

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN  
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM  
BERTRANSAKSI PASCA PANDEMI COVID-19 PADA BANK SYARIAH  
INDONESIA KCP AMABRUKMO**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA  
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

**OLEH:**  
**MIFTAH FARID**  
**NIM. 18108020105**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN  
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM  
BERTRANSAKSI PASCA PANDEMI COVID-19 PADA BANK SYARIAH  
INDONESIA KCP AMBARUKMO**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA  
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

**OLEH:**

**MIFTAH FARID**  
**NIM. 18108020105**

**PEMBIMBING:**

**Dr. JOKO SETYONO, SE., M.Si.**  
**NIP. 19730702 200212 1 003**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2023**

# LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-305/Un.02/DEB/PP.00.9/02/2024

Tugas Akhir dengan judul : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM BERTRANSAKSI PASCA PANDEMI COVID-19 PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP AMBARUKMO**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MIFTAH FARID  
Nomor Induk Mahasiswa : 18108020105  
Telah diujikan pada : Jumat, 15 Desember 2023  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR

 Ketua Sidang  
Dr. Joko Setyono, SE., M.Si.  
SIGNED  
Valid ID: 65cd23012133

 Penguji I  
Dr. Jeihan Ali Azhar, S.Si., M.E.I  
SIGNED  
Valid ID: 65b9e364ef97

 Penguji II  
Defi Insani Saibil, S.E.I., M.E.K  
SIGNED  
Valid ID: 65cd9450f290a

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



 Yogyakarta, 15 Desember 2023  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED  
Valid ID: 65cecd9b686cd

## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Miftah Farid  
Kepada,  
**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta**

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

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

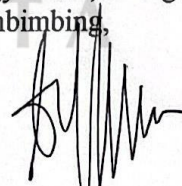
Nama : Miftah Farid  
NIM : 18108020105  
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Pasca Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/ Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut diatas dapat segera di munaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 09 Agustus 2023  
Pembimbing,



Dr. Joko Setyono, SE., M.Si.  
NIP. 19730702 200212 1 003

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Miftah Farid

NIM : 18108020105

Prodi : Perbankan Syariah

Alamat : Jl. Agus Salim, Ledoksari, RT 005/ RW 007, Kepek, Wonosari,  
Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pasca Pandemi Covid-19 pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi atau sadaran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote*, *footnote*, dan daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi dan digunakan sebagaimana semestinya.

Yogyakarta, 09 Agustus 2023

Penyusun,



Miftah Farid  
NIM. 18108020105

## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

### TUGAS AKHIR

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

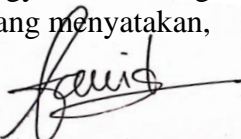
Nama : Miftah Farid  
NIM : 18108020126  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non- Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Fee Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Pasca Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempubliksi tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 09 Agustus 2023  
Yang menyatakan,



**Miftah Farid**  
NIM. 18108020105

## HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur *Alhamdulillah* kehadiran Allah *Subhanahu wa Ta'ala* atas rahmat-Nya sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.

Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua tercinta, Bapak Muh. Taufiq Salyono dan Ibu Siti Zumrotul Arifah. Berjuta ucapan terima kasih serta doa kepada kalian atas semua cinta dan kasih sayang, doa dan dukungan yang selalu kalian berikan hingga sekarang sehingga akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Kepada Ahmad Lathif, Larasati Indah, Miftah Faris dan Aifa Savira Nur'aini yang telah memberikan dukungan dan doa.

Kepada para sahabat Millenia Dyah R, Nur Latifah R, Abdullah Rabbil'izati, Naafi Nur Setyawan yang senantiasa memberikan dukungan serta motivasi.

Kepada teman-teman Kost Abigael Mas Ridwan, Mas Elmo, dan Mas Wibi yang selalu memberikan semangat.

Serta untuk almamater  
kebanggaan UIN Sunan  
Kalijaga Yogyakarta.

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/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'	ṡ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Ṭa'	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa'	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
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	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	ˀ	Apostrof



ي	Ya'	Y	Ye
---	-----	---	----

### B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

مِنَعِدَّة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عِدَّة	Ditulis	'iddah

### C. Ta'Marbuttah

Semua *Tā' marbū'āh* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal maupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al") ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata dalam Bahasa Arab yang sudah terserap dalam Bahasa Indonesia seperti salat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
عِلَّة	Ditulis	'illah
كِرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>Karāmah al-auliyā'</i>

### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

----- ◌ -----	<i>Fathah</i>	Ditulis	<i>A</i>
----- ◌ -----	<i>Kasrah</i>	Ditulis	<i>i</i>
----- ◌ -----	<i>Ḍammah</i>	Ditulis	<i>u</i>
فَاعِلْ	<i>Fathah</i>	Ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرْ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	<i>zūkira</i>
يَذْهَبُ	<i>Ḍammah</i>	Ditulis	<i>yazhabu</i>

### E. Vokal Panjang

1. Fathah + alif جَاهِلِيَّة	Ditulis	<i>ā</i>
	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. Fathah + yā' mati تَانَسَى	Ditulis	<i>ā</i>
	Ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati	Ditulis	<i>ī</i>

كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwumati	Ditulis	<i>ū</i>
نروض	Ditulis	<i>furūd</i>

#### F. Vokal Rangkap

1. Faṭḥah + yā' mati	Ditulis	<i>ai</i>
بوزكم	Ditulis	<i>bainakum</i>
2. Ḍammah + wāwumati	Ditulis	<i>au</i>
قول	Ditulis	<i>qaul</i>

#### G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostrof

أأنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
أئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

#### H. Kata Sandang Alif – Lam

1. Bila diikuti oleh huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “*al*”.

الذّرآن	Ditulis	<i>Al-Qur'an</i>
الذّرأس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti oleh huruf *Syamsiyyah* maka ditulis dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut.

الّسّماء	Ditulis	<i>As-Sama'</i>
الّسّمس	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

#### I. Penyusunan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنّة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah Rabbil'alamin.* Puji syukur kehadiran Allah *Subhanahu wa Ta'ala* atas rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Pasca Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia KCP Amabrukmo”**. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW, Keluarga dan Sahabatnya.

Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

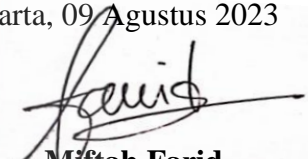
1. Bapak Prof. Dr.Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga.
4. Bapak Dr. Joko Setyono, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dari tahap awal pengerjaan skripsi hingga tahap akhir.
5. Bapak Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.SI. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing saya dari awal proses perkuliahan hingga akhir semester.
6. Kedua orang tua Bapak Muh. Taufiq Salyono, S.Pd., M.Pd.Si. dan Ibu Siti Zumrotul Arifah, S.Pd., M.Pd. atas segala pengorbanan dan kasih sayang yang diberikan kepada saya hingga tercapainya gelar ini dan senantiasa memberikan semangat, doa, dan nasihat serta dukungan yang tak pernah terputus baik secara moril maupun materil.

7. Kakak Ahmad Lathif Nur Rahman, M.Psi. Psikolog, Larasati Indah Lestari, S.H., dan Adik Miftah Faris, S.E. yang senantiasa memberikan dukungan, semangat dan motivasi
8. Aifa Savira Nur'Aini, S.M. yang senantiasa mendukung, menyemangati, dan membantu dalam proses penulisan skripsi serta menemani saya baik dalam suka maupun duka hingga tercapainya gelar ini. Terimakasih atas waktu yang dicurahkan, doa yang dilantarkan, dan senantiasa menjadi tempat bertukar pikiran.

Semoga Allah *Subhanahu wa Ta'ala* senantiasa melimpahkan nikmat dan karuniaNya kepada semua pihak atas segalanya yang telah diberikan. Penulis berharap semoga karya yang masih jauh dari kesempurnaan ini bisa memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

*Aamiin Ya Rabbal'alamin.*

Yogyakarta, 09 Agustus 2023



**Miftah Farid**  
NIM. 18108020105

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>iv</b>
<b>TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	21
C. Tujuan Penelitian .....	22
D. Manfaat Penelitian .....	22
E. Sistematika penelitian.....	23
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>25</b>
A. Kajian Teori .....	25
1. Definisi Bank .....	25
2. Bank Syariah.....	25
3. Kepuasan.....	26
4. Kualitas Pelayanan.....	31
5. Kualitas Produk.....	41
6. Fasilitas .....	45
B. Telaah Pustaka .....	48
C. Kerangka Pemikiran .....	51
D. Pengembangan Hipotesis.....	52

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>57</b>
A. Jenis Penelitian .....	57
B. Populasi dan Sampel.....	58
C. Teknik Sampling.....	59
D. Metode Pengumpulan Data.....	61
E. Definisi Operasional .....	62
F. Teknik Analisis Data .....	64
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>69</b>
A. Analisis Karakteristik Responden.....	69
B. Analisis Data.....	71
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>92</b>
A. Kesimpulan .....	92
B. Saran .....	93
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>96</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Data Jenis Kelamin.....	69
Tabel 4.2	Data Usia .....	70
Tabel 4.3	Data Lama Menjadi Nasabah .....	70
Tabel 4.4	Uji Validitas .....	72
Tabel 4.5	Uji Reliabilitas.....	74
Tabel 4.6	Uji Normalitas .....	75
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolinearitas.....	76
Tabel 4.8	Uji Heteroskedastisitas.....	77
Tabel 4.9	Uji Regresi Linear Berganda.....	78
Tabel 4.10	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	80
Tabel 4.11	Uji Parsial (Uji t).....	81
Tabel 4.12	Rangkuman Hasil Penelitian .....	84

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Peta Persebaran Covid 19.....	3
Gambar 1.2	Pertumbuhan Aset .....	8
Gambar 1.3	Diagram Pangsa Pasar BSI dan Bank Nasional 2021 .....	9
Gambar 1.4	Diagram Pangsa Pasar BSI dan Bank Nasional 2022 .....	9
Gambar 1.5	Data Saluran Pengaduan.....	13
Gambar 1.6	<i>Rating</i> Ulasan Aplikasi BSI <i>Mobile</i> .....	14
Gambar 1.7	Data Pengaduan BSI Tahun 2022.....	15
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran .....	52



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## ABSTRAK

Setelah terjadinya pandemi Covid-19 beberapa tahun lalu menyebabkan berbagai gangguan secara global maupun domestik. Hal tersebut menimbulkan berbagai dampak pada sektor ekonomi termasuk perbankan. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi pasca pandemi Covid-19 pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi penelitian ini merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta dengan menggunakan sampel sebanyak 100 orang yang diperoleh dengan metode *purposive sampling*. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner secara online dengan bantuan *Google form*. Kemudian data dianalisis menggunakan IMB SPSS Statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial kualitas pelayanan, kualitas produk, fasilitas terhadap kepuasan.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Fasilitas, Kepuasan



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRACT

*After the Covid-19 pandemic a few years ago, it caused various disruptions globally and domestically. This has had various impacts on the economic sector including banking. This study was conducted to determine the effect of service quality, product quality and facilities on customer satisfaction in transactions after the Covid-19 pandemic at Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo. The research method used is quantitative method. The population of this study were Bank Syariah Indonesia customers in Yogyakarta using a sample of 100 people obtained by purposive sampling method. The data used in this study are primary data obtained from distributing questionnaires online with the help of Google form. Then the data was analyzed using IBM SPSS Statistics 25. The results showed that there was a positive and significant partial effect of service quality, product quality, facilities on satisfaction.*

**Keywords:** *Service Quality, Product Quality, Facilities, Satisfaction*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

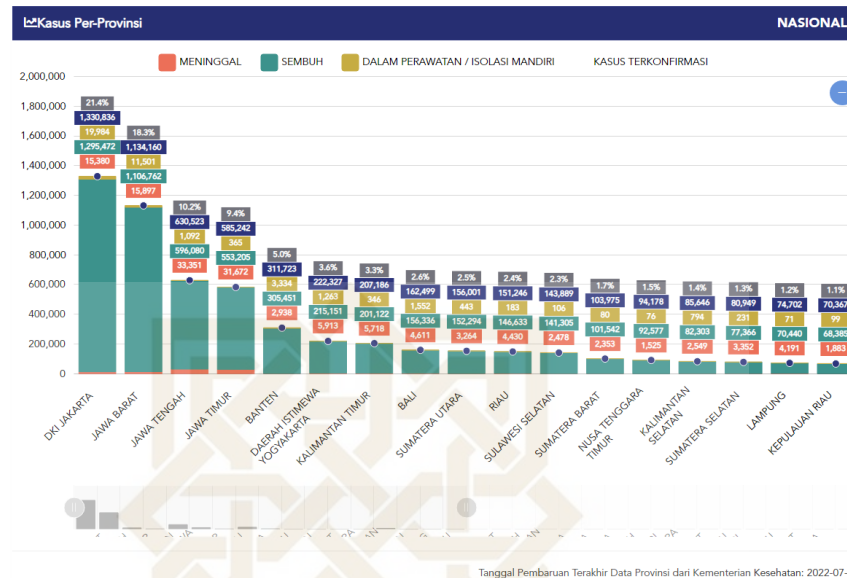
### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. Hal ini diperkuat dengan adanya laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Center* (RISSC) tahun 2022 yang menyebutkan bahwa populasi umat muslim di Indonesia diperkirakan sebanyak 237,56 juta jiwa atau jumlah tersebut setara dengan 86,7% populasi di dalam negeri. Dengan banyaknya jumlah umat muslim mendorong semakin diminatinya produk-produk syariah oleh masyarakat Indonesia sehingga Bank Indonesia (BI) berupaya menciptakan terobosan baru dengan memunculkannya PBI No.8/3/PBI/2006 yang diharapkan mampu dalam mendorong sistem perbankan nasional agar dapat memberikan kemudahan dalam sistem transaksi syariah. Hal tersebut secara tidak langsung berdampak pada meningkatnya perkembangan perbankan syariah di Indonesia sehingga mampu memberikan kesempatan bagi Indonesia untuk bersaing kanvas global dalam keuangan syariah, dimana dengan tingginya jumlah penduduk umat muslim di Indonesia menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan berkembangnya sistem keuangan syariah.

Pasca terjadinya Covid-19 beberapa tahun lalu yang kemunculannya secara tiba-tiba, turut membuat gempar dunia termasuk Indonesia. Tentu saja hal tersebut meninggalkan dampak yang mendalam disegala aspek kehidupan karena secara tidak langsung telah mengubah tatanan dan pola hidup baru pada berbagai sektor dunia termasuk pada sendi-sendi perekonomian. Pandemi Covid-19 memaksa

setiap individu maupun organisasi untuk melindungi kepentingan bisnisnya melalui berbagai strategi krisis untuk bertahan seperti pemberlakuan kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang diatur melalui Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar. Secara teknis jenis kegiatan masyarakat yang diatur dalam Peraturan Menteri Kesehatan (PMK) No.9 Tahun 2020 tentang pedoman PSBB sebagai langkah penanganan pandemi Covid-19 antara lain, meliputi : meliburkan sekolah (*Daring*) dan tempat kerja (*Work From Home*), pembatasan kegiatan keagamaan, pembatasan kegiatan di tempat umum termasuk pembatasan kegiatan lainnya yang berkaitan dengan berkumpulnya orang banyak. Berdasarkan peta sebaran Covid-19 dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, (2020) disebutkan bahwa sebaran Covid-19 pada 6 provinsi di Pulau Jawa masih tergolong tinggi, dengan jumlah 14.420.811 kasus yang terkonfirmasi. Hal tersebut menyimpulkan bahwa kasus Covid-19 pada ke-6 provinsi di Pulau Jawa tergolong tinggi dibandingkan dari provinsi di pulau lain yang ada di Indonesia sehingga berpotensi memiliki dampak yang ditimbulkan cukup besar. Termasuk D.I Yogyakarta yang menjadi salah satu provinsi penyebaran massif wabah Covid-19. D.I Yogyakarta merupakan provinsi yang menjadi destinasi wisata baik lokal maupun mancanegara tidak hanya itu D.I Yogyakarta juga terkenal sebagai kota pelajar ditandai dengan banyaknya perguruan tinggi yang memiliki mahasiswa yang berasal dari berbagai provinsi di Indonesia, disamping itu kurangnya ketegasaan pemerintah dalam menerapkan kebijakan membuat D.I Yogyakarta menjadi salah satu daerah yang masuk dalam zona merah (Cendana et al., 2021).

**Gambar 1.1** Peta Persebaran Covid 19



sumber: Kementerian Kesehatan RI

tanggal pembaruan :31-07-2022

Covid-19 menimbulkan tantangan baru bagi dunia bisnis dalam jangka panjang baik saat pandemi maupun pasca pandemi, termasuk sektor keuangan yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional. Dalam menanggapi situasi Covid-19 pemerintah Indonesia memutuskan untuk memperhatikan tiga bidang, yaitu bidang kesehatan, sektor riil, dan bidang perbankan (Ilham & Thamrin, 2021). Pandemi Covid-19 memberikan dampak pada perbankan yang menimbulkan permasalahan dalam dunia nyata maupun dunia usaha (Fahrika & Roy, 2020).

Covid-19 juga memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia, banyak sektor perekonomian yang mengalami penurunan pendapatan sehingga mengakibatkan ketidakmampuan pelaku usaha untuk melakukan kewajiban pembayaran utang atau perbankan harus terus menyediakan modal untuk pelaku usaha. Kemudian akan berdampak kepada pelaku usaha yang memiliki kewajiban pembayaran utang akan mengalami kesulitan memenuhi

kewajibannya apabila usahanya mengalami penurunan pendapatan akibat pandemi Covid-19. Dalam kondisi tersebut, tentunya bidang yang terdampak adalah sektor perbankan yang menyalurkan kredit atau memberikan modal kepada pelaku ekonomi namun mengalami hambatan, yang tercermin dari pendapatan bank sebagai basis, dan perdagangan juga terpengaruh oleh hal tersebut. Hal tersebut tentu bisa terjadi, karena perbankan adalah *intermediary* yang menunjang kebutuhan modal dunia usaha.

Dalam menanggapi situasi pandemi Covid-19 perbankan diharuskan mampu menciptakan strategi bisnis yang berbeda dengan saat situasi normal. Berbagai kebijakan dikeluarkan oleh industri perbankan syariah maupun konvensional sebagai bentuk strategi bertahan, seperti penerapan protokol kesehatan (Prokes) pada setiap kantor cabang dengan pengadaan *hand sanitizer*, sabun cuci tangan, penggunaan masker pada setiap karyawan, serta pembatasan jam operasional pelayanan perbankan. Selain penerapan protokol kesehatan, perbankan juga menerapkan strategi bisnis dalam menghadapi persaingan pada masa pandemi Covid-19 yaitu bank syariah senantiasa melakukan mitigasi risiko (Ana & Zunaidi, 2022).

Menurut OJK (Otoritas Jasa Keuangan) dalam Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2022, menyatakan bahwa jumlah Kantor Bank Umum Syariah (BUS) dan Kantor Unit Usaha Syariah (UUS) di Indonesia berjumlah 2.007 dan 438 dengan total 2.445 kantor . Disamping itu, pembatasan operasional pelayanan nasabah saat pandemi Covid-19 menuntut perbankan untuk dapat adaptif dengan menyediakan layanan *digital banking* bagi nasabahnya.

Sejalan dengan pernyataan Wibisono & Septiandri, (2022) yang menyatakan bahwa bank yang tidak mampu berkompetisi dan berintegrasi melalui ekosistem *digital* akan lebih tinggi berisiko kehilangan *market share* nya, dibandingkan bank lain yang sudah memiliki kesiapan secara digitalisasi teknologi maupun *fintech* yang berkembang saat ini. Hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi industri perbankan untuk tetap bertahan ditengah beban operasional yang kian bertambah.

Pasca pandemi Covid-19 perilaku nasabah dalam bertransaksi semakin mengarah pada digitalisasi teknologi dimana industri perbankan dituntut menghadirkan layanan dengan ekosistem *digital banking* sebagai jawaban dari wujud efisiensi dan efektifitas pelayanan tanpa mengenal batas dan waktu dimana nasabah akan dimudahkan dalam melakukan transaksi secara *online* dan *real time* melalui *smartphone*. Hal tersebut sejalan dengan pertumbuhan transaksi *digital* di Indonesia dimana Bank Indonesia (BI) mencatat bahwa nilai transaksi dengan menggunakan uang elektronik (*e-money*) sepanjang tahun 2022 naik sebesar 30,84% dibandingkan pada tahun 2021 mencapai Rp 399,6 triliun serta transaksi *digital banking* meningkat menjadi Rp 52.545,8 triliun atau setara dengan 28,72% *year on year* (Bank Indonesia, 2023). Sehingga dapat disimpulkan bahwa bank yang dapat mempercepat proses transformasi *digital*-lah yang akan bertahan dan memenangkan pasar. Namun dalam perkembangannya sejumlah hambatan juga turut mewarnai implementasi transformasi *digital banking* mengingat masih belum meratanya jaringan internet dan kurangnya infrastruktur yang memadai di berbagai daerah dan pelosok Indonesia sehingga diperlukan adanya dukungan dan kerja sama menyeluruh dari berbagai *stakeholder*. Disamping itu, tidak semua

perbankan dapat dengan cepat tanggap dan memiliki kesiapan dalam merespon perkembangan teknologi yang semakin dinamis.

Selama tiga puluh tahun terakhir, industri perbankan syariah di Indonesia telah mengalami kemajuan serta perkembangan yang signifikan dapat dilihat dari total aset yang mengalami peningkatan hingga ratusan triliun (Ana & Zunaidi, 2022). Hal tersebut diperkuat dengan adanya Survei Literasi Keuangan Syariah oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2019, dimana inovasi produk dan peningkatan pelayanan yang ditunjang oleh sumber daya manusia dan teknologi yang memadai serta mayoritas masyarakat Indonesia beragama islam menunjukkan dukungan positif.

Sebagai negara dengan populasi umat muslim terbesar di dunia, menjadikan Indonesia berpotensi mempunyai jumlah *market share* perbankan syariah yang tergolong tinggi, hal tersebut sesuai dengan hasil yang dipublikasikan oleh *Islamic Finance Development Report 2022* yang menjelaskan bahwa perbankan syariah di Indonesia menempati posisi ke-9 secara global dengan total aset sebesar USD 48 miliar. Namun disisi lain hal tersebut menjadi tantangan yang tidak terelakkan, mengingat jika dibandingkan negara lain seperti Iran, Arab Saudi, dan Malaysia yang menduduki *top three countries Islamic Banking Assets in 2021* maka Indonesia masih jauh tertinggal. Sehingga dalam perkembangannya, *market share* perbankan syariah nasional masih belum mendekati tingkat yang diinginkan.

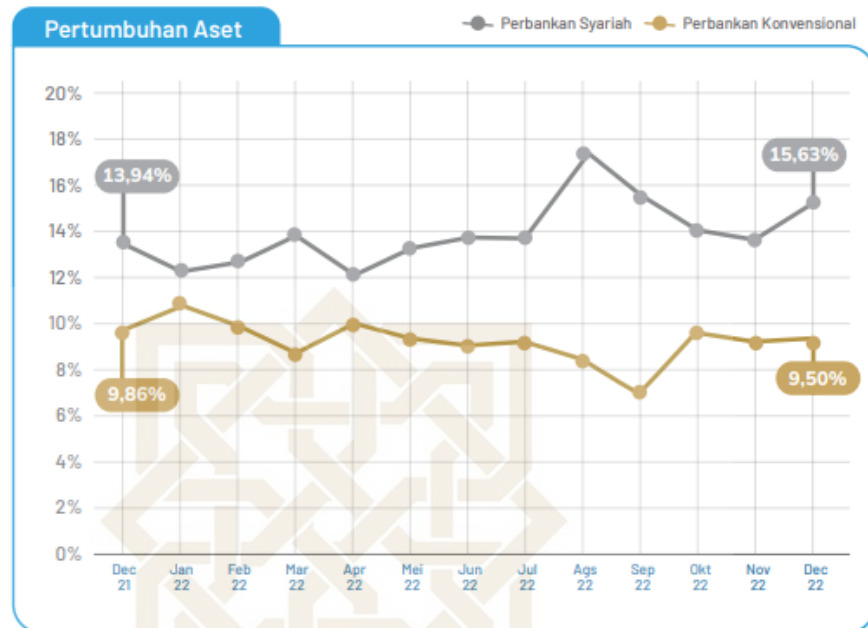
*Market share* (pangsa pasar) adalah persentase (%) dari total pasar yang dapat dikuasai oleh suatu perusahaan (Hidayat, 2020). Pangsa pasar menjadi penentu profitabilitas perbankan syariah, dengan asumsi bahwa semakin besar pangsa



pasar yang diraih maka semakin besar pula profitabilitas yang dihasilkan selama diiringi dengan efisiensi (Setyawati, 2018). Namun, menurut data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang dilansir dalam Siaran Pers Mendorong Potensi Pengembangan Perbankan Syariah, 2023 menyatakan bahwa sampai Agustus 2023 *market share* perbankan syariah hanya mencapai 7,26% lebih rendah dibandingkan perbankan konvensional yang berhasil mencapai *market share* sebesar 92,74%. Rendahnya pangsa pasar atau *market share* pada perbankan syariah disebabkan karena masih kurangnya tingkat literasi dan inklusi perbankan syariah, skala bisnis yang masih relatif kecil dan kurangnya diferensiasi model bisnis dan produk, masih rendahnya kontribusi dan dampak perbankan syariah pada pembangunan ekonomi dan sosial, serta diperlukannya penguatan penerapan prinsip syariah.

Pasca pandemi Covid-19, perbankan memiliki peran strategis dalam mendukung pemerintah dalam program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN), Kinerja perbankan syariah dalam beberapa indikator menunjukkan performa yang lebih baik dibandingkan perbankan konvensional. Pertumbuhan aset perbankan syariah pada tahun 2022 sebesar 15,63% (yoy) lebih tinggi dibandingkan dengan perbankan konvensional sebesar 9,50% (yoy) selama tahun 2022.

Gambar 1. 2 Pertumbuhan Aset

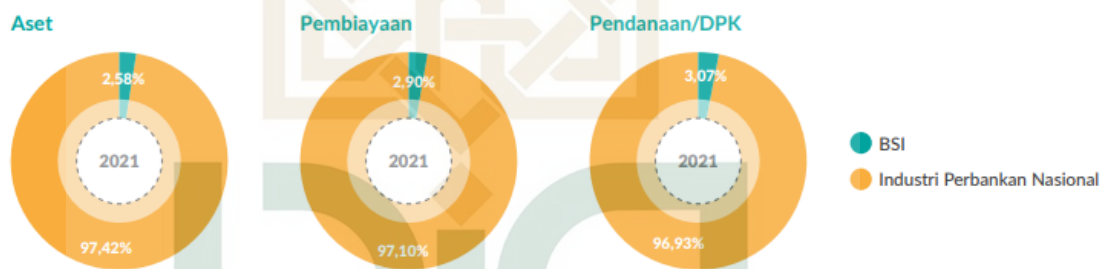


Sumber : Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia, 2022

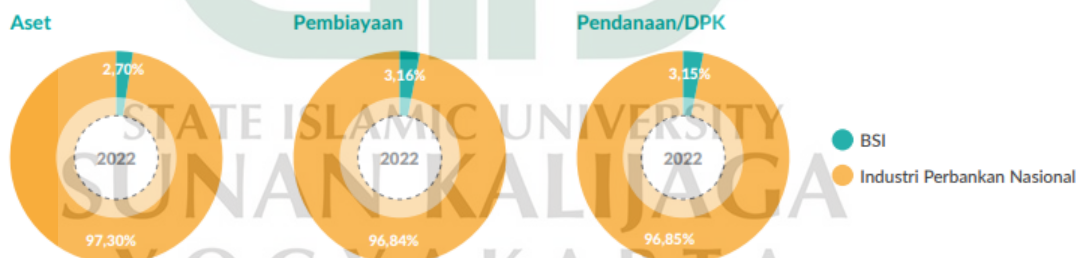
Tingkat permodalan perbankan syariah juga tetap terjaga, hal tersebut dapat dilihat dari indikator CAR yang berada di level 26,28%. Hal ini menunjukkan tingkat ketahanan perbankan syariah tetap kuat di tengah ketidakpastian kondisi global dan domestik. Pertumbuhan perbankan syariah yang cukup tinggi dan stabil di masa pemulihan pasca pandemi Covid-19 dengan *market share* yang terus meningkat menunjukkan kinerja perbankan syariah yang pulih lebih cepat dari masa krisis. Tak terkecuali dengan Bank Syariah Indonesia itu sendiri, kehadiran Bank Syariah Indonesia (BSI) pada 1 Februari 2021 setelah melakukan *merger* tiga bank syariah milik BUMN (Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah) menjadi satu entitas yaitu PT. Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). Menurut Laporan Tahunan BSI, 2022 menjelaskan bahwa Bank Syariah Indonesia dimana sampai dengan bulan Desember 2022 Bank Syariah Indonesia berhasil menguasai 38% *market share* perbankan syariah nasional dengan aset sebesar Rp

305,73 triliun dengan adanya aset yang besar dan permodalan yang kuat sehingga mampu melakukan pendanaan (pembiayaan) yang luas dan mencakup berbagai sektor dalam masyarakat, hal tersebut dinilai penting mengingat total aset merupakan salah satu indikator dalam perhitungan *market share*. Dalam perkembangannya, Bank Syariah Indonesia menghadapi persaingan yang ketat dengan berbagai industri perbankan nasional dan perbankan syariah. Persaingan usaha tersebut, antara lain dapat dilihat berdasarkan aset, pembiayaan, pendanaan/ Dana Pihak Ketiga (DPK).

**Gambar 1.3 Diagram Pangsa Pasar BSI dan Bank Nasional 2021**



**Gambar 1.4 Diagram Pangsa Pasar BSI dan Bank Nasional 2022**



Sumber : Laporan Tahunan BSI, 2022

Dalam masa pemulihan pasca pandemi Covid-19, kinerja Bank Syariah Indonesia (BSI) pada beberapa indikator menunjukkan performa yang lebih baik dibandingkan industri perbankan nasional. Ditengah ketatnya persaingan di industri perbankan, pertumbuhan *market share* (BSI) cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan total aset, pembiayaan, dan jumlah pendanaan/dana

pihak ketiga (DPK), pangsa pasar per Desember 2022 masing-masing sebesar 2,70%, 3,16% dan 3,15%, meningkat dari periode sebelumnya dimana tahun 2021 total aset, pembiayaan, dan jumlah pendanaan/dana pihak ketiga (DPK) masing-masing adalah 2,58%, 2,90%, dan 3,07. Hal tersebut berbanding terbalik dengan bank nasional yang justru mengalami penurunan dari tahun 2021 ke tahun 2022 pada total aset, pembiayaan, dan jumlah pendanaan/dana pihak ketiga (DPK).

Pertumbuhan yang cukup tinggi dan stabil di masa pemulihan pasca pandemi Covid 19 dengan *market share* yang terus meningkat mengindikasikan bahwa Bank Syariah Indonesia (BSI) pulih lebih cepat dari masa krisis dibandingkan dengan industri perbankan nasional. Peningkatan yang terjadi pada Bank Syariah Indonesia tentu saja sejalan dengan meningkatnya kepercayaan dan kepuasan masyarakat terhadap produk perbankan syariah dan didukung dengan peningkatan infrastruktur dan akses layanan *digital banking*.

Kepuasan merupakan faktor yang penting bagi perusahaan maka *stakeholder* dituntut untuk bertindak bijaksana dengan melakukan evaluasi kepuasan konsumen secara teratur. Tjiptono & Chandra (2019) menyatakan bahwa pada dasarnya sebuah perusahaan bertujuan untuk menghasilkan kepuasan untuk konsumen. Hal ini dikarenakan kepuasan konsumen dianggap sebagai investasi jangka panjang yang menguntungkan untuk perusahaan, pernyataan tersebut didukung oleh Kotler & Keller, (2009) yang berpendapat bahwa konsumen yang sangat puas cenderung akan bertahan dalam waktu yang lebih lama. Sedangkan menurut Kotler & Keller (2009) mengemukakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja maupun hasil

yang dirasakan dari produk dengan harapan mereka dan kepuasan merupakan tujuan serta sarana untuk pemasaran. Dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen adalah sejauh mana suatu produk dan pelayanan yang dirasakan dapat memenuhi harapan konsumen.

Kepuasan suatu bank antara lain ditentukan oleh kualitas pelayanan yang diinginkan nasabah. Kualitas pelayanan memainkan peranan penting, dengan kata lain dengan kualitas pelayanan yang baik akan mengarah pada kepuasan nasabah. Menurut Tjiptono & Chandra, (2019) mendefinisikan pelayanan adalah aktivitas yang dapat memberikan manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual kepada konsumen. Sedangkan, menurut Parasuraman, et al., (1985) menyatakan bahwa dalam menentukan kepuasan konsumen perlu membandingkan harapan atau pikiran konsumen tentang kualitas pelayanan yang diterima (*Expected Quality*) dengan kenyataan dari kualitas pelayanan yang diterima konsumen (*Perceived Quality*). Oleh karena itu, ketatnya persaingan dalam industri perbankan menuntut setiap perbankan untuk memiliki keunggulan dalam bersaing demi menciptakan kepuasan di hati nasabah.

Dalam rangka memenangkan persaingan pasar, pelayanan yang ditawarkan oleh setiap perusahaan perbankan harus disesuaikan dengan kebutuhan setiap nasabah. Apabila bank memberikan pelayanan yang diterima atau dirasakan telah memenuhi bahkan melebihi keinginan nasabah, maka kualitas pelayanan dapat disimpulkan berkualitas baik dan nasabah merasa puas. Namun, apabila sebaliknya pelayanan yang diterima lebih buruk dari yang diinginkan, maka kualitas pelayanan akan disimpulkan berkualitas buruk bahkan dapat dikatakan

tidak memuaskan. Menurut Kotler & Keller, (2002) menjelaskan bahwa terdapat korelasi yang erat antara kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan profitabilitas, dengan kualitas pelayanan yang baik akan menghasilkan kepuasan konsumen yang lebih tinggi. Hal tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Husein & Sani, (2020) bahwa semakin tinggi tingkat pelayanan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen demikian juga kesetiaan konsumen akan turut meningkat. Selain itu, terdapat temuan lain yang sejalan yaitu hasil penelitian Firmansyah, (2021) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan harus dapat memenuhi harapan konsumen, dan pada akhirnya akan berimplikasi pada meningkatnya persepsi positif dan nilai konsumen terhadap segala produk yang ditawarkan.

Sebagai upaya memperkuat keunggulan dalam bersaing, Bank Syariah Indonesia (BSI) berusaha meningkatkan pelayananan unggul melalui transformasi pelayanan yang berfokus pada *customer engagement*, *shifting transaction to digital* dan *simplifikasi service process* dengan poin utama sebagai berikut : pelayanan semakin baik dan cepat, penuh energi dan kehangatan dalam melayani, memberikan alternatif solusi digital dan meningkatkan fungsi *frontliner* menjadi *financial advisor*. Melalui pemberian *excellence service* Bank Syariah Indonesia berhasil memperoleh peringkat pertama pada kategori Bank *Service Excellence Monitor* oleh *Marketing Research* Indonesia pada tahun 2021 (BSEM-MRI), peringkat tersebut dilakukan melalui survei independen eksternal yang mengukur standar layanan perbankan dalam skala nasional.

Meskipun Bank Syariah Indonesia (BSI) sudah meraih berbagai penghargaan pada kategori *excellence service* namun hal tersebut seharusnya tidak membuat Bank Syariah Indonesia merasa cukup puas, dikarenakan masih banyak ditemukannya pengaduan tentang Bank Syariah Indonesia. Semua pengaduan tersebut akan dikelola oleh *Customer Care Group*. Adapun beberapa saluran pengaduan yang dapat digunakan oleh nasabah Bank Syariah Indonesia untuk menyampaikan pengaduan, diantaranya :

1. BSI Call 14040
2. Email [contactus@bankbsi.co.id](mailto:contactus@bankbsi.co.id).
3. *Customer Service* yang berada di cabang-cabang Bank Syariah Indonesia
4. *Mobile banking*

Kemudian dari keempat saluran pengaduan tersebut ditemukan data tentang jumlah pengaduan yang dijelaskan dalam Laporan Keberlanjutan Bank Syariah Indonesia pada tahun 2022, berikut merupakan pengaduan berdasarkan channel penerimaan :

**Gambar 1.5 Data Saluran Pengaduan**

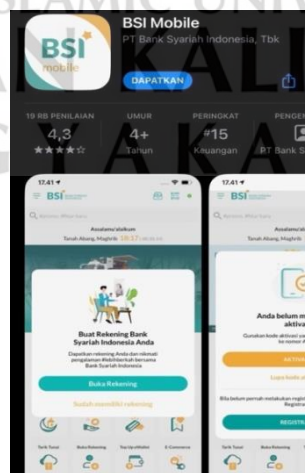
Saluran Pengaduan	Jumlah Pengaduan
Call Center	47.229
Mobile Banking	234.903
Media Sosial	2.243
Kantor Cabang	50.696
Kantor Pusat	619
<b>Total</b>	<b>335.690</b>

Sumber : Laporan Keberlanjutan BSI, 2022

Dari berbagai saluran pengaduan *mobile banking* menerima pengaduan terbanyak yaitu menerima 234.903 pengaduan, hal tersebut dikarenakan cara paling mudah dan efisien untuk melakukan pengaduan. *Mobile banking* tak hanya

digunakan sebagai saluran pengaduan nasabah namun biasa digunakan untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi. Dengan berjalannya waktu mengingat masih banyaknya nasabah yang memberikan keluhan negatif mengenai sering terjadinya gangguan layanan pada sistem *mobile banking* BSI dimana kemudahan dan kenyamanan transaksi yang dijanjikan oleh Bank Syariah Indonesia tidak mampu memenuhi harapan nasabah. Tidak jarang ditemukan nasabah yang mengeluhkan permasalahan tersebut pada *call center* BSI namun hingga pulsa habis nasabah tak kunjung mendapat jawaban yang memuaskan. Ironisnya, keragaman fitur yang disajikan pada aplikasi *BSI Mobile* belum sebanding dengan keandalan aplikasi yang dirasakan nasabah. Hal tersebut dapat tercermin pada ulasan aplikasi *BSI Mobile* yang hanya memperoleh *rating* 4,3 dari 19.000 pengguna dimana penilaian bintang 1 masih mendominasi dan diantaranya nasabah mengeluhkan terkait seringnya gangguan pada *m-banking* BSI sehingga proses transaksi antar bank menjadi terganggu, disamping itu sering terjadi *bug* dan buruknya navigasi antar menu.

**Gambar 1.6 Rating Ulasan Aplikasi BSI Mobile**



Sumber : *App Store*



Dalam Laporan Keberlanjutan Bank Syariah Indonesia tahun 2022 juga menunjukkan tingginya tingkat pengaduan nasabah yaitu total pengaduan nasabah Bank Syariah Indonesia pada tahun 2022 menerima sebanyak 335.690 pengaduan. Pengaduan yang telah diterima dikategorikan menjadi empat, yaitu : Produk, Proses/Transaksi dan Fasilitas, Pelayanan, dan Kejahatan Perbankan. Dimana kategori pengaduan kasus tertinggi yaitu pada kategori Proses/Transaksi dan Fasilitas yaitu sebanyak 325.000 pengaduan. Disusul dengan kategori Kejahatan Eksternal Perbankan sebanyak 5.988 pengaduan, kemudian pada kategori Produk sebanyak 3.856 pengaduan serta kategori Pelayanan sebanyak 846 pengaduan. Disamping itu, penyelesaian pengaduan nasabah juga masih tergolong lamban dimana kecenderungan kasus nasabah yang terselesaikan adalah 14-20 hari kerja untuk pengaduan secara tertulis. Sehingga dari data tersebut mencerminkan bahwa Bank Syariah Indonesia belum mampu memberikan kualitas pelayanan, kualitas produk dan fasilitas yang dapat memuaskan nasabahnya.

**Gambar 1.7 Data Pengaduan BSI Tahun 2022**

Jumlah Pengaduan Diterima Tahun 2022			
325.000	5.988	3.856	846
Proses Transaksi & Fasilitas	Kejahatan eksternal Perbankan	Produk	Pelayanan

Sumber : Laporan Keberlanjutan BSI, 2022

Berdasar data pengaduan yang diterima sepanjang tahun 2022, Bank Syariah Indonesia menerima 335.690 pengaduan meskipun semua pengaduan telah diselesaikan. Hal tersebut seharusnya tidak membuat Bank Syariah Indonesia tinggal diam dan harus segera melakukan upaya perbaikan karena jika hal tersebut terus terjadi maka nasabah akan merasa kecewa, rasa kecewa tersebut akan

bermuara pada rasa ketidakpuasan dan ditakutkan akan mempengaruhi penilaian nasabah lain. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mowen & Minor, (2002) pada 60 konsumen dengan produk yang berbeda mengindikasikan bahwa rekomendasi dari orang lain berpengaruh kuat terhadap keputusan pembelian dari pada iklan. Studi lainnya juga mendukung temuan tersebut dimana *word of mouth* dua kali lipat lebih efektif dari iklan radio, empat kali lipat lebih efektif dari *personal selling*, dan tujuh kali lipat lebih efektif dari surat kabar dan majalah. Konsumen yang merasa puas terhadap kualitas pelayanan dan produk Bank Syariah Indonesia akan dengan senang hati memberikan ulasan positif melalui media sosial dan merekomendasikannya kepada orang lain. Sebaliknya, jika nasabah merasa tidak puas maka akan kecewa dan memberikan ulasan negatif terhadap kualitas pelayanan dan produk Bank Syariah Indonesia bahkan dapat menjelekkan yang pada akhirnya akan membuat Bank Syariah Indonesia semakin kehilangan pasar potensial.

Selain kualitas pelayanan, dimensi kualitas produk juga turut menentukan kepuasan konsumen. Kualitas produk menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk menggunakan produk tersebut. Kualitas produk merupakan keunggulan yang dimiliki produk dalam rangka menjelaskan kemampuan produk yang bertujuan untuk memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas produk yang telah ditentukan. Menurut Kotler & Keller, (2009) berpendapat bahwa produk merupakan berbagai hal yang berkaitan dengan hal-hal yang ditawarkan oleh suatu perusahaan, pelaku atau lembaga tertentu kepada pasar untuk menarik perhatian dengan tujuan terjadinya pembelian, digunakan,

atau dikonsumsi yang diharapkan mampu menciptakan kepuasan sehingga terpenuhinya keinginan atau kebutuhan pasar.

Jika konsumen menginginkan kepuasan maka produk yang diinginkan harus memuaskan. Menurut Kotler & Keller, (2009) menyatakan konsumen akan kecewa dan tidak puas ketika kinerja produk gagal dalam memenuhi ekspektasi dan harapan atau keinginannya. Namun jika kinerja produk memenuhi atau melampaui harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Untuk mencapai kepuasan konsumen, penting bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk yang berfokus pada keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian Khan dan Ahmed, (2012) yang mengatakan bahwa kualitas produk adalah penentu yang paling penting dari kepuasan konsumen.

Untuk mendukung hal tersebut, BSI terus melakukan inovasi pada produknya guna memenuhi kebutuhan masyarakat yang beragam serta merespon perkembangan yang terjadi pada industri perbankan dengan mengutamakan kecepatan dan kemudahan dalam bertransaksi. Sebagai hasil dari gabungan tiga bank syariah di Indonesia, BSI memiliki beragam penawaran produk. Namun dari banyaknya produk, BSI menerapkan strategi *mapping product champion* dengan memilih beberapa produk yang dijadikan *hero product* yang disesuaikan dengan target *audience* maupun target *business* agar fokus pada pertumbuhan bisnis. Contohnya adalah produk BSI Mobile dan BSI Griya Simuda berfokus pada target *audience* untuk kalangan milenial dimana dilakukan pendekatan promosi melalui strategi *Above The Line* (ATL) melalui Televisi, Cinema/Bioskop, dan

Koran/Majalah kemudian strategi *Below The Line* (BTL) melalui *online event* (Webinar) dan *offline event* (*open booth* atau *sponsorship event*), dan didukung oleh *digital marketing*. Kemudian untuk produk BSI Mitraguna Berkah menasar target *business* kepada segmen konsumen yang dapat memberikan kontribusi *margin* yang lebih tinggi seperti pegawai, ASN, pelaku UMKM, kalangan *professional* sehingga pendekatan promosi yang digunakan adalah kunjungan langsung ke nasabah.

Tak hanya kualitas pelayanan dan kualitas produk, dimensi fasilitas turut menjadi faktor kunci dalam menentukan kepuasan konsumen terutama dalam industri perbankan. Fasilitas dapat meliputi perencanaan dalam ruangan (desain interior) dan perencanaan diluar ruangan (eksterior) yang menunjang kenyamanan dalam bertransaksi di lingkungan bank. Menurut Kotler & Keller, (2009) fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen dan secara tidak langsung akan menciptakan kepuasan bagi konsumen. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa fasilitas yang diberikan oleh bank merupakan salah satu ukuran dari kepuasan nasabah. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Putribasutami dan Paramita, (2018) yang mengemukakan bahwa indikator dari kualitas pelayanan pada perbankan dapat diukur melalui fasilitas yang dimiliki bank, karyawan yang memiliki sikap ramah, bank dapat dipercaya dalam memberikan jaminan keamanan, kecepatan pelayanan yang diberikan oleh suatu bank.

Bank Syariah Indonesia (BSI) terus berupaya dalam meningkatkan kepuasan nasabah pasca pandemi melalui pemberian fasilitas yang memadai dengan

mengoptimalkan pemberian layanan BSI *Mobile* sebagai wujud akselerasi layanan *digital banking*, hal tersebut diperkuat dengan adanya temuan data yang menyatakan bahwa pada Kuartal I-2021 mencatatkan volume transaksi *digital* BSI senilai Rp 40,85 triliun dimana kontribusi terbesar dipegang oleh layanan BSI *Mobile* yang mencapai kenaikan sebesar 82,53% secara tahunan. Adanya peningkatan transaksi nasabah BSI, selain disumbang oleh transaksi BSI *Mobile* yaitu sebesar 42%, kenaikan tersebut juga ditopang dengan adanya kanal internet *banking* yaitu sebesar 24%, kartu kredit maupun kartu debit sebesar 17% dan ATM sebesar 14%. Disamping itu keberadaan ribuan kantor cabang/*branch* turut memperkuat BSI dalam memberikan fasilitas yang memadai kepada nasabahnya. Hal tersebut sejalan dengan Kotler & Keller, (2009) yang menyatakan bahwa salah satu upaya yang dilakukan manajemen perusahaan jasa dalam rangka menunjang kepuasan konsumen yaitu dengan memberikan fasilitas dengan sebaik-baiknya.

Berdasarkan perbedaan hasil penelitian terdahulu, peneliti tertarik meneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi pasca pandemi covid-19 pada Bank Syariah Indonesia (BSI), dimana peneliti menemukan beberapa perbedaan terhadap hasil penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Lestari & Iskandar, (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Muhtadi et al., (2020), Oniansyah et al., (2019), (Rizal et al., 2021) dan Astuti & Taufiq, (2023).

Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad et al., (2010) menunjukkan bahwa hanya empat dimensi kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness and assurance*) memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap kepuasan konsumen, sedangkan dimensi *empathy* menunjukkan pengaruh yang signifikan negatif terhadap kepuasan konsumen. Disamping itu, menurut Santosa et al., (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Iskandar, (2022) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dimasa pandemic Covid-19.

Pada hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan, seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Lestari & Iskandar, (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal ini selaras dengan hasil penelitian dari Laili & Canggih, (2021), Astuti & Taufiq, (2023) dan Aquino & Tussoliha, (2022). Disamping itu, pada hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh fasilitas terhadap kepuasan seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Iskandar, (2022) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di masa covid 19. Hal ini selaras dengan hasil penