

**PERSPEKTIF *MAQĀSID ASY-SYARĪ'AH* TERHADAP TINGKAT  
KEPUASAN NASABAH BSI TABUNGAN EASY WADIAH  
(STUDI ASPEK RELIGIUSITAS, *ISLAMIC BRANDING*, *CUSTOMER  
EXPERIENCE* DAN MANFAAT PRODUK)**



**SKRIPSI**

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN  
HUKUM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU  
HUKUM ISLAM**

**OLEH:**

**IKA RATNA AMBARWATI**

**17103080081**

**PEMBIMBING:**

**Dr. Hj. WIDYARINI, M.M**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UIN SU NAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
2023**

## ABSTRAK

Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai hasil merger ketiga bank penting untuk memenangkan persaingan antar bank, baik persaingan dengan bank konvensional maupun sesama bank syariah. Oleh karena itu dibutuhkan strategi salah satunya dengan memberikan kepuasan terhadap nasabahnya. Banyak faktor yang dapat melatar belakangi adanya kepuasan nasabah diantaranya religiusitas, *Islamic branding*, *customer experience* dan manfaat produk. Selain kepentingan strategi dalam mempertahankan nasabah dan meraih keuntungan, sebagai bank syariah BSI harus memperhatikan kemaslahatan nasabahnya baik di dunia maupun di akhirat sesuai prinsip perekonomian Islam. Oleh karenanya menjadi menarik untuk diteliti tentang bagaimana tingkat kepuasan nasabah BSI Tabungan Easy Wadiah dan perspektifnya menurut *maqāṣid asy-Syarī'ah* dengan melihat empat aspek yaitu aspek religiusitas, *Islamic branding*, *customer experience* dan manfaat produk.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan populasi nasabah muslim yang sedang menempuh pendidikan strata satu di Perguruan Tinggi. Observasi pada penelitian ini menggunakan teknik penyebaran kuesioner kepada 86 responden. Pengambilan data menggunakan penyebaran kuesioner berupa *soft file* melalui *google form*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *maqāṣid asy-Syarī'ah* Imam asy-Syatībī, konsep religiusitas Starck & Glock, konsep *branding* menurut Kotler, kualifikasi dimensi *customer experience* menurut Schmitt dan konsep manfaat produk serta *personal need* menurut Tjiptono.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah yang berangkat dari empat aspek tersebut secara keseluruhan menunjukkan adanya kemaslahatan bagi kehidupan nasabah, baik kemaslahatan agama, jiwa, keturunan, harta dan akal.

**Kata kunci:** *Tingkat Kepuasan Nasabah, Easy Wadiah, Maqāṣid asy-Syarī'ah*



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

FM-UINSK-BM-05 03/RO

## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi saudara Ika Ratna Ambarwati

Kepada Yth.,  
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum  
UIN Sunan Kalijaga  
Di Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama Mahasiswa : Ika Ratna Ambarwati

NIM : 17103080081

Judul Skripsi : **"Perspektif *Maqāsid asy-Syarī'ah* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah BSI Tabungan Easy Wadiah (Studi Aspek Religiusitas, *Islamic Branding*, *Customer Experience* dan Manfaat Produk)"**.

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan/Program Studi Hukum Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum Islam.

Dengan ini, kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 29 Januari 2023M

7 Rajab 1444

Dosen Pembimbing

Dr. Hj. Widyarini, M.M.  
NIP.196004071986012002

# PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-431/Un.02/DS/PP.00.9/04/2023

Tugas Akhir dengan judul : PERSPEKTIF *MAQASHID ASY-SYARIAH* TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH BSI TABUNGAN EASY WADIAH (STUDI ASPEK RELIGIUSITAS *ISLAMIC BRANDING, CUSTOMER EXPERIENCE* DAN MANFAAT PRODUK)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : IKA RATNA AMBARWATI  
Nomor Induk Mahasiswa : 17103080081  
Telah diujikan pada : Jumat, 03 Februari 2023  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

## TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Hj. Widyarini, M.M.  
SIGNED

Valid ID: 642a5e4e0ef3



Penguji I

Dr. Abdul Mughits, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 64229b3407260



Penguji II

Farrah Syamala Rosyda, M.H.  
SIGNED

Valid ID: 642a57d99aeff



Yogyakarta, 03 Februari 2023  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

Prof. Dr. Drs. H. Makhrus, S.H., M.Hum.  
SIGNED

Valid ID: 642abbc029150



## PERNYATAAN PLAGIARISME



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

FM-UINSK-BM-05 03/RO

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ika Ratna Ambarwati  
NIM : 17103080081  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Syariah dan Hukum

Menyatakan bahwa naskah skripsi saya yang berjudul “*Perspektif Maqāṣid asy-Syarī’ah Pada Tingkat Kepuasan Nasabah BSI Tabungan Easy Wadiah (Studi Aspek Religiusitas, Islamic Branding, Customer Experience dan Manfaat Produk)*” secara keseluruhan adalah hasil karya dan penelitian saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang telah disebut dengan jelas sumber rujukannya baik dalam footnote atau daftar pustaka, dan bebas plagiarisme.

Yogyakarta, 29 Januari 2023M

7 Rajab 1444

Penyusun



Ika Ratna Ambarwati

17103080081

## MOTTO

«اقرأ باسم ربك الذي خلق»

**(Bacalah! Dengan menyebut nama Tuhanmu yang Telah Menciptakan)**

“Pelajarilah (apapun ilmunya) dengan orientasi kamu tunjukkan kepada Tuhanmu, karena sepintar apapun kamu dalam bidang keilmuan jika bukan Ridho Allah yang kamu maksud, maka tidak akan berarti apapun sama sekali”.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini ditulis dengan limpahan curahan puji dan rasa syukur kepada Allah Swt. atas segala nikmat dan kemudahan dalam menjalani dan memaknai proses penulisan. Dengan ketulusan hati dan penuh kasih sayang, skripsi ini penyusun persembahkan kepada:

1. Kepada orang tua, Bapak Syaiful Anam dan Ibu Khasiyatun, yang terus memberikan kasih sayang dan dukungan pada setiap apa yang menjadi keinginan anaknya hingga dewasa ini.
2. Kepada mbah kakung Much Muchtarom dan mbah putri Maryatun yang telah membesarkan cucunya sedari kecil dengan penuh kasih sayang dan perhatian.
3. Kepada adik kandung Annisa Nurul Mukarromah telah menjadi adik yang manis, penyayang dan penuh *support*.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi adalah pengalihan tulisan dari satu bahasa ke dalam tulisan bahasa lain. Dalam skripsi ini transliterasi yang dimaksud adalah pengalihan tulisan Bahasa Arab ke Bahasa Latin. Penulisan transliterasi Arab-Latin penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543 b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	KH	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Z (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Za'	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	SY	Es dan Ye
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta'	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)

ظ	Za'	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'El
م	Mim	M	'Em
ن	Nun	N	'En
و	Wawu	W	W
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamza h	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

### B. Konsonan Rangkap Karena *Syaddah* ditulis rangkap

مُتَعَدِّدَةٌ	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عِدَّةٌ	Ditulis	<i>'iddah</i>

### C. *Ta' Marbūṭah* di akhir kata

1. Bila *ta' marbūṭah* di baca mati ditulis dengan *h*, kecuali kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya.

