengan X7 ( $r = 0.809$ ,  $p < 0.01$ ).

Korelasi signifikan juga terlihat pada hubungan antara X4 dan Total X ( $r = 0.857$ ,  $p < 0.01$ ), serta X5 dengan Total X ( $r = 0.807$ ,  $p < 0.01$ ). Hal ini menunjukkan bahwa beberapa indikator berperan besar dalam membentuk persepsi total terhadap kualitas pelayanan. Korelasi yang tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator ini saling menguatkan satu sama lain secara konseptual dan praktis.

Hasil ini penting karena menunjukkan bahwa instrumen pengukuran kualitas pelayanan cukup konsisten dan antaritemnya saling terkait. Dengan korelasi yang tinggi antar sebagian besar indikator, maka bisa disimpulkan bahwa alat ukur ini valid dalam merepresentasikan variabel X, dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut seperti regresi.

**Tabel 1.** Uji Korelasi Antar Indikator Variabel X (Kepuasan Nasabah).

|    |                 | X1     | X2     | X3    | X4    | X5   | X6   | X7    | Total X |
|----|-----------------|--------|--------|-------|-------|------|------|-------|---------|
| X1 | Pearson         | 1      | .896** | .133  | .702* | .409 | .409 | .332  | .770**  |
|    | Correlation     |        |        |       |       |      |      |       |         |
|    | Sig. (2-tailed) |        | .000   | .698  | .016  | .211 | .211 | .319  | .006    |
|    | N               | 11     | 11     | 11    | 11    | 11   | 11   | 11    | 11      |
| X2 | Pearson         | .896** | 1      | -.042 | .626* | .241 | .481 | .392  | .719*   |
|    | Correlation     |        |        |       |       |      |      |       |         |
|    | Sig. (2-tailed) | .000   |        | .903  | .039  | .476 | .134 | .234  | .013    |
|    | N               | 11     | 11     | 11    | 11    | 11   | 11   | 11    | 11      |
| X3 | Pearson         | .133   | -.042  | 1     | -.037 | .382 | .254 | -.152 | .251    |
|    | Correlation     |        |        |       |       |      |      |       |         |
|    | Sig. (2-tailed) | .698   | .903   |       | .915  | .247 | .450 | .655  | .457    |
|    | N               | 11     | 11     | 11    | 11    | 11   | 11   | 11    | 11      |

|         |                 |        |       |       |        |        |        |        |        |
|---------|-----------------|--------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X4      | Pearson         |        |       |       |        |        |        |        |        |
|         | Correlation     | .702*  | .626* | -.037 | 1      | .636*  | .424   | .809** | .857** |
|         | Sig. (2-tailed) | .016   | .039  | .915  |        | .036   | .194   | .003   | .001   |
| X5      | N               | 11     | 11    | 11    | 11     | 11     | 11     | 11     | 11     |
|         | Pearson         |        |       |       |        |        |        |        |        |
|         | Correlation     | .409   | .241  | .382  | .636*  | 1      | .700*  | .658*  | .807** |
| X6      | Sig. (2-tailed) | .211   | .476  | .247  | .036   |        | .016   | .028   | .003   |
|         | N               | 11     | 11    | 11    | 11     | 11     | 11     | 11     | 11     |
|         | Pearson         |        |       |       |        |        |        |        |        |
| X7      | Correlation     | .409   | .481  | .254  | .424   | .700*  | 1      | .658*  | .788** |
|         | Sig. (2-tailed) | .211   | .134  | .450  | .194   | .016   |        | .028   | .004   |
|         | N               | 11     | 11    | 11    | 11     | 11     | 11     | 11     | 11     |
| Total X | Pearson         |        |       |       |        |        |        |        |        |
|         | Correlation     | .332   | .392  | -.152 | .809** | .658*  | .658*  | 1      | .780** |
|         | Sig. (2-tailed) | .319   | .234  | .655  | .003   | .028   | .028   |        | .005   |
|         | N               | 11     | 11    | 11    | 11     | 11     | 11     | 11     | 11     |
|         | Pearson         |        |       |       |        |        |        |        |        |
|         | Correlation     | .770** | .719* | .251  | .857** | .807** | .788** | .780** | 1      |
|         | Sig. (2-tailed) | .006   | .013  | .457  | .001   | .003   | .004   | .005   |        |
|         | N               | 11     | 11    | 11    | 11     | 11     | 11     | 11     | 11     |

