

PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Malang)

Abdullah Syauqi Maulana, Cholid Mawardi, Harun Alrasyid
syauqimaulana56@gmail.com
Univeristas Islam Malang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keunggulan produk dan kualitas layanan terhadap keputusan nasabah pada bank syariah di Kota Malang Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Malang). Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah 100 orang yang berasal dari kota Malang. Besarnya sampel diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling untuk memperoleh responden. Alat yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS. dengan hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa variabel independensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah pada bank syariah. Hasil pengujian secara parsial pada variabel Keunggulan Produk (X1) mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah pada bank syariah (Y), dan variabel Kualitas Pelayanan (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah pada bank syariah (Y). Hasil tersebut menunjukkan semakin baik keunggulan produk yang ditawarkan dan dirasakan oleh nasabah, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah terhadap bank tersebut dan berdasarkan perhitungan regresi linier dengan hasil yang menunjukkan Kualitas pelayanan yg baik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

Kata Kunci : Keunggulan Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Abstract

This research aims to determine the influence of product excellence and service quality on customer decisions at sharia banks in Malang City. Case Study in the Community of Malang City). This type of research is quantitative research. In this study, the samples taken were 100 people from the city of Malang. The sample size was taken using purposive sampling technique to obtain respondents. The tool used is multiple linear regression analysis using SPSS. with simultaneous test results showing that the independence variable has a positive and significant effect on customer decisions at Islamic banks. Partial test results on the Product Excellence variable (X1) have an influence on customer decisions at sharia banks (Y), and the Service Quality variable (X2) have a positive influence on customer decisions at sharia banks (Y). These results show that the better the product excellence offered and perceived by customers, the higher customer satisfaction with the bank and based on linear regression calculations with results showing that good service quality has a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Product Excellence, Service Quality, Customer Decisions

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Saat ini banyak sekali perusahaan yang berpendapat bahwa konsumen lebih menyukai produk yang harganya relatif murah tapi mempunyai kualitas yang baik. Keunggulan produk juga berperan penting terhadap kepuasan nasabah. Semakin pesatnya persaingan saat ini membuat sektor perbankan saling bersaing dalam menawarkan keunggulan produknya masing-masing. Keunggulan produk didapatkan dengan cara menemukan

keseluruhan harapan pelanggan, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi pelanggan Safira (2021).

kepuasan nasabah adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi kualitas utama bagi suatu perusahaan. Untuk kepuasan pelanggan terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat yaitu harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan. Pelanggan selalu menilai suatu layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan Aina (2021).

Perbankan syariah memiliki produk yang berbeda dengan produk perbankan konvensional, salah satu produk yang terlihat berbeda dan mencolok adalah produk perbankan syariah yang berupa produk gadai, dimana tidak terdapat produk gadai di perbankan konvensional. Dalam sebuah usaha harus mengutamakan pelayanan nasabah sehingga kepuasan nasabah merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari nasabah dapat terpenuhi yang mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan berlanjut. Faktor yang penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dan kualitas dari pelayanan yang diberikan oleh organisasi. Jika pihak nasabah merasa puas maka nasabah dengan sendirinya akan menceritakan kepada orang lain untuk menjadi nasabah perusahaan tersebut. Sebaliknya apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, maka dengan sendirinya akan menceritakan kepada orang lain sebagai complain atas ketidakpuasannya Herawati et al. (2022).

Perbankan merupakan suatu lembaga keuangan yang ada di Indonesia yang memiliki peranan penting bagi kelangsungan perekonomian Indonesia. Oleh karena itu kepuasan nasabah menjadi hal yang sangat penting dalam rangka memperoleh kepercayaan, komitmen dan loyalitas dari para nasabah. Nasabah yang keluhan atau tuntutan telah terpenuhi seringkali memiliki harapan baru sehingga sering dikatakan bahwa nasabah tidak akan dapat terpuaskan sepenuhnya. Nasabah menginginkan produk dan layanan berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka, terdapat hubungan yang erat antara kualitas dan kepuasan nasabah Raga & Amalia (2022).

Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah merupakan dua hal yang harus diperhatikan perusahaan pelayanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan kepada nasabah yang akan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan serta adanya rekomendasi kepada orang lain dari mulut ke mulut, sehingga akan tercipta nasabah baru. Mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Pelayanan dapat dinilai berdasarkan persepsi konsumen dengan membandingkan harapan saat menerima layanan, dengan pengalaman sebenarnya atas layanan yang telah diterima Raga & Amalia (2022).