حِكْمَةٌ	Ditulis	<i>Hikmah</i>
جِزْيَةٌ	Ditulis	<i>Jizyah</i>



2. Bila *ta' marbūṭah* diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya'</i>
--------------------------	---------	---------------------------

3. Bila *ta' marbūṭah* hidup dengan *harakat fathah, kasrah dan ḍammah* ditulis *t*

زَكَاةُ الْفِطْرِ	Ditulis	<i>Zakāt al-fiṭr</i>
-------------------	---------	----------------------

#### D. Vokal Pendek

َ	<i>Fathah</i>	Ditulis	A
ِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
ُ	<i>Ḍammah</i>	Ditulis	U

#### E. Vokal Panjang

1	<i>fathah+alif</i>	Ditulis	<i>Ā</i>
	جَاهِلِيَّةٌ	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
2	<i>fathah+ya' mati</i>	Ditulis	<i>Ā</i>
	تَنْسَى	Ditulis	<i>Tansā</i>
3	<i>Kasrah+ya' Mati</i>	Ditulis	<i>Ī</i>
	كَرِيمٌ	Ditulis	<i>Karīm</i>

4	<i>ḍammah+wawu mati</i>	Ditulis	<i>Ū</i>
	فُرُوضٌ	Ditulis	<i>Furūḍ</i>

### F. Vokal Rangkap

1	<i>fathah+ya' mati</i>	Ditulis	<i>Ai</i>
	بَيْنَكُمْ	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2	<i>fathah+wawu mati</i>	Ditulis	<i>Au</i>
	قَوْلٌ	Ditulis	<i>Qaul</i>

### G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata

Penulisan vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan tanda apostrof (‘)

1	أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
2	لَئِنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

### H. Kata Sandang Alif+Lām

1. Bila kata sandang *Alif+Lām* diikuti huruf *qamariyyah* ditulis dengan *al*.

الْقُرْآنُ	Ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
الْقِيَاسُ	Ditulis	<i>Al-Qiyās</i>

2. Bila kata sandang *Alīf+Lām* diikuti *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta dihilangkan huruf *l* (el)-nya.

السَّمَاءُ	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشَّمْسُ	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

### I. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD).

### J. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Kata-kata dalam rangkaian kalimat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Ẓawī al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

#### 1. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

- a. Kosa kata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: al-Qur'an, hadis, mazhab, syariat, lafaz.
- b. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku Al-Hijab, Fiqh Mawaris, Fiqh Jinayah dan sebagainya.

- c. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh dan sebagainya.
- d. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Hidayah, Mizan, Taufiq dan sebagainya.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين وبه نستعين وعلي أمور الدنيا و الدين و الصلاة و السلام

علي أشرف الأنبياء و المرسلين و علي أله و صحبه أجمعين أما بعد

Segala Puji bagi Allah Swt. yang telah memberikan taufiq serta rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam kami haturkan kepada Baginda Agung Nabi Muhammad saw. beserta ahlu bait, sahabat dan penerus risalahnya, karena atas segala perjuangan beliau selama hidup telah mewariskan agama dan ilmu sebagai pedoman umat manusia. Semoga kita sebagai penerus risalah beliau, selalu mendapatkan syafa'atnya. Amin YRA. *Alhamdulillah*, dengan segala ikhtiar dan doa, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul: **Perspektif *Maqāṣid asy-Syarī'ah* Pada Tingkat Kepasan Nasabah BSI Tabungan Easy Wadiah (Studi Aspek Religiusitas, *Islamic branding*, *Customer Experience* dan *Manfaat Produk*)** untuk diajukan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum di Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam penyusunan skripsi ini tentu tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, melalui kesempatan ini penulis selayaknya menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:



1. Prof. Dr. Phil Al Makin, S.Ag., M.A. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Drs. H. Makhrus, S.H., M.Hum. selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dr. Gusnam Haris, S.Ag., M.Ag. selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah dan Dosen Penasehat Akademik.
4. A Hashfi Luthfi, M.H. selaku Sekertaris Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah.
5. Dr. Hj. Widyarini, M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah memberi arahan, bimbingan, dukungan dan kemudahan dalam menyusun skripsi.
6. Seluruh Dosen Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga.
7. Kepada Jami' Masyayikh As-Sayyid 'Alim (Alm), As-Sayyid Agil Ba'abud (Alm), Simbah KH. Munawwir bin Abdullah Rosyad (Alm), Simbah KH. Abdul Qodir Munawwir (Alm), Simbah KH. Ali Maksum bin Ma'soem (Alm), Simbah Ahmad Warson bin Munawwir (Alm), KH. Abdul Hamid Pasuruan (Alm), KH. Hasbullah Ali Maksum (Alm), KH. Nasih Hamid (Alm), Ibu Nyai Hj. Hanifah Ali Maksum (Almh), Simbah KH. Najib Abdul Qodir Munawwir (Alm), Ibu Nyai Hurrin Ien (Almh), Gus Muhammad Rifqi Ali bin KH. Ali Maksum (Alm) dan Jami' Masyayikh Nahdlatul Ulama' yang senantiasa menjadi murobbi ruhi, lentera dan penerang jalan hidup peneliti. Senantiasa peneliti harap-harapkan ridho, barokah serta ilmunya. Semoga peneliti diakui dan diridhoi menjadi santri beliau-beliau.

8. Kepada Murobbi Ruhi As-Sayyid Al-Ustadz Hasan bin Agil Ba'abud dan Syarifah Aisyah Ba'abud beserta seluruh ahlu baitnya yang telah memberikan bimbingan ruhani, do'a dan ilmunya yang sangat berharga bagi kehidupan peneliti sebagai santrinya.
9. Kepada Murobbi Ruhi Ibu Nyai Hj. Khusnul Khotimah Warson dan seluruh keluarga besarnya atas segala bimbingan ruhani dan ilmunya.
10. Kepada Murobbi Ruhi KH. Zaky Muhammad Hasbullah, L.c. dan Ibu Nyai Hj. Fatma Zuhrotunnisa, S.TP., MP. beserta seluruh keluarga besarnya yang telah memberikan seluruh perhatian, cinta, bimbingan ruhani dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti.
11. Kepada Murobbi Ruhi Ibu Nyai Hj. Barokah Nawawi beserta keluarga besarnya yang telah meridhoi menjadi santrinya.
12. Kepada seluruh Masyayikh Pondok Pesantren Al-Iman Bulus Purworejo, seluruh Masyayikh Pondok Pesantren Ali Maksum Krapyak Yogyakarta, seluruh Masyayikh Pondok Pesantren Al- Munawwir Krapyak Yogyakarta dan seluruh Masyayikh Pondok Pesantren Nurul Ummah Putri Yogyakarta yang telah sabar membimbing, mendidik, mengajarkan segala ilmu yang semoga dan insya Allah sangat bermanfaat bagi peneliti.
13. Kepada Guru saya di MT. Muhayyijul Asywaq Yogyakarta Al-Hubabah asy-Syarifah Umi Gamar Al-Haddad, Syarifah Fatimah Bafagih, Syarifah Aminah Bafagih, Habib Thoriq beserta ahlu baitnya yang senantianya peneliti harapkan barokah dan do'a-do'anya. Semoga melalui perantara beliau-beliau, jami' ahlu baitin Nabi dan guru-guru peneliti dapat menjadi

wasilah peneliti diakui umat Kanjeng Nabi Muhammad Saw. mendapat syafaatnya dan dapat melihat serta berkumpul bersama beliau-beliau kelak di akhirat.

14. Kepada seluruh pihak Kantor Notaris & PPAT Nikmatur Rohmah, S.H., M.Kn., DIY, Kantor Notaris & PPAT Eri Aryanto, S.H., M.Si., DIY, Kantor Kementerian Agama Kota Yogyakarta khususnya bagian Penyelenggara Zakat Wakaf yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk magang, menimba ilmu serta terima kasih atas segala bimbingannya.
15. Kedua orang tua Bapak Syaiful Anam, Ibu Khasiyatun, Simbah Kakung Muh. Muchtarom, Simbah Putri Maryatun, Simbah Kakung Putri Sajuri, beserta Adik Annisa Nurul Mukarromah yang sangat saya sayangi, yang selalu memberikan kasih sayang, cinta, dukungan dan segalanya.
16. Kepada keluarga besar Bulek Istingarotun, Paklek Sutikno, Paklek Fathurrohman beserta istri, dan seluruh saudara sepupu Candra Aditama Muchlisin, S.H., Alfin Nur Chikma, Amanda Nur Rahmawati, Uswatun Ba'lita Lalao dan Hafidz Nur Rochman. Beserta seluruh keluarga besar lainnya yang senantiasa memberikan dukungan dan kasih sayangnya.
17. Teman-teman seperjuangan di Pondok Pesantren Al Iman Bulus khususnya Jalalain 17 dan keluarga MAKK 1, teman-teman seperjuangan di Pondok Pesantren Al-Munawwir Komplek Q (khususnya Ana Lailatul Amanah, Dea Uswatun Hasanah, Riska, Farida, Amalina Farikhah, Laili Nur Fatimah, dan keluarga Q2A), teman-teman seperjuangan di Pondok Pesantren Ndalem Dongkelan Krapyak Yogyakarta (khususnya santri kamar gedung lama,

Najla Zaul Fadaukas, Siti Alifiah, Hoirunnisa, Naila Hania, Dini Muftikharurrohmah, S.Sos. Izzah Naelun Ni'mah, S.Pd., Tazkia Dewi Apipah, Dina Nur Aini, Wanda Hamidatul Aufa, Akrim Manarillah Ulfa, Elok Faiqoh, Siti Nur Mukarromah, Maili Launa Tayiba, S.E., Najihah Fahma Fahreza, Siti Zahro, Himmah Niswan Nabila, Qotrunnada Ishma, Sheima Fittaqiya, Nihayul Lu'luin Nihlah, Nabila Khansa Dinia, Yunita Catur Wulandari, Fatimaturzzahra, Nadra Nadia, Firda Falasifah Zamani, Jahdan Jauda Zain, Lailatul Afiyah dan lainnya) yang senantiasa kebersamai langkah mencari ilmu, pengabdian dan segala prosesnya selama di Pondok.