Uji korelasi antar indikator kepuasan mahasiswa (Y1 hingga Y6) juga dilakukan untuk mengetahui hubungan antar aspek dalam persepsi mahasiswa terhadap layanan. Hasil menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara Y1 dengan Y2 ( $r = 0.915$ ,  $p < 0.01$ ), serta Y3 dengan Y4 ( $r = 0.797$ ,  $p < 0.01$ ). Ini menandakan bahwa sebagian besar indikator saling mendukung dalam mengukur kepuasan. Selain itu, Total Y sebagai skor keseluruhan dari indikator Y1–Y6 memiliki korelasi tinggi dengan beberapa indikator, seperti Y5 ( $r = 0.845$ ,  $p < 0.01$ ) dan Y3 ( $r = 0.808$ ,  $p < 0.01$ ). Ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut memberi kontribusi besar dalam membentuk total persepsi kepuasan mahasiswa.

Korelasi tinggi antar indikator menunjukkan bahwa instrumen pengukuran kepuasan mahasiswa juga memiliki validitas internal yang baik. Artinya, item-item dalam kuisioner saling berkaitan dan merepresentasikan satu konstruksi teoretis yang sama, yaitu persepsi mahasiswa terhadap kualitas layanan kampus.

**Tabel 2.** Uji Korelasi Antar Indikator Variabel Y (Kepuasan Mahasiswa).

|         |                 | Y1     | Y2     | Y3     | Y4     | Y5     | Y6    | Total Y |
|---------|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|---------|
| Y1      | Pearson         |        |        |        |        |        |       |         |
|         | Correlation     | 1      | .915** | .127   | -.036  | .233   | .215  | .611*   |
|         | Sig. (2-tailed) |        | .000   | .709   | .915   | .491   | .525  | .046    |
|         | N               | 11     | 11     | 11     | 11     | 11     | 11    | 11      |
| Y2      | Pearson         |        |        |        |        |        |       |         |
|         | Correlation     | .915** | 1      | .249   | .028   | .234   | .344  | .684*   |
|         | Sig. (2-tailed) | .000   |        | .461   | .935   | .488   | .301  | .020    |
|         | N               | 11     | 11     | 11     | 11     | 11     | 11    | 11      |
| Y3      | Pearson         |        |        |        |        |        |       |         |
|         | Correlation     | .127   | .249   | 1      | .797** | .791** | .542  | .808**  |
|         | Sig. (2-tailed) | .709   | .461   |        | .003   | .004   | .085  | .003    |
|         | N               | 11     | 11     | 11     | 11     | 11     | 11    | 11      |
| Y4      | Pearson         |        |        |        |        |        |       |         |
|         | Correlation     | -.036  | .028   | .797** | 1      | .730*  | .186  | .606*   |
|         | Sig. (2-tailed) | .915   | .935   | .003   |        | .011   | .584  | .048    |
|         | N               | 11     | 11     | 11     | 11     | 11     | 11    | 11      |
| Y5      | Pearson         |        |        |        |        |        |       |         |
|         | Correlation     | .233   | .234   | .791** | .730*  | 1      | .704* | .845**  |
|         | Sig. (2-tailed) | .491   | .488   | .004   | .011   |        | .016  | .001    |
|         | N               | 11     | 11     | 11     | 11     | 11     | 11    | 11      |
| Y6      | Pearson         |        |        |        |        |        |       |         |
|         | Correlation     | .215   | .344   | .542   | .186   | .704*  | 1     | .695*   |
|         | Sig. (2-tailed) | .525   | .301   | .085   | .584   | .016   |       | .018    |
|         | N               | 11     | 11     | 11     | 11     | 11     | 11    | 11      |
| Total Y | Pearson         |        |        |        |        |        |       |         |
|         | Correlation     | .611*  | .684*  | .808** | .606*  | .845** | .695* | 1       |
|         | Sig. (2-tailed) | .046   | .020   | .003   | .048   | .001   | .018  |         |
|         | N               | 11     | 11     | 11     | 11     | 11     | 11    | 11      |

Pemeriksaan kelengkapan data dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh data responden yang dikumpulkan dapat digunakan dalam proses analisis statistik. Hasil yang ditampilkan melalui tabel menunjukkan bahwa terdapat 11 data yang valid (100%) dan tidak ada data yang hilang (missing = 0%). Ini berarti seluruh responden telah mengisi kuesioner secara lengkap tanpa ada satu pun butir pertanyaan yang terlewat.

Hasil dari uji kelengkapan data ini sangat penting sebagai dasar kelayakan analisis berikutnya, seperti uji reliabilitas, korelasi, dan regresi. Data yang lengkap akan meningkatkan validitas hasil penelitian dan memastikan bahwa tidak ada bias akibat penghilangan sebagian

data. Dengan demikian, pemeriksaan kelengkapan data menunjukkan bahwa data siap untuk dianalisis secara menyeluruh.

**Tabel 3.** Uji Kelengkapan Data.

|       |                       | N  | %     |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid                 | 11 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0  | .0    |
|       | Total                 | 11 | 100.0 |

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat konsistensi internal dari masing-masing variabel X dan Y, yaitu seberapa stabil dan seragam jawaban responden terhadap indikator-indikator. Nilai Cronbach's Alpha untuk variabel X adalah 0.777 dengan 8 item, dan untuk variabel Y sebesar 0.778 dengan 7 item. Keduanya berada di atas nilai ambang 0.7, yang menandakan bahwa instrumen yang digunakan reliabel.

Reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam satu variabel memiliki arah penilaian yang sama dari responden. Artinya, jika seseorang memberikan skor tinggi pada satu indikator, kemungkinan besar ia juga memberikan skor tinggi pada indikator lainnya dalam variabel yang sama. Ini membuktikan bahwa masing-masing variabel tersusun dari item-item yang saling mendukung dan konsisten. Nilai reliabilitas yang memadai sangat penting karena menjamin bahwa data yang diperoleh tidak dipengaruhi oleh ketidakteraturan responden atau bias pengukuran. Hasil ini memperkuat validitas instrumen dan memungkinkan penggunaan hasil analisis dalam pengambilan keputusan atau pengujian hipotesis lebih lanjut.

**Tabel 4.** Uji Reliabilitas Variabel X dan Y (Cronbach's Alpha).

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .777                   | 8          |

  

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .778                   | 7          |

Statistik deskriptif pada variabel Y memberikan gambaran umum terhadap persepsi responden (mahasiswa) mengenai setiap indikator kepuasan. Dari hasil yang diperoleh, nilai rata-rata (mean) berkisar antara 3.7 hingga 4.1, yang menunjukkan bahwa secara umum mahasiswa memberikan penilaian yang positif terhadap layanan yang diberikan. Median yang mendekati nilai mean juga menunjukkan distribusi data yang relatif seimbang. Nilai standar deviasi dari tiap indikator berkisar antara 0.9 hingga 1.3, yang menunjukkan bahwa sebaran data cukup bervariasi namun masih dalam batas wajar. Skewness dan kurtosis juga dihitung

untuk melihat kecenderungan distribusi data, dan sebagian besar menunjukkan distribusi mendekati normal (skewness dan kurtosis berada dalam rentang -2 hingga +2). Penggunaan statistik deskriptif ini sangat penting karena menjadi dasar pemahaman awal terhadap karakteristik data sebelum masuk ke pengujian inferensial. Dari sini dapat dilihat bahwa persepsi mahasiswa terhadap indikator-indikator layanan tidak ekstrem, dan menunjukkan sikap umum yang cukup puas.

**Tabel 5.** Uji Statistik Deskriptif Variabel Y (Y1–Y6).

| Cases |    |         |         |         |       |         |
|-------|----|---------|---------|---------|-------|---------|
| Valid |    |         | Missing |         | Total |         |
|       | N  | Percent | N       | Percent | N     | Percent |
| Y1    | 11 | 100.0%  | 0       | 0.0%    | 11    | 100.0%  |
| Y2    | 11 | 100.0%  | 0       | 0.0%    | 11    | 100.0%  |
| Y3    | 11 | 100.0%  | 0       | 0.0%    | 11    | 100.0%  |
| Y4    | 11 | 100.0%  | 0       | 0.0%    | 11    | 100.0%  |
| Y5    | 11 | 100.0%  | 0       | 0.0%    | 11    | 100.0%  |
| Y6    | 11 | 100.0%  | 0       | 0.0%    | 11    | 100.0%  |

  

|    |                                  | Statistic   | Std. Error |
|----|----------------------------------|-------------|------------|
| y1 | Mean                             | 3.7273      | .38355     |
|    | 95% Confidence Interval for Mean | Lower Bound | 2.8727     |
|    |                                  | Upper Bound | 4.5819     |
|    | 5% Trimmed Mean                  | 3.8081      |            |
|    | Median                           | 4.0000      |            |
|    | Variance                         | 1.618       |            |
|    | Std. Deviation                   | 1.27208     |            |
|    | Minimum                          | 1.00        |            |
|    | Maximum                          | 5.00        |            |
|    | Range                            | 4.00        |            |
|    | Interquartile Range              | 2.00        |            |
|    | Skewness                         | -.804       | .661       |
|    | Kurtosis                         | .521        | 1.279      |
| y2 | Mean                             | 3.8182      | .40041     |
|    | 95% Confidence Interval for Mean | Lower Bound | 2.9260     |
|    |                                  | Upper Bound | 4.7104     |
|    | 5% Trimmed Mean                  | 3.9091      |            |
|    | Median                           | 4.0000      |            |
|    | Variance                         | 1.764       |            |

|    |                                  |             |         |        |
|----|----------------------------------|-------------|---------|--------|
| y3 | Std. Deviation                   |             | 1.32802 |        |
|    | Minimum                          |             | 1.00    |        |
|    | Maximum                          |             | 5.00    |        |
|    | Range                            |             | 4.00    |        |
|    | Interquartile Range              |             | 2.00    |        |
|    | Skewness                         |             | -.851   | .661   |
|    | Kurtosis                         |             | .232    | 1.279  |
|    | Mean                             |             | 3.7273  | .40656 |
|    | 95% Confidence Interval for Mean | Lower Bound | 2.8214  |        |
|    |                                  | Upper Bound | 4.6331  |        |
|    | 5% Trimmed Mean                  |             | 3.7525  |        |
|    | Median                           |             | 4.0000  |        |
|    | Variance                         |             | 1.818   |        |
|    | Std. Deviation                   |             | 1.34840 |        |
|    | Minimum                          |             | 2.00    |        |
|    | Maximum                          |             | 5.00    |        |
| y4 | Range                            |             | 3.00    |        |
|    | Interquartile Range              |             | 3.00    |        |
|    | Skewness                         |             | -.294   | .661   |
|    | Kurtosis                         |             | -1.927  | 1.279  |
|    | Mean                             |             | 4.1818  | .29598 |
|    | 95% Confidence Interval for Mean | Lower Bound | 3.5223  |        |
|    |                                  | Upper Bound | 4.8413  |        |
|    | 5% Trimmed Mean                  |             | 4.2576  |        |
|    | Median                           |             | 4.0000  |        |
|    | Variance                         |             | .964    |        |
|    | Std. Deviation                   |             | .98165  |        |
|    | Minimum                          |             | 2.00    |        |
|    | Maximum                          |             | 5.00    |        |
|    | Range                            |             | 3.00    |        |
|    | Interquartile Range              |             | 1.00    |        |
|    | Skewness                         |             | -1.204  | .661   |
|    | Kurtosis                         |             | 1.136   | 1.279  |
| y5 | Mean                             |             | 3.8182  | .35209 |
|    | 95% Confidence Interval for Mean | Lower Bound | 3.0337  |        |
|    |                                  | Upper Bound | 4.6027  |        |
|    | 5% Trimmed Mean                  |             | 3.8535  |        |

|    |                                  |             |        |
|----|----------------------------------|-------------|--------|
| y6 | Median                           | 3.0000      |        |
|    | Variance                         | 1.364       |        |
|    | Std. Deviation                   | 1.16775     |        |
|    | Minimum                          | 2.00        |        |
|    | Maximum                          | 5.00        |        |
|    | Range                            | 3.00        |        |
|    | Interquartile Range              | 2.00        |        |
|    | Skewness                         | -.038       | .661   |
|    | Kurtosis                         | -1.907      | 1.279  |
|    | Mean                             | 4.0000      | .33029 |
|    | 95% Confidence Interval for Mean | Lower Bound | 3.2641 |
|    |                                  | Upper Bound | 4.7359 |
|    | 5% Trimmed Mean                  | 4.0556      |        |
|    | Median                           | 4.0000      |        |
|    | Variance                         | 1.200       |        |
|    | Std. Deviation                   | 1.09545     |        |
|    | Minimum                          | 2.00        |        |
|    | Maximum                          | 5.00        |        |
|    | Range                            | 3.00        |        |
|    | Interquartile Range              | 2.00        |        |
|    | Skewness                         | -.558       | .661   |
|    | Kurtosis                         | -1.111      | 1.279  |

Uji ini menampilkan statistik deskriptif gabungan untuk total variabel X (Kualitas Pelayanan) dan total variabel Y (Kepuasan Mahasiswa). Nilai rata-rata kualitas pelayanan adalah 27.91, sedangkan kepuasan mahasiswa adalah 23.27, keduanya menunjukkan kecenderungan positif dari penilaian responden. Sebaran data yang diperoleh juga relatif normal dengan standar deviasi sekitar 5. Nilai skewness mendekati nol, menunjukkan bahwa distribusi data tidak terlalu condong ke kanan atau ke kiri. Rentang nilai (range) dan interquartile range juga membantu menunjukkan sejauh mana penyebaran skor antar responden, dan ini penting dalam menilai variasi persepsi antar mahasiswa. Informasi ini sangat berguna sebagai dasar untuk mengetahui tingkat kepuasan dan kualitas pelayanan secara keseluruhan. Sebelum melakukan uji hubungan antara kedua variabel, pemahaman terhadap data deskriptif ini dapat membantu mempersiapkan interpretasi hasil yang lebih akurat.

**Tabel 6.** Uji Statistik Deskriptif Total Variabel X dan Y.

|                    |                                  | Statistic | Std. Error |
|--------------------|----------------------------------|-----------|------------|
| Kualitas Pelayan   | Mean                             | 27.9091   | 1.56933    |
|                    | 95% Confidence Interval for Mean |           |            |
|                    | Lower Bound                      | 24.4124   |            |
|                    | Upper Bound                      | 31.4058   |            |
|                    | 5% Trimmed Mean                  | 27.8990   |            |
|                    | Median                           | 28.0000   |            |
|                    | Variance                         | 27.091    |            |
|                    | Std. Deviation                   | 5.20489   |            |
|                    | Minimum                          | 21.00     |            |
|                    | Maximum                          | 35.00     |            |
|                    | Range                            | 14.00     |            |
|                    | Interquartile Range              | 10.00     |            |
|                    | Skewness                         | -.072     | .661       |
|                    | Kurtosis                         | -1.682    | 1.279      |
| Kepuasan Mahasiswa | Mean                             | 23.2727   | 1.54385    |
|                    | 95% Confidence Interval for Mean |           |            |
|                    | Lower Bound                      | 19.8328   |            |
|                    | Upper Bound                      | 26.7126   |            |
|                    | 5% Trimmed Mean                  | 23.1919   |            |
|                    | Median                           | 22.0000   |            |
|                    | Variance                         | 26.218    |            |
|                    | Std. Deviation                   | 5.12037   |            |
|                    | Minimum                          | 18.00     |            |
|                    | Maximum                          | 30.00     |            |
|                    | Range                            | 12.00     |            |
|                    | Interquartile Range              | 10.00     |            |
|                    | Skewness                         | .452      | .661       |
|                    | Kurtosis                         | -1.878    | 1.279      |

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal. Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa variabel "Kualitas Pelayanan" memiliki nilai signifikansi di atas 0.05 ( $p = 0.200$ ), yang berarti datanya berdistribusi normal. Namun, variabel "Kepuasan Mahasiswa" menunjukkan hasil berbeda dengan nilai  $p = 0.011$  (Shapiro-Wilk), artinya data tidak sepenuhnya normal.

Distribusi normal sangat penting dalam statistik parametrik karena menjadi syarat dasar untuk melakukan uji regresi atau korelasi yang valid. Ketidaksesuaian data dengan distribusi normal bisa memengaruhi akurasi hasil analisis. Meskipun demikian, dengan jumlah data yang

relatif kecil ( $n=11$ ), uji normalitas bisa saja sensitif terhadap nilai ekstrim. Meskipun salah satu variabel tidak sepenuhnya normal, analisis tetap bisa dilanjutkan karena regresi linier masih cukup toleran terhadap pelanggaran normalitas, selama tidak ada outlier ekstrem dan hubungan antara variabel tetap linear dan homogen.

**Tabel 7.** Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk).

|                    | Kolmogorov-Smirnova |    |       | Shapiro-Wilk |    |      |
|--------------------|---------------------|----|-------|--------------|----|------|
|                    | Statistic           | Df | Sig.  | Statistic    | df | Sig. |
| Kualitas Pelayan   | .200                | 11 | .200* | .904         | 11 | .205 |
| Kepuasan Mahasiswa | .235                | 11 | .092  | .805         | 11 | .011 |

Uji regresi dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa (Y). Hasil ANOVA menunjukkan nilai  $F = 16.896$  dan signifikansi  $0.003$ , artinya model regresi signifikan dan kualitas pelayanan memang memengaruhi kepuasan mahasiswa. Ini memperkuat hipotesis bahwa pelayanan yang baik akan menghasilkan mahasiswa yang puas. Koefisien regresi menunjukkan bahwa nilai konstanta (intersep) adalah  $1.095$  dan koefisien X adalah  $0.795$  dengan signifikansi  $0.003$ . Artinya, setiap peningkatan 1 poin pada kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan mahasiswa sebesar  $0.795$  poin. Nilai ini menunjukkan pengaruh yang kuat dan positif. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar  $0.652$  menunjukkan bahwa  $65,2\%$  variasi dalam kepuasan mahasiswa dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Sisanya, sekitar  $34,8\%$ , dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam model ini. Ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor dominan dalam menentukan tingkat kepuasan mahasiswa.

**Tabel 8.** Uji Regresi Linier Sederhana (ANOVA dan Koefisien).

| ANOVAa        |                  |                             |            |                           |        |       |
|---------------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
| Model         |                  | Sum of Squares              | Df         | Mean Square               | F      | Sig.  |
| 1             | Regression       | 171.062                     | 1          | 171.062                   | 16.896 | .003b |
|               | Residual         | 91.119                      | 9          | 10.124                    |        |       |
|               | Total            | 262.182                     | 10         |                           |        |       |
|               |                  |                             |            |                           |        |       |
| Coefficientsa |                  |                             |            |                           |        |       |
| Model         |                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T      | Sig.  |
|               |                  | B                           | Std. Error | Beta                      |        |       |
| 1             | (Constant)       | 1.095                       | 5.480      |                           | .200   | .846  |
|               | Kualitas Pelayan | .795                        | .193       | .808                      | 4.110  | .003  |

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa sebagai nasabah Bank Syariah. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh BSI Cabang Kolaka, termasuk kecepatan layanan, keramahan petugas, ketersediaan fasilitas, dan kejelasan informasi, berkontribusi secara nyata dalam membentuk persepsi positif mahasiswa terhadap pelayanan bank syariah.

Koefisien determinasi sebesar 65,2% memperlihatkan bahwa lebih dari separuh variasi kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas pelayanan. Artinya, semakin baik pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan mahasiswa sebagai pengguna jasa. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan merupakan langkah strategis yang harus diupayakan secara konsisten oleh pihak bank untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah, khususnya di kalangan generasi muda yang kritis dan berorientasi pada kenyamanan serta efisiensi layanan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, H. (2021). Teori bank syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(1), 67–83. <https://doi.org/10.46367/jps.v2i1.279>
- Djafar, N., Yantu, I., Sudirman, S., Hinel, R., & Hasiru, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2). <https://doi.org/10.37479/jebe.v1i2.18046>
- Febriana, N. I. (2016). Analisis kualitas pelayanan bank terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 145–168. <https://doi.org/10.21274/an.2016.3.1.145-168>
- I Gusti, A. P. G. S. I. (2015). Analisis kualitas layanan dan kepuasan nasabah PT. CIMB Niaga cabang Denpasar. *Ekonomi Universitas Udayana*, 3, 140–158.
- Ilyas, M. (2014). Konsep bagi hasil dalam perbankan syariah. *Jurnal Muamalah*, 4(1), 99–105. <https://doi.org/10.21043/jupe.v9i1.859>
- Ismail, M. B. A. A. (2017). *Perbankan syariah*.
- Sari, R. D., Ramadhanti, S., Almada, S., Purwitasari, S. A., Aziz, T. M., & Jamilah, W. (2022). Transaksi valuta asing dalam perspektif Islam. *Transaksi Islam*, 2(7), 73–82.
- Supriyanto, A. (2021). Pertumbuhan bisnis online mahasiswa melalui sosial media pada masa pandemi Covid-19. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 3(2), 15–30. <https://doi.org/10.24256/kharaj.v3i2.2386>
- Supriyanto, A. (2022). Pelatihan digital marketing pada UMKM Uliq Food di Kecamatan Bae Kabupaten Kudus. *Journal of Community Service and Empowerment (JCSE)*, 3(1), 38–46. <https://doi.org/10.32639/jcse.v3i1.80>
- Widjaja. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri Tbk. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.

- Wilardjo, S. B. (2019). Peran dan perkembangan bank syariah. *Value Added*, 53(9).
- Zakiah, N. (2020). Analisis perbandingan pelayanan perbankan syariah dan perbankan konvensional. *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 5(2), 48–57.
- Zalelawati, S., & Marlita, T. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(6), 1020–1026. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i6.237>