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa faktor keunggulan produk dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah di bank syariah maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti suatu penelitian yang berjudul **"PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH"**

KERANGKA HIPOTESIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Keunggulan Produk

Henard D.H dan Szymanski (2001) keunggulan produk adalah superioritas atau perbedaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan tawaran pesaing. Unsur-unsur keunggulan produk, misalnya keunikan, nilai dan keuntungan yang ditawarkan perusahaan harus dilihat dari perspektif pelanggan yang didasarkan pada pemahaman atas kebutuhan dan keinginan pelanggan dan juga dari faktor subjektif mereka suka dan tidak suka Aina (2021). Menurut Henard dan Szymanski keunggulan kompetitif produk adalah superioritas dan atau perbedaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan tawaran kompetitor. Unsur-unsur keunggulan produk, misalnya keunikan, nilai dan keuntungan yang ditawarkan perusahaan harus dilihat dari perspektif pelanggan, yang didasarkan pada pemahaman atas kebutuhan dan keinginan pelanggan, juga dari faktor subjektif mereka (suka dan tidak suka).

Kualitas Pelayanan

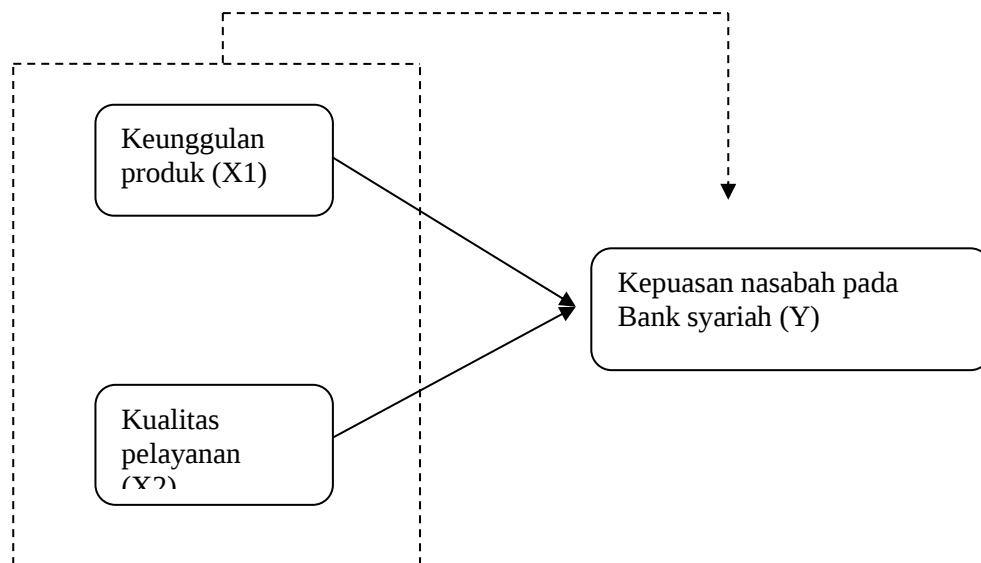
Menurut Lovelock, menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu tingkat kondisi baik buruknya yang diberikan oleh perusahaan dalam rangka untuk memuaskan konsumen dengan memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen Tjiptono, (2014) dalam Habibulloh. & Jauhariyah (2022). Kualitas pelayanan merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian terhadap suatu jasa. Pengalaman yang baik atau buruk terhadap pelayanan yang diterima akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Sehingga pengelola usaha dituntut untuk menciptakan suatu pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan atau selera konsumen. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa, kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi suatu hal yang penting. Kualitas pelayanan merupakan tingkatan kemampuan (*ability*) dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya Daniel (2020).

Kepuasan Nasabah

Pada dasarnya suatu proses pengambilan keputusan oleh konsumen tidak hanya selesai atau berakhir pada saat melakukan suatu transaksi pembelian, melainkan akan berlanjut ketahap perilaku purna beli atau perilaku setelah melakukan pembelian. Dalam tahap perilaku purna beli, konsumen merasakan suatu tingkat kepuasan atau ketidakpuasan yang dapat mempengaruhi perilaku selanjutnya. Seorang konsumen dapat merasakan kepuasan atau tidak apabila sudah melakukan pembelian suatu produk atau pelayanan jasa Menurut Safira bahwa kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan nasabah.

Kerangka Konseptual

Gambar 1 Kerangka Konsep



Hipotesis

1. H1 : keunggulan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di bank syariah
2. H2 : keunggulan produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di bank syariah
3. H3 : kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di bank syariah

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian kali ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, karena Penelitian Kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerikal yang diolah dengan metoda statistik. Penelitian Deskriptif menganalisis data secara sistematis. Analisis yang digunakan analisis persentase dan analisis kecenderungan. Kesimpulan yang dihasilkan tidak bersifat umum. Jenis penelitian deskriptif adalah penelitian survei Sukmana et al. (2020). Penelitian ini dilakukan pada masyarakat kota Malang

Populasi dalam penelitian ini adalah pada masyarakat kota Malang. Penggunaan sampel yaitu menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria responden sebagai berikut:

1. Masyarakat Kota Malang pengguna Bank Syariah Indonesia
2. Masyarakat yang berumur diatas 17 tahun
3. Masyarakat beragama Islam

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 masyarakat kota Malang,

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keunggulan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah pada bank syariah. Reaponden dalam penelitian ini yaitu responden yang sudah menjadi nasabah Bank Syariah kota Malang sebanyak 100 orang

Tabel 1 Rincian Kuisisioner

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Kuesioner yang disebar	120	100%
2	Kuesioner yang Kembali	100	85%
3	Kuesioner yang tidak Kembali	20	15%
4	Kuesioner yang dapat diolah	100	100%

Sumber : Pengolahan Data 2023

Hasil dari tabel 1 dapat disimpulkan bahwasannya kuesioner yang terisi sejumlah 100 kuesioner atau 85%, sementara kuesioner yang tidak kembali sebanyak 20 atau 15%, dan semua kuesioner dapat diolah dikarenakan kuesioner yang telah diisi secara lengkap.

Tabel 2 Responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
1.	Laki - Laki	47	47%
2.	Perempuan	53	53%
Jumlah		100	100%

Sumber : Pengolahan Data 2023

Berdasarkan Tabel 2 tersebut dapat diketahui bahwa 100 responden dari masyarakat Kota Malang nasabah bank syariah yang berjenis kelamin laki - laki berjumlah 44 orang atau dengan presentase 44% dan perempuan berjumlah 56 atau dengan presentase 56%.

Tabel 3 Responden berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Presentase
1.	<18	26	26%
2.	19 - 25 tahun	32	32%
3.	26 - 30 tahun	42	42%
Jumlah		100	100%

Sumber : Pengolahan Data 2023

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa 100 responden darimasyarakat Kota Malang nasabah bank syariah yang berusia <18 tahun berjumlah 26 orang (26%), sedangkan yang berusia 19 - 25 tahun berjumlah 32 orang (32%), dan yang berusia 26 - 30 tahun sebanyak 42 orang (42%).

Tabel 4 Responden berdasarkan pendidikan Terakhir

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
SD/SMP/SMA	53	53%
D1/D2/D3	3	3%
S1	44	44%
Total	100	100%

Sumber : Pengolahan Data 2023

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa 100 responden darimasyarakat Kota Malang nasabah bank syariah yang pendidikan terakhir SMA berjumlah 53 orang (53%), sedangkan yang pendidikan terakhir D3 berjumlah 3 orang (3%), dan yang pendidikan terakhir S1 sebanyak 44 orang (44%).

Tabel 5 Responden berdasarkan Pekerjaan

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	47	47%
Pegawai Negri Sipil	3	3%
Pegawai Swasta	31	31%
Wiraswasta	13	13%
Lainnya	6	6%
Total	100	100%

Sumber : Pengolahan Data 2023

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa 100 responden darimasyarakat Kota Malang nasabah bank syariah yang pelajar/mahasiswa berjumlah 47 orang (47%), yang pekerjaan pegawai negeri sipil berjumlah 3 orang (3%), yang pekerjaan pegawai swasta sebanyak 31 orang (31%), sedangkan yang pekerjaan wiraswasta sebanyak 13 orang (13%), dan yang lainnya sebanyak 6 orang (6%).

Uji Validitas

Tabel 6 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepuasan Nasabah	Y1	0,675	0,196	Valid
	Y2	0,768	0,196	Valid
	Y3	0,765	0,196	Valid
	Y4	0,498	0,196	Valid
	Y5	0,678	0,196	Valid
Keunggulan Produk	X1.1	0,706	0,196	Valid
	X1.2	0,723	0,196	Valid
	X1.3	0,723	0,196	Valid
	X1.4	0,712	0,196	Valid
	X1.5	0,680	0,196	Valid
	X1.6	0,761	0,196	Valid
	X1.7	0,645	0,196	Valid
Kualitas Pelayanan	X2.1	0,708	0,196	Valid
	X2.2	0,794	0,196	Valid
	X2.3	0,809	0,196	Valid
	X2.4	0,722	0,196	Valid
	X2.5	0,512	0,196	Valid

Sumber : Pengolahan Data 2023

Dari Tabel 6 Uji Validitas bahwa nilai R hitung dari masing-masing pernyataan pada seluruh variabel memiliki nilai R hitung dari yang terendah 0.498 dan tertinggi 0.809 lebih besar dari nilai R tabel 0,196 yang berarti dapat dikatakan bahwa item pernyataan yang terdapat pada seluruh variabel dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.709	5

Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas Keunggulan Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.831	7

Tabel 9 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.750	5

Sumber : Pengolahan Data 2023

Berdasarkan hasil data table tersebut dapat diketahui bahwa:

1. Pada variable Kepuasan nasabah diperoleh nilai *cronbach alpha* (α) sebesar $0,709 > 0,6$ maka hasil dari variable Kepuasan nasabah dinyatakan reliable
2. Pada variable Keunggulan Produk diperoleh nilai *cronbach alpha* (α) sebesar $0,831 > 0,6$ maka hasil dari variable Keunggulan produk dinyatakan reliable
3. Pada variable Kualitas Pelayanan diperoleh nilai *cronbach alpha* (α) sebesar $0,750 > 0,6$ maka hasil dari variable kualitas pelayanan dinyatakan reliable

Uji Normalitas

Tabel 10 hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.69740736
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.036
	Negative	-.051
Test Statistic		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : Pengolahan Data 2023

Dari tabel 10 dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan yang dapat dilihat dari *Asymp. Sig.(2-tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan data di atas normal.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 11 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.529	1.389		3.982	.000		
	X1	.322	.054	.490	5.904	.000	.728	1.374
	X2	.280	.071	.327	3.943	.000	.728	1.374

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Pengolahan Data 2023

Berdasarkan pada tabel 11 menunjukkan bahwa variabel keunggulan produk dan kualitas pelayanan memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan VIF memiliki nilai lebih kecil dari 10, maka dapat dikatakan data pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.233	.836		1.476	.143
	X1	-.028	.033	-.103	-.868	.388
	X2	.048	.043	.133	1.122	.264

a. Dependent Variable: abs

Sumber : Pengolahan Data 2023

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas dalam tabel 12 diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel keunggulan produk sebesar 0,388 dan nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,264. Berdasarkan nilai signifikansi dari 2 variabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 13 hasil Analisis Regresi linier Berganda

Sumber : Pengolahan Data 2023

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.529	1.389		3.982	.000
	X1	.322	.054	.490	5.904	.000
	X2	.280	.071	.327	3.943	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil pengolahan data tabel tersebut dapat diperoleh hasil persamaan regresi linier berganda pada tabel 4.10 sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + e$$

$$Y = 5.592 + 0,322X_1 + 0,280X_2 + e$$

Keterangan

Y = Keputusan Nasabah

α = Bilangan Konstanta

β = Koefisien Regresi

X₁ = Keunggulan

X₂ = Kualitas

e = Error

Uji Hipotesis

Tabel 14 hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	301.752	2	150.876	51.308	.000 ^b
	Residual	285.238	97	2.941		
	Total	586.990	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X ₂ , X ₁						

Sumber : Pengolahan Data 2023

Berdasarkan tabel 14 diatas, diketahui F hitung sebesar 51.308 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi (sig.) pada uji F kurang dari 0,05 sehingga H₁ diterima. Maka hal ini menunjukkan bahwa secara simultan ada pengaruh antara keunggulan produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.717 ^a	.514	.504	1.71482
a. Predictors: (Constant), X ₂ , X ₁				

Sumber : Pengolahan Data 2023

Berdasarkan pada tabel 15 dapat diketahui bahwa nilai dari *Adjusted R Square* sebesar 0.504, hal tersebut dapat menunjukkan bahwa variabel independen keunggulan produk dan kualitas pelayanan dapat menjelaskan terhadap kepuasan nasabah sebagai variabel dependen dalam penelitian ini sebesar 50,4%, sedangkan sisanya sebesar 49,6% dijelaskan oleh variabel lainnya di luar variabel pada penelitian ini

Tabel 16 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.529	1.389		3.982	.000
	X ₁	.322	.054	.490	5.904	.000
	X ₂	.280	.071	.327	3.943	.000
a. Dependent Variable: Y						

Sumber : Pengolahan Data 2023

Berdasarkan tabel hasil uji t diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh faktor Ketertarikan terhadap minat berinvestasi Pada variabel Keunggulan produk (X1), hasil penelitian menunjukkan nilai sig 0,000 > 0,05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa dapat pengaruh antara variabel Keunggulan (X1) terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah (Y).
2. Pengaruh faktor Keinginan terhadap minat berinvestasi Pada variabel Kualitas pelayanan (X2), hasil penelitian menunjukkan nilai sig 0,000 < 0,05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel Keinginan (X2) terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah (Y).

SIMPULAN

1. Berdasarkan hasil uji F, variabel keunggulan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank syariah.
2. Dilihat hasil uji t, variabel keunggulan produk secara signifikan meningkatkan kepuasan nasabah bank syariah.
3. Dilihat hasil uji t, variabel kualitas pelayanan usaha secara signifikan meningkatkan kepuasan nasabah bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R. (2021). Pengaruh Keunggulan Produk Dan Penerapan Prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan. *Skripsi Universitas Alauddin Makassar*.
- Aina, N. (2021). Pengaruh Keunggulan Produk Dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Syariah Parepare). *Skripsi IAIN Pare Pare*.
- Anggraeni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Bandung. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 59-64. <https://doi.org/10.29313/jrieb.vi.825>
- Anjani, T. (2021). Sistem Informasi Untuk Persaingan Keunggulan. *Skripsi Universitas Mercu Buana, May*.
- Anugraingsa, Y., Alfaruqi, M. H., & Hermanto, K. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Publik Di Kantor Camat Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat. *Jurnal Tambora*, 6(3), 171-183.
- Daniel, Z. (2020). Pengaruh Bagi Hasil Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabunguan Mudharabah. *Economics Bosowa*, 6(002), 148.
- Habibulloh., & Jauhariyah, N. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bmt Al-Yaman Berasan. *NATUJA Jurnal Ekonomi Syariah*, 1.
- Hariyanto., Arief, M. Y., & Praja, Y. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko F3 Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur*, 1(9), 1784-1795.
- Heliani, D. (2023). Optimalisasi Pemanfaatan Pekarangan Sebagai Sumber Pangan Keluarga Secara Berkelanjutan Dengan Menggunakan Arang Sekam. *Jurnal Pengabdian West Science*, 2(1), 1-7.
- Herawati, Y., Hidayati, T., & Nadir, M. (2022). Pengaruh Informasi Gadai Emas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Kaltimtara Syariah Cabang Syariah

- Samarinda. *Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman*, 1(1), 57–62.
- IKRAM, M. A. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada pt bank sulselbar cabang utama makassar. *Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Jannah, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko IVO International Fashion Marpoyan. *Skripsi Universitas As Islam Riau*.
- Malang, B. K. (2022). Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin di Kota Malang. In *BPS Kota Malang*.
- Muzakkir, M. H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan M- Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Domisili Kota Tangerang Selatan). *Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 11170850000036.
- Nasution, leni m. (2017). Statistik Deskriptif. *Journal of the American Chemical Society*, 77(21), 5472–5476. <https://doi.org/10.1021/ja01626a006>
- Nurazizah, & Lubis, D. S. W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang. *Jurnal Studi Manajemen*, 3(3), 3–5.
- OJK, O. J. K. (2022). Statik Perbankan Syariah. In *Otoritas Jasa Keuangan*.
- Raga, A., & Amalia, T. (2022). pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pd bank perkreditan rakyat kantor kas rau kota serang. *Faltehan Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 36–48.
- Safira, H. (2021). Pengaruh Keunggulan Produk Dan Penerapan Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Bsi Cabang Ratulangi Palopo). *Skripsi IAIN Palopo*.
- Septiani, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Di Bank Bri Syariah Kcp Ponorogo. *Skripsi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam (IAIN) Ponorogo*, 1–95.
- Sugiiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (p. 444). CV Alfabeta.
- Sukmana, D. J., Hardani., & Andriani, H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March). CV Pustaka Ilmu.
- Wardana, R. (2022). 5 Produk Bank Syariah di Indonesia dan Akad-Akadnya. <https://lifepal.co.id/>. <https://lifepal.co.id/media/produk-bank-syariah/>
- Zairah. (2022). Analisis Distribusi Bagi Hasil, Inovasi Produk Tabungan, Standar Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syariah. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1), 157–182. <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i1.96>