18. Sahabat tercinta Arrum Khulasotul Hidayah. L.c., Inka Putri Badriani. S.Kep., Dewi Masyitoh, L.c., Anis Nur Laila, S.E., Tri Listya Ningsih. S.Pdi., Maghfira Farah Isfari, S.Pd. Alfin Khoirunnisa', S.Sos., Latifatul 'Ulum, Lutfiyatul Mardhiah, Uswatun Chasanah Bener dan Dika Anggoro, Idamatussilmi, S.H., Dyan Afifah. S.Pd., Hamidah Ahmad, S.Pd., yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, *support* dan menemani dalam suka maupun duka.
19. Kepada Sahabat *Movie Project* Abdillah Bafadhol, Abdul Khalim, Thoriq Musyadad, Hanif Halwani, Adnan Suady yang telah kebersamai dan memberikan ruang belajar baru yang asyik.
20. Seluruh keluarga besar kedua di Jogja Keluarga Santri Al-Iman Yogyakarta (KSATRIA), khususnya bagi para senior dan teman-teman lainnya yang

telah kebersamai, membantu, membimbing dan memberikan dukungannya.

21. Seluruh teman-teman HES tercinta khususnya sahabat Erisa Destiana Putri Gemilang. S.H., Amir Syarifudin, S.H. (Elsa), Dinda Saidarani. S.H., Siti Novtiani Nur Azizah, S.H, Tunggul Muhammad Asyrofi, S.H., Hafid Syarifudin (Lery), Fathul Bari. S.H., Maksu Yusuf, Vista Ayu Nurjianti. S.H., Khairotin. S.H., Fatimmatuzzahro, S.H., Siti Lailatur Rosiqoh, Riris Ariyanti, S.H., Ana Mafatikhul, Muh. Alwi, Abdul Fahmi, S.H, Rizki Bagus Andrioanto, S.H., M. Muizzuddin, Namiyati, S.H., Fitri Yugestesya, S.H., Fatimah Fitriyaningsih, S.H., Syarfah Zuhri, Lilik Syaifuddin, S.H. Siti Maimuna, S.H. Siti Muthoharoh, S.H., Abdul Somad, Ananda Aidil Fitri, S.H. dan Muhammad Asyrofi, S.H. Yang senantiasa menemani proses, saling mendoakan dan menyayangi.
22. Kepada Sahabat tersayang Rafi'ah, S.H. dan Maulidiyah Fitriyatus Sholihah, S.H. yang selalu bersama sejak awal kuliah, saling menyayangi, memberikan *support* dan selalu bersama dalam suka dan duka.
23. Kepada teman seperjuangan Skripsi satu DPS Nur Baiti, S.H. dan Aminatul Adibah, S.H., beserta seluruh sahabat HES A yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu dan senantiasa menjadi teman berproses serta saling membantu.
24. Seluruh sahabat sahabati PMII Rayon Ashram Bangsa khususnya Korp Paramartha yang telah memberikan pengalaman yang baik.
25. Seluruh Dewan Guru Diniyyah dan TPQ Ali Maksu yang senantiasa membimbing dan berbagi ilmu.



26. Seluruh teman berproses di organisasi Business Law Centre (BLC) dan Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) 2017.

27. Tidak lupa untuk semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada peneliti yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih banyak.

*Jazākumullāh Aḥsanal al-Jazā’.*

Kepada semua yang telah memberikan ilmu dan pengalaman kepada peneliti, semoga ilmu yang diberikan dapat bermanfaat bagi peneliti sampai pada masa yang akan datang, semoga Allah Swt. membalas dengan sebaik-baik balasan kepada semua pihak. Dengan selesainya skripsi ini penulis berharap semoga dapat bermanfaat bagi para pembaca. Aamiin YRA.

Yogyakarta, 23 Januari 2023 M  
23 Jumadil Akhir 1444 H

Penyusun,



Ika Ratna Ambarwati  
NIM. 17103080081

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK .....	ii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....	iv
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....	v
PERNYATAAN PLAGIARISME.....	vi
MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	ix
KATA PENGANTAR .....	xv
DAFTAR ISI.....	xxii
DAFTAR TABEL.....	xxiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
D. Telaah Pustaka .....	7
E. Kerangka Teoritik .....	13
F. Metode Penelitian.....	19
G. Sistematika Pembahasan .....	23
BAB II LANDASAN TEORI TEORI <i>MAQĀṢID ASY-SYARĪ'AH</i> IMAM ASY-SYAṬIBĪ, STARCK & GLOCK, KOTLER, SCHMITT DAN TJIPTONO.....	24
A. <i>Maqāṣid asy-Syarī'ah</i> .....	25
B. Akad Wadiah <i>Yad Damanāh</i> Perspektif Fikih Muammalah.....	32
C. Religiusitas.....	33
D. <i>Islamic branding</i> .....	34
E. <i>Customer Experience</i> .....	35
F. Manfaat Produk.....	37
G. Kepuasan Nasabah .....	38

BAB III GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN .....	39
A. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia (BSI).....	39
B. Gambaran Umum BSI Tabungan Easy Wadiah.....	41
C. Profil Responden.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	60
A. Tingkat Kepuasan Nasabah BSI Tabungan Easy Wadiah pada Aspek Religiusitas, <i>Islamic Branding</i> , <i>Customer Experience</i> dan Manfaat Produk ....	61
B. Analisis Perspektif <i>Maqāṣid asy-Syarī'ah</i> pada Tingkat Kepuasan Nasabah BSI Tabungan Easy Wadiah Aspek Religiusitas, <i>Islamic Branding</i> , <i>Customer Experience</i> dan Manfaat Produk .....	63
BAB V PENUTUP.....	87
A. Kesimpulan .....	87
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA .....	89
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	I
DAFTAR TERJEMAH .....	I
KUISIONER .....	III
TABEL JAWABAN RESPONDEN .....	XI
CURICULUM VITAE (CV).....	XV

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel III. 1.</b> Pendidikan Responden .....	42
<b>Tabel III. 2.</b> Asal Perguruan Tinggi Responden .....	42
<b>Tabel III. 3.</b> Pendidikan Terakhir Ayah dan Ibu Responden.....	45
<b>Tabel III. 4.</b> Pekerjaan Ayah dan Ibu Responden .....	46
<b>Tabel III. 5.</b> Penghasilan Orang Tua.....	47
<b>Tabel III. 6.</b> Besaran Tabungan Rutin Responden .....	48
<b>Tabel III. 7.</b> Lama Waktu Responden Menjadi Nasabah BSI Tabungan Easy Wadiah .....	49
<b>Tabel III. 8.</b> Alasan Responden Menjadi Nasabah.....	50
<b>Tabel III. 9.</b> Alasan Responden Memilih BSI Easy Wadiah.....	51
<b>Tabel III. 10.</b> Pengetahuan Responden pada Arti Akad Wadiah Yad Damanāh.....	52
<b>Tabel III. 11.</b> Jawaban Kepuasan Responden Aspek Religiusitas .....	54
<b>Tabel III. 12.</b> Jawaban Kepuasan Responden Aspek Islamic Branding.....	55
<b>Tabel III. 13.</b> Jawaban Kepuasan Responden Aspek Customer Experience .....	57
<b>Tabel III. 14.</b> Jawaban Kepuasan Responden Aspek Manfaat Produk.....	58
<b>Tabel IV. 1.</b> Klasifikasi Aspek Pertanyaan Religiusitas.....	69
<b>Tabel IV. 2.</b> Klasifikasi Tingkatan Hifz ad-Din Pertanyaan Religiusitas.....	72
<b>Tabel IV. 3.</b> Kualifikasi Komponen Pertanyaan Customer Experience .....	78
<b>Tabel IV. 4.</b> Klasifikasi Dimensi Pertanyaan Manfaat Produk.....	82



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Tujuan akhir dari ekonomi Islam selaras dengan tujuan dari *maqāṣid* itu sendiri yaitu mencapai kesejahteraan dan kebahagiaan dunia maupun akhirat. Sebagaimana perbankan yang syariah sudah seharusnya tidak hanya memikirkan hal-hal yang bersifat dapat menguntungkan saja (*profitable*) tapi juga perhatiannya harus berorientasi pada kemaslahatan yang sesuai dengan tuntunan syariah. Baik kemaslahatan bagi Bank Syariah itu sendiri ataupun kemaslahatan bagi kehidupan nasabahnya. Jika berbicara tentang tujuan akhir kemaslahatan, maka menjadi penting untuk meneliti tentang bagaimana perspektif *maqāṣid asy-Syari'ah*.

Disisi lain nasabah memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan pada produk maupun layanan yang diberikan oleh bank. Untuk menciptakan kepuasan nasabah, bank harus memiliki sistem agar memperoleh lebih banyak nasabah dan memiliki kemampuan dalam mempertahankan nasabahnya. Sistem inilah yang nantinya akan menentukan tingkat keberhasilan dalam persaingan antar bank mengingat di Indonesia sendiri memiliki beberapa jenis perbankan. Seperti bank konvensional yang terdiri dari Bank Umum Konvensional (BUK) dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR), kemudian Bank Syariah terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank



Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), selain keduanya terdapat juga jenis Unit Usaha Syariah (UUS).

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada bulan Januari 2021 saat ini terdapat 34 pelaku usaha perbankan syariah. Terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS) dan 20 Unit Usaha Syariah (UUS) serta sebanyak 163 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Dari 20 Unit Usaha Syariah (UUS) 7 diantaranya dari bank umum swasta nasional yaitu Unit Usaha Syariah (UUS) Bank Permata, BTN, Cimb Niaga, Maybank, OCBC NISP, Sinar Mas dan Danamon.<sup>1</sup>

Berdasarkan data di atas untuk bisa memenangkan persaingan antar bank khususnya bank syariah maka membutuhkan strategi dalam memberikan kepuasan terhadap nasabah. Banyak faktor yang melatarbelakangi adanya kepuasan nasabah diantaranya faktor kualitas pelayanan, kualitas produk, kepercayaan nasabah, *complaint handling*, *Islamic service quality*, promosi, keamanan, kenyamanan, kemudahan akses, layanan internet banking, faktor religiusitas, *Islamic branding*, *customer experience*, manfaat produk dan masih banyak lagi.

Terdapat empat faktor yang dianggap penting dalam penelitian ini terkait tingkat kepuasan nasabah yakni faktor religiusitas, *Islamic branding*, *customer experience* dan manfaat produk. Objek penelitian ini menasar pada nasabah perbankan syariah yang mayoritas masyarakat Indonesia beragama

---

<sup>1</sup> Sri Sayekti, "Masa Depan Unit Usaha Syariah 2021," <https://amp.kontan.co.id/news/masa-depan-unit-usaha-syariah-2021>, akses 17 Mei 2022.

Islam, maka menjadi penting untuk mengetahui apakah kepuasan nasabah yang berangkat dari faktor religiusitas dapat merepresentasikan penerapan nilai kesejahteraan kehidupan nasabah. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa apakah nasabah memilih menjadi nasabah bank syariah karena dipengaruhi oleh religiusitasnya atau tidak. Hal ini menarik, karena kegiatan operasional antara bank syariah dengan bank konvensional sangat berbeda. Ciri khas bank syariah adalah jual beli barang dan bertujuan tolong menolong. Sementara bank konvensional bertujuan bisnis. Religiusitas sendiri memiliki pengertian suatu kesalehan dalam beragama baik hubungan vertikal (keimanan atau ketaatan kepada Tuhannya) maupun hubungan horizontal (sesama makhluk-Nya), sehingga religiusitas berpotensi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah yang memang erat dalam menjaga prinsip Islam.

Faktor *Islamic branding*, selayaknya dalam perbankan yang menggunakan label syariah akan dipertanyakan kesyariahan dan citra Islaminya apakah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam sehingga dapat memenuhi ekspektasi masyarakat dalam hal penerapan aturan Islam atau belum. Maka menarik untuk mengetahui bagaimana *Islamic branding* dipandang dari nilai penerapan *maqāṣid asy-Syarī'ah*.

*Customer experience* (pengalaman nasabah) adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah karena *customer experience* merupakan salah satu indikator kesuksesan layanan secara keseluruhan dari sebuah perusahaan. Penting bagi perusahaan untuk memberikan *customer experience* yang positif demi meraih kepuasan nasabah, sehingga

keberlangsungan bisnis menuju kearah yang baik. Pengalaman nasabah juga dapat memberikan dampak besar dalam kehidupan sehari-hari, karena segala bentuk pelayanan, transaksi keuangan dan pemakaian fasilitas akan terus membersamai keberlangsungan hidup nasabah. Selain dari sisi religiusitas, citra Islam dan faktor pengalaman nasabah, sebagai wujud komitmen yang diberikan oleh perbankan maka tidak kalah penting untuk diteliti adalah faktor manfaat produk. Seberapa besar manfaat produk yang diciptakan oleh bank syariah sesuai dengan keinginan, maka akan menentukan pula tingkat kepuasan nasabahnya, sehingga apabila manfaat produk memberikan *impact* yang baik bagi nasabah maka akan terjamin pula kesejahteraan nasabah selama kebermanfaatannya itu terus ada.

Melihat dari sekian banyak perbankan yang ada di Indonesia khususnya perbankan syariah, maka nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi objek penelitian yang dipilih. Terhitung sejak berdirinya hingga kini BSI mampu menempati posisi *top five* perbankan nasional pada sisi tabungannya. Meskipun belum lama berdiri (merger) berdasarkan survei yang dilakukan oleh BSI sebanyak 43% masyarakat Indonesia bersedia menggunakan jasa layanan perbankan syariah.<sup>2</sup> Selain itu menurut riset yang dilakukan oleh Forbes menyatakan bahwa Bank Syariah Indonesia Tbk. atau BSI juga diakui oleh dunia internasional sebagai bagian dari *The World Best Bank*, bahkan riset

---

<sup>2</sup> Dionisio Damara, "Himpun Rp.91,43 Triliun, BSI (BRIS) Raih Top 5 bank Nasional dari Sisi Tabungan," <https://m.bisnis.com/amp/read/20211207/90/1474983/himpun-rp9143-triliun-bsi-bris-raih-top-5-bank-nasional-dari-sisi-tabungan> , akses 17 Mei 2022.

tersebut menempatkan BSI kedalam 5 bank terbaik di Indonesia pada tahun 2022<sup>3</sup>

Penelitian ini difokuskan pada nasabah tabungan Easy Wadiah yang merupakan salah satu produk unggulan dari bank BSI dengan menggunakan konsep akad *Yad Damanāh* (nasabah menitipkan uang/menabung tanpa perjanjian bonus/kerjasama bagi hasil dengan pihak bank). Selain itu tabungan Easy Wadiah termasuk salah satu produk yang paling banyak diminati karena keunggulannya dalam beberapa hal, diantaranya: kemudahan transaksi melalui BSI Mobile dan BSI Internet Banking, bebas biaya administrasi bulanan, setoran awal ringan serta kemudahan dalam pembukaan rekening dapat dilakukan secara online.<sup>4</sup>

Oleh karenanya, judul penelitian yang akan dilakukan adalah: “Perspektif *Maqāṣid asy-Syarī’ah* terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah BSI Tabungan Easy Wadiah (Studi Aspek Religiusitas, *Islamic Branding*, *Customer Experience* dan Manfaat Produk)”.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

---

<sup>3</sup>“Forbes Tempatkan BSI Kedalam Jajaran 5 Bank Terbaik Indonesia,” <https://bankbsi.co.id/news-update/berita/fprbes-tempatkan-bsi-kedalam-jajaran-5-bank-terbaik-indonesia>, akses 12 Agustus 2022.

<sup>4</sup> Sheilamida Nanda Muhaeni, dkk, “Anlisis Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy *Wadiah*,” *MUSYRAKAH: Journal of Sharia Economics (MJSE)*, Vol 2:1 (Maret 2022), hlm. 30.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah BSI Tabungan Easy Wadiah pada aspek religiusitas, *Islamic branding*, *customer experience* dan manfaat produk?
2. Bagaimana perspektif *maqāṣid asy-Syarī'ah* terhadap tingkat kepuasan nasabah BSI Tabungan Easy Wadiah pada aspek religiusitas, *Islamic branding*, *customer experience* dan manfaat produk?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan nasabah BSI Tabungan Easy Wadiah pada aspek religiusitas, *Islamic branding*, *customer experience* dan manfaat produk.
- b. Untuk mengetahui perspektif *maqāṣid asy-Syarī'ah* terhadap kepuasan nasabah BSI Tabungan Easy Wadiah pada aspek religiusitas, *Islamic branding*, *customer experience* dan manfaat produk.

### **2. Kegunaan Penelitian**

- a. Secara teoritis kegunaan dari penelitian ini adalah:

- 1). Diharapkan dapat memberikan sumbangsih kepada para peneliti dalam bidang dan hal yang serupa sebagai sumber rujukan.
- 2). Diharapkan dapat menjadi bahan bacaan dan pengetahuan kepada seluruh pihak yang terlibat dalam lembaga keuangan syariah khususnya pada pihak BSI.
- 3). Diharapkan dapat memberikan wawasan kepada para pembacanya terkait tingkat kepuasan nasabah perspektif *maqāsid* syariah dengan melihat beberapa faktor diantaranya faktor religiusitas, *Islamic branding*, *customer experience* dan manfaat produk.

b. Secara praktis kegunaan dari penelitian ini adalah:

Sebagai bahan masukan kepada pihak BSI dalam mempertahankan kepuasan nasabah dan sebagai wawasan BSI untuk konsisten mempertahankan prinsip ketercapaian tujuan-tujuan syariah.

#### **D. Telaah Pustaka**

Penelitian ini berkaitan dengan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap Bank Syariah yaitu faktor religiusitas, *Islamic branding*, *customer experience* dan manfaat produk. Tentunya masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap Bank Syariah.

Berikut hasil penelitian-penelitian terdahulu:



Penelitian Zaini Abdillah Siregar dan Nur Santri Yanti yang berjudul *Implementation of Maqasid Syariah to the Customer Service Unit in Providing Service to Customers at PT. Bank Sumut Syariah KCP Lubuk Pakam*. Metode analisis data yang digunakan adalah kaulitatif deskriptif. Hasil dalam penelitian ini yaitu bahwa implementasi *maqāsid* syariah pada *customer experience* dalam 5 (lima) aspek sudah terpenuhi. Kelima aspek *maqāsid asy-Syari'ah* pada ranah *customer experience* menekankan pada sejauh mana konsep menjaga agama, menjaga jiwa, menjaga akal, menjaga keturunan dan menjaga harta menunjukkan kesimpulan:

1. Aspek melindungi agama sudah terpenuhi ditunjukkan dengan pelayanan nasabah mengawali percakapan melalui salam, kegiatan *breafing* dan doa bersama sebelum memulai pekerjaan dan penyediaan fasilitas mushola.
2. Aspek *maqāsid asy-Syari'ah* dalam melindungi jiwa terpenuhi dengan memberikan pelayanan nasabah berupa menanyakan keperluan nasabah, bersikap sopan santun dan tidak dibenarkan berkata bohong kepada nasabah.
3. Aspek dalam melindungi akal/pikiran terpenuhi dengan menerangkan produk yang ada di PT. Bank Sumut Syariah Lubuk Pakam. Pemberian pengetahuan kepada nasabah merupakan wujud melindungi akal/pikiran.
4. Aspek dalam melindungi harta terpenuhi dengan memperhatikan prinsip kehati-hatian berupa *Customer Service* memastikan langsung



jumlah uang yang akan ditabungkan nasabah sebelum masuk ke Teller agar tidak terjadi kesalahan pada pencatatan tabungan nasabah baru.

5. Aspek dalam melindungi keturunan terpenuhi dengan *Customer Service* bertanggung jawab atas data pribadi nasabah.<sup>5</sup>

Penelitian Mustofa yang berjudul Index Kepuasan Pelanggan Anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Perspektif *Maqāsid asy-Syarī'ah*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *field research* dengan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan populasi seluruh anggota KSPPS Muamalah Sejahtera yang berjumlah 494 anggota. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan teknis analisis data menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil penelitian ini mengatakan bahwa metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) menunjukkan rata-rata tingkat kepuasan pelanggan adalah sebesar 87,28% yang berarti nilai tersebut berada pada kategori sangat puas. Kemudian, dari kelima prinsip *maqāsid asy-Syarī'ah* yang paling tinggi nilainya adalah *ḥifz ad-din* dengan nilai CSI sebesar 90,29%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa KSPPS Muamalah Sejahtera sangat mengedepankan nilai-nilai keagamaan.<sup>6</sup>

Penelitian Hani Fathur Rahman yang menggunakan variable kepercayaan, *customer experience* dan *complaint handling* sebagai variable

---

<sup>5</sup> Zaini Abdillah, Nur Santri "Implementation of Maqasid Syariah to the Customer Service Unit in Providing Service to Customers at PT. Bank Sumut Syariah KCP Lubuk Pakam," <https://penerbitadm.com/index.php/JURNALEMAK/article/download/508/823/3429>, akses 27 Januari 2023.

<sup>6</sup> Mustofa, "Index Kepuasan Pelanggan Anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Perspektif Maqashid Syariah," <https://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/ab/article/download/2139/1266>, akses 27 Januari 2023.

independen dan variable *customer satisfaction* sebagai variable dependen. Metode analisis data yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan populasi warga Depok pemilik tabungan bank BNI Syariah dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* sebanyak 100 responden. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara parsial variable kepercayaan tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction*, variable *customer experience* secara parsial berpengaruh terhadap *customer satisfaction* dan variable *complaint handling* secara parsial berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. Sedangkan secara simultan variable kepercayaan, *customer experience* dan *complaint handling* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* nasabah bank BNI Syariah kota Depok.<sup>7</sup>

Penelitian Intan Kamila dengan variable kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variable independen dan variable kepuasan nasabah sebagai variable dependen. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif dengan populasi seluruh nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug. Sedangkan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling* dan responden yang diambil sebanyak 80 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variable kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara

---

<sup>7</sup> Hanif Fathur Rahman, "Pengaruh Kepercayaan, *Customer Experience*, dan *Complaint Handling* Terhadap *Customer Satisfaction* pada Nasabah yang Menabung di Bank BNI Syariah Depok", *Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah* (2019), hlm. 61.

signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug.<sup>8</sup>

Penelitian serupa juga dilakukan Pramonosidi Wijanoko dimana variable kualitas pelayanan dan religiusitas sebagai variable independen, variable kepuasan nasabah sebagai variable dependen dan variable loyalitas nasabah sebagai variable endogen. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang melakukan pembukuan di kantor-kantor Bank Syariah Mandiri Kantor Wilayah II BSM Jabodetabek dan Banten. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* pada sebanyak 100 responden. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variable kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah, variable religiusitas tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah, variable kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah dan variable religiusitas tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah.<sup>9</sup>

Hasil penelitian serupa juga dilakukan Najwa Fithrati yang mana variable *Islamic service quality* dan variable *Islamic branding* sebagai variable independen dan kepuasan nasabah sebagai variable dependen. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi seluruh

---

<sup>8</sup> Intan Kamila, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug)", *Skripsi* Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah (2017), hlm.96.

<sup>9</sup> Pramonosidi Wijanarko, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas terhadap Kepuasan Nasabah serta Dampaknya pada Loyalitas Nasabah", *Skripsi* Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah (2016), hlm. 139-134.

nasabah Bank Muamalat yang melakukan pembukuan dikantor-kantor Bank Muamalat dan terletak di Kanwil Bank Muamalat Jakarta Selatan. Sedangkan pengambilan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling* pada sebanyak 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variable *Islamic service quality* dan *Islamic branding* memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah serta secara simultan variable *Islamic service quality* dan *Islamic branding* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah BMI Kanwil Jakarta Selatan.<sup>10</sup>

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian yang berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu pada penelitian ini menggambarkan tingkat kepuasan nasabah BSI dan bagaimana implementasi *maqāsid asy-Syarī'ah*nya pada tingkat kepuasan nasabah aspek religiusitas, *Islamic branding*, *customer experience* dan manfaat produk dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Sedangkan pada penelitian sebelumnya menggambarkan bagaimana implementasi *maqāsid asy-Syarī'ah* pada unit *customer service* dalam memberikan pelayanan terhadap nasabahnya. Selain itu pada penelitian lainnya menggambarkan bagaimana index kepuasan pelanggan anggota KSPPS pada Bank Muamalah serta bagaimana perspektif *maqāsid asy-Syarī'ah*nya dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.

---

<sup>10</sup> Najwa Fithrati, "Pengaruh *Islamic Service Quality* dan *Islamic branding* terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Muamalat Indonesia)", *Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah* (2017), hlm. 146.

## E. Kerangka Teoritik

### 1. Konsep Perbankan Syariah

Konsep dasar dari bank syariah adalah sebuah lembaga keuangan bank yang aktivitasnya dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Dalam Islam sendiri pengaturan terhadap seluruh kegiatan ekonomi merujuk pada al-Quran dan hadits beserta ijtihad para ulama *aş-salaf aş-şālihīn*. Implementasi prinsip syariah inilah yang menjadi pembeda utama bank syariah dengan bank konvensional. Prinsip-prinsip yang harus dipatuhi oleh perbankan syariah dalam operasionalnya yaitu kegiatan yang mengandung unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Maisir (perjudian): perjudian dilarang dalam sistem keuangan Islam karena menyalahi prinsip keadilan dan keseimbangan. Perjudian memberikan efek negatif kepada pelakunya, ia akan mengalami keuntungan maupun kerugian secara abnormal.
- b. Gharar (ketidakjelasan): Gharar merupakan praktik pengambilan keuntungan secara bathil dan setiap transaksi yang belum jelas barangnya maupun kuasanya termasuk dalam transaksi yang mengandung praktik gharar. Oleh karenanya, gharar dilarang masuk dalam operasional bank syariah.
- c. Riba (pertambahan): riba berarti pengambilan tambahan atau keuntungan dari harta pokok atau modal secara bathil. Para ulama sepakat bahwa hukum riba adalah haram dan keterlibatan

dalam transaksi yang mengandung riba adalah dosa besar, hal ini juga diterangkan dalam al-Quran surat Ali Imran ayat 130.<sup>11</sup>

Terdapat banyak tuntunan Islam yang mengatur tentang kehidupan ekonomi umat, namun secara garis besar operasional bank syariah haruslah mematuhi prinsip dasar diatas.

## 2. Tabungan Easy Wadiah pada Bank Syariah Indonesia (BSI)

BSI Tabungan Easy Wadiah *Yad Damanāh* yakni nasabah menitipkan dananya kepada bank tanpa adanya bagi hasil, namun tetap dilakukan pemberian bonus sesuai dengan kebijakan pihak bank. Selain pembukaan rekening secara *online* keunggulan lain dari BSI Tabungan Easy Wadiah adalah keringanan bebas berbagai biaya seperti biaya administrasi bulanan, gratis biaya tarik tunai di seluruh ATM BSI dan ATM Mandiri serta bebas biaya transaksi di seluruh EDC Bank Mandiri, EDC Bank di Indonesia dan EDC berjaringan prima.<sup>12</sup>

Dilihat dari segi akadnya Wadī'ah memiliki dua macam jenis akad: *Wadī'ah Yad Amānah* dan *Wadī'ah Yad Damanāh*. Dalam pelaksanaannya perbankan syariah lebih menerapkan prinsip *Yad Damanāh* untuk giro maupun tabungan Wadī'ah. Hal ini ditunjukkan

---

<sup>11</sup> Prinsip dan Konsep Dasar Perbankan Syariah,” <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Prinsip-dan-konsep-PB-Syariah.aspx#>, akses 26 Maret 2023.

<sup>12</sup> “BSI Tabungan Easy,” <https://webform.bankbsi.co.id/catalog/keterangan/2>, akses 26 Maret 2023.



dengan adanya pihak bank selalu meminta kepada nasabah untuk diberi kewenangan oleh pihak bank agar mengelola titipan/asetnya, serta berhak penuh atas hasil pemanfaatan tanpa adanya bagi hasil.

### 3. Kepuasan Nasabah

Bloemer dan Ruyter menjelaskan seringkali kepuasan dipandang sebagai dasar munculnya sebuah loyalitas. Menurutnya kepuasan merupakan hasil evaluasi konsumen terhadap suatu produk dengan cara membandingkan apakah produk yang telah diterima sesuai dengan harapan konsumen.<sup>13</sup> Kepuasan dalam penelitian ini menggunakan dasar pengaruh religiusitas, *Islamic branding*, *customer experience* dan manfaat produk.

### 4. Religiusitas

Religiusitas dalam pandangan Islam berbeda dengan pandangan agama lain. Agama dalam perspektif Islam yakni ikatan antara Tuhan sebagai realitas tertinggi dan manusia sebagai salah satu ciptaan-Nya menjadi hamba.

Dasar pengukuran religiusitas seorang muslim adalah manifestasi dari Islam, iman dan ihsan. Maka untuk mengetahui tingkat religiusitas seorang muslim harus terdiri atas item-item yang menggambarkan

---

<sup>13</sup> Astrid Puspaningrum, *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, cet. ke-1 (Malang: Media Nusa Creative, 2017), hlm. 10.



persepsi, sikap dan amalan atau perbuatan terhadap tiga pokok unsur tersebut.<sup>14</sup>

Agama sebagai identitas kehidupan manusia memiliki kekuatan besar dalam mempengaruhi tindakan atau perilaku manusia. Oleh karenanya ketaatan dalam berkeyakinan, berfikir, dan berbuat merupakan manifestasi sekaligus menjadi parameter keimanan seseorang dalam beragama.

Dalam Surah al-Baqoroh: 177 yang merupakan konsep ketaatan baik dalam dimensi vertikal berupa keimanan maupun dimensi horizontal berupa muamalah (hubungan sosial).

ليس البرّان تولوا وجوهكم قبل المشرق والمغرب ولكن البرّ من امن بالله واليوم الاخر والملائكة والكتاب والنبيين واتى المال على حبه ذوى القربى واليتيمى والمسكين وابن السبيل والسائلين وفى الرقاب واقام الصلوة واتى الزكوة والموفون بعهدهم اذا عاهدوا والصابرين

فى البأساء والضراء وحين البأس اولئك الذين صدقوا واولئك هم

المتقون<sup>15</sup>

<sup>14</sup> Jumal Ahmad, *Religiusitas, Refleksi dan Subjektivitas Keagamaan*, cet. ke-1 (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 18-19.

<sup>15</sup> Q.S. Al-Baqarah (2) Ayat 177.

## 5. *Islamic Branding*

Pada dasarnya Islam memperbolehkan kegiatan bisnis dengan memperhatikan dan mematuhi kaidah-kaidah yang dibenarkan oleh syariat yakni batasan yang telah ditetapkan dalam al-Quran dan dijalankan oleh Nabi Muhammad saw. Hal yang harus dipertimbangkan dalam strategi bisnis terlebih bisnis syariah adalah konsep riba, halal dan haram, karena memiliki konsekuensi besar dalam Islam. salah satu strategi yang digunakan dalam bisnis dan pemasaran adalah pemberian nama merek suatu produk atau perusahaan sebagai identitas. *Islamic branding* adalah salah satu upaya penting dalam keunggulan kompetitif perusahaan.

## 6. *Customer Experience*

Pengalaman pelanggan (*customer experience*) merupakan tanggapan pelanggan secara internal dan subyektif terhadap hal yang berkaitan dengan perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun berhubungan secara langsung seperti pembelian, penggunaan produk dan pelayanan. Sedangkan hubungan tidak langsung umumnya pada kemasan produk, periklanan, merek, rekomendasi, *word of mouth* dan lain sebagainya.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> M. Suyanto, *Smart in Entrepreneurship: Revolusi Strategi Mengubah Proses Bisnis untuk Meledakan Perusahaan*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007), hlm. 79.

## 7. Manfaat Produk

Sesuai atau tidaknya suatu manfaat produk terhadap harapan nasabah akan mempengaruhi kepuasan nasabah secara spesifik kepada produk yang digunakan atau bahkan lebih luas lagi kepada perusahaan tersebut. Total kepuasan nasabah terhadap manfaat produk dapat dilihat dari kumpulan beberapa manfaat baik manfaat secara ekonomi, manfaat secara fungsional maupun manfaat secara psikologis atau individu nasabah.

## 8. *Maqāṣid asy-Syarī'ah*

Secara etimologis *Maqāṣid asy-Syarī'ah* adalah tujuan penetapan Syari'ah. Tujuan penetapan ini diyakini adalah kemaslahatan manusia sebagai sasaran Syari'ah. Tidak ada hukum yang ditetapkan baik dalam Al-Qur'an maupun hadis melainkan didalamnya terdapat kemaslahatan. Menurut asy-Syatībī *maqāṣid asy-Syarī'ah* terbagi menjadi dua: yang pertama, berkaitan dengan maksud Tuhan selaku pembuat Syari'ah; dan kedua, berkaitan dengan maksud mukallaf. Kembali kepada maksud syari' adalah kemaslahatan untuk hamba-Nya di dalam dua tempat; dunia dan akhirat. Dan kembali kepada mukallaf (manusia) adalah ketika hamba-Nya dianjurkan untuk hidup dalam kemaslahatan di dunia dan akhirat. Yaitu, dengan menghindari kerusakan-kerusakan yang ada

di dalam dunia. Maka dari itu haruslah ada penjelasan antara kemaslahatan (*mashlahah*) dan kerusakan (*mafsadah*).<sup>17</sup>

Menurut asy-Syaṭibī, kemaslahatan dapat diwujudkan apabila terpeliharanya lima unsur yang dikenal dengan *al-kulliyat al-khamsah*, yaitu penjagaan terhadap agama (*ḥifẓ ad-dīn*), penjagaan terhadap jiwa (*ḥifẓ an-nafs*), penjagaan terhadap akal (*ḥifẓ al-‘aql*), penjagaan terhadap harta (*ḥifẓ al-māl*), penjagaan terhadap keturunan (*ḥifẓ an-nasl*).<sup>18</sup>

## F. Metode Penelitian

Soetrisno Hadi mengemukakan bahwa definisi penelitian adalah usaha untuk menemukan, mengembangkan, dan menguji kebenaran suatu pengetahuan dengan menggunakan metode ilmiah. Woody juga berpendapat bahwa penelitian adalah sebuah metode untuk menemukan sebuah pemikiran kritis. Penelitian meliputi pemberian definisi dan redefinisi terhadap masalah, memformulasikan hipotesis, membuat kesimpulan, dan sekurang-kurangnya mengadakan pengujian yang hati-hati atas semua kesimpulan yang diambil untuk menentukan apakah kesimpulan cocok dengan hipotesis atau tidak<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> Jamal al-Din Athiyyah, *an-Nazariyah al-‘Āmmah li asy-Syarī‘ah al-Islāmiyyah* (1988), hlm. 102.

<sup>18</sup> Abdul Kadir dan Ika Yunia, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al Syariah*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2014), hlm. 89.

<sup>19</sup> Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 5.

Agar mempermudah peneliti dalam menyusun penelitian ini, maka peneliti menyajikan beberapa hal yang terkait sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan membaca buku-buku, literatur, dan menelaah dari berbagai macam teori dan pendapat yang mempunyai hubungan relevan dengan permasalahan yang diteliti.<sup>20</sup>

2. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah seluruh nasabah BSI yang sedang menempuh Pendidikan strata satu di Perguruan Tinggi dan beragama Islam. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa muslim yang sedang menempuh pendidikan di Perguruan Tinggi. Dipilihnya populasi tersebut dengan mempertimbangkan kedewasaan dalam pengelolaan keuangan dan atas dasar latar belakangnya minimal telah memiliki *basic* nilai-nilai syariat Islam. Diharapkan jumlah sampel nasabah BSI tabungan Easy Wadiah dapat memenuhi target sampel sebanyak 100 responden.

3. Sifat Penelitian

---

<sup>20</sup> Ronny Kountur, *Metode Penelitian Untuk Penulis Skripsi dan Tesis* (Bandung: Taruna Grafika, 2010), hlm. 38.

Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk memberikan deskripsi, penjelasan, juga validasi mengenai fenomena yang sedang diteliti.<sup>21</sup> Penelitian kualitatif adalah riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Pendekatan kualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), serta lebih banyak berhubungan dengan kehidupan sehari-hari.<sup>22</sup>

#### 4. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif empiris, berfokus pada suatu sistem yang bertolak ukur pada hukum Islam untuk memperoleh kesimpulan bahwa permasalahan tersebut sesuai atau tidaknya dengan ketentuan syariat.

#### 5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dimulai pada Agustus 2022 dengan wawancara secara tidak langsung melalui teknik kuesioner. Untuk memperoleh data pada penelitian ini dilakukan penyebaran kuesioner dalam bentuk *soft file* melalui *google form* yang dibagikan kepada mahasiswa/i yang sedang menempuh pendidikan pada sebuah Perguruan Tinggi. Data hasil pembagian kuesioner digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan

---

<sup>21</sup> Muhammad Ramdhan, *Metode Penelitian* (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021), hlm. 7.

<sup>22</sup> Rukhin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019), hlm. 6.

nasabah BSI Tabungan Easy Wadiah (aspek religiusitas, *Islamic branding*, *customer experience* dan manfaat produk) yang kemudian akan dianalisis berdasarkan perspektif *maqāsid asy-Syarī'ah*.

Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling* berupa *accidental sampling* menurut sugiono sampling aksidental adalah Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>23</sup>

#### 6. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari dan membuat kesimpulan, sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>24</sup> Cara berfikir ini menjelaskan bagaimana tingkat kepuasan nasabah BSI Tabungan Easy Wadiah untuk selanjutnya dianalisis menggunakan normatif hukum Islam yaitu *maqāsid asy-Syarī'ah* Imam

---

<sup>23</sup> Mamik, *Metodologi Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015) Cet. ke-1, hlm. 52-53.

<sup>24</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian "Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 215.



Asy-Syatībī sehingga mendapatkan kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah yang diteliti.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Sistematika Pembahasan dibagi menjadi lima bab, antara satu bab dengan bab yang lainnya satu kesatuan dan saling berkaitan. Untuk mempermudah pemahaman maka susunannya dijelaskan sebagai berikut:

*Bab pertama*, berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telaah pustaka, kerangka teoritik, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

*Bab kedua*, berisikan landasan teori yang terkait dengan judul pembahasan yaitu penjelasan tentang akad *Wadī'ah Yad Ḍamanāh* religiusitas, *Islamic branding*, *customer experience*, manfaat produk, kepuasan nasabah dan *maqāṣid asy-Syarī'ah*.

*Bab ketiga*, berisikan tentang objek penelitian dan hasil data kuesioner, gambaran singkat tentang Bank BSI, produk Easy Wadiah dan profil responden yang menjadi fokus penelitian.

*Bab keempat*, memaparkan data hasil penelitian serta melakukan analisis data meliputi tingkat kepuasan nasabah BSI Tabungan Easy Wadiah dan perspektifnya dalam *maqāṣid asy-Syarī'ah*.

*Bab kelima*, berisi penutup yang terdiri dari kesimpulan dan pemberian saran atas kelemahan yang didapat dalam analisis.

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Tingkat kepuasan nasabah BSI Tabungan Wadiah menunjukkan hasil yang positif dengan masing-masing persentase pada aspek religiusitas sebesar 93,5%, aspek *Islamic branding* sebesar 89,5%, *customer experience* 87,6% dan aspek manfaat produk sebesar 92,8%.
2. Secara prinsip akad BSI Tabungan Easy Wadiah telah menunjukkan adanya implementasi *maqāṣid asy-Syāri'ah ḍarūriyyāt* dalam hal menjaga agama, harta, jiwa, keturunan dan menajaga akal. Keempat faktor kepuasan nasabah yakni aspek religiusitas, *Islamic branding*, *customer experience* dan manfaat produk sama-sama memberikan kesejahteraan bagi kehidupan nasabah, namun dalam implementasi *maqāṣid* yang berbeda. Aspek religiusitas, *customer experience* dan manfaat produk memenuhi ketercapaian *maqāṣid ḍarūriyyāt* (kesejahteraan esensial), sedangkan aspek *Islamic branding* menunjukkan implementasi pada *maqāṣid taḥsīniyyāt* (penyempurnaan kesejahteraan). Meskipun demikian semua aspek tersebut berpengaruh baik dalam kehidupan nasabah.

## B. Saran

1. Diharapkan bagi responden sebagai seorang muslim untuk tetap mempertahankan sikap religiusitas dalam bermuamalah serta penting untuk mengetahui prinsip-prinsip keuangan Islam. Responden sebagai nasabah memegang peran penting dalam menjadi eksternal stakeholder pada sebuah perbankan. Pentingnya nasabah muslim yang paham akan nilai-nilai syariat dalam menjadi eksternal stakeholder adalah sebagai pihak yang dapat mempengaruhi kebijakan perbankan syariah. Nasabah dapat memberikan penilaian dan kritik terhadap operasional bank syariah guna membantu mencapai tujuan, visi serta misinya.
2. Bagi seluruh pihak bank syariah khususnya bank BSI untuk terus meningkatkan kualitas agar harapan masyarakat terhadap BSI terwujud. Tidak hanya sebagai bank yang memiliki citra Islami, namun menjadi bank kebanggaan umat dalam menjalankan operasionalnya yang benar-benar syar'i.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah analisis dari kacamata lain terkait implementasi *maqāṣid asy-Syarī'ah* pada sebuah perbankan syariah dan dapat melakukan penelitian yang tidak hanya berfokus pada data responden nasabah namun juga pihak perbankannya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Al-Quran

Ma'had Tahfidh Yanbu'ul Qur'an Kudus, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Kudus: CV. Mubarrokatan Toyyiban, 2014.

### Fikih dan Usul Fikih

Busyro, *Maqashid al-Syariah*, cet. ke-1, Jakarta Timur: Kencana Prenadamedia Group 2019.

Ishaq Abū asy-Syātībī, *al-Muawāfaqāt fī uṣūl asy-Syāri'ah*, Cet. Ke-1, Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, 2004.

Jamal Athiyyah al-Din, *Al-Nadzariyah al-'Ammah li al-Syariah al-Islamiyah*. 1988  
Kadir Abdul dan Yunia Ika, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al Syariah*. 2014.

Rochman Fathur, *Maqāshid Al-Syariah dalam Perspektif Asy-Syaṭībī, ISTI'DAL: Jurnal Studi hukum Islam*, Vol.4.2017.

Sa'diyah Mahmudatus, *Fiqh Muamalah II Teori dan Praktik*, (Jepara: Unisnu Press, 2019.

Sheilamida Muhaeni Nanda, dkk, *Anlisis Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadiah*", *MUSYRAKAH: Journal of Sharia Economics (MJSE)*, Vol. 2:1. 2022

### Metodologi Penelitian

Mamik, *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher, Cet. ke-1, 2015.

Ramadhan Muhammad, *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021.

Rukhin, *Metode Penelitian Kualitatif*. Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019.

Ronny Kountur, *Metode Penelitian Untuk Penulis Skripsi dan Tesis*. Bandung: Taruna Grafika, 2000.

Siyoto Sandu dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.

Sugiyono, *Metode Penelitian "Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.

### Umum

Bunjamin, *Manajemen Pemasaran*, cet. ke-1. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2021.

- Fathur Rahman Hanif, “Pengaruh Kepercayaan, *Customer Experience*, dan *Complaint Handling* Terhadap *Customer Satisfaction* pada Nasabah yang Menabung di Bank BNI Syariah Depok”, *Skripsi* Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2019.
- Fithrati Najwa, Pengaruh Islamic Service Quality dan Islamic branding Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus pada Bank Muamalat Indonesia, *Skripsi* Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017.
- Jumal Ahmad, *Religiusitas, Refleksi dan Subjektivitas Keagamaan*, cet. ke-1. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Kamila Intan, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug. *Skripsi* Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017.
- Kurniati Karim, *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas jasa Perbankan*, cet. ke-1. Surabaya: Jakad Media Publishing, 2020.
- Puspaningrum Astrid, *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, cet. ke-1. Malang: Media Nusa Creative, 2017.
- Sudarso Andrian, dkk, *Manajemen Merek*, cet. ke-1. Yayasan Kita Menulis, 2020
- Suyanto M., *Smart in Entrepreneurship: Revolusi Strategi Mengubah Proses Bisnis untuk Meledakan Perusahaan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007.
- Wijanarko Pramonosidi, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas terhadap Kepuasan Nasabah serta Dampaknya pada Loyalitas Nasabah, *Skripsi* Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2016.
- Yazid M. Afandi, *Fiqh Muamalah dan Implementasinya dalam Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Logung Pustaka, 2009.

### Lainnya

- Damara Dionisio, Himpun Rp.91,43 Triliun, BSI (BRIS) Raih Top 5 Bank Nasional dari Sisi Tabungan, <https://m.bisnis.com/amp/read/20211207/90/1474983/himpun-rp9143-triliun-bsi-bris-raih-top-5-bank-nasional-dari-sisi-tabungan> , akses 17 Mei 2022.
- Mustofa, Index Kepuasan Pelanggan Anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Perspektif *Maqāsid* Syariah, <https://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/ab/article/download/2139/1266>, akses 27 Januari 2023.
- Rusdi Muhammad, dkk, “Perbankan Konvensional Versus Perbankan Syariah dalam realitas Sosiologisnya,” <https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/latihan/article/download/1556/759/>, akses 29 Januari 2023.
- Sayekti Sri, Masa Depan Unit Usaha Syariah 2021, <https://amp.kontan.co.id/news/masa-depan-unit-usaha-syariah-2021>, akses 17 Mei 2022.
- Zaini Abdillah, Nur Santri Implementation of Maqasid Syariah to the Customer Service Unit in Providing Service to Customers at PT. Bank Sumut Syariah KCP Lubuk Pakam,

- <https://penerbitadm.com/index.php/JURNALEMAK/article/download/508/823/3429>, akses 27 Januari 2023.
- Analisa Pengaruh Customer Experience terhadap Customer Satisfaction pada Consumen di Rosetta's Café & Resto Surabaya, <https://media.neliti.com/media/publication/134469-ID-analisa-pengaruh-customer-experience-ter.pdf>, akses 26 November 2022.
- Beragam Produk Tabungan Sesuai Prinsip Syariah, <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu/kategori/tabungan>, akses 29 Januari 2023.
- “Fatwa DSN No 02/DSN-MUI/IV/2000 Tahun 2000”, <https://putusan3.mahkamahagung.go.id/peraturan/detail/11eae902a2281240bc5d313434363530.html>, akses 28 Januari 2023.
- Forbes Tempatkan BSI Kedalam Jajaran 5 Bank Terbaik Indonesia, <https://bankbsi.co.id/news-update/berita/fprbes-tempatkan-bsi-kedalam-jajaran-5-bank-terbaik-indonesia>, akses 12 Agustus 2022.
- “Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI),” <https://kbbi.web.id/religiositas.html>, akses 11 Agustus 2022.
- Konsep *Maqāṣid* Syariah Imam *Asy-Syaṭibī* dalam Kitab *Al-Muwafaqat*, <https://ejournal.iaingawi.ac.id/index.php/almabsut/article/download/502/237>, akses 29 Januari 2023.
- Pengaruh Brand Reputation, Brand Predictability, Brand Competance, trust In The Company, Brand Liking dan Peer upport Terhadap trust in A Brand Sepeda Motor merek Kawasaki dan Honda, <https://ejournal.uajy.ac.id/2644/2/1EM16859.pdf>, akses 29 Januari 2023.
- Pengertian Religiusitas. <https://www.jejakpendidikan.com/2016/11/pengertian-religiusitas.html?m=1>, akses 11 Agustus 2022.
- Produk dan Layanan Tabungan Easy Wadiah, <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/bsi-tabungan-easy-Wadiah>, akses 7 Januari 2023.
- <https://bisnisman.nusaputra.ac.id/article/download/45/46>, akses 26 November 2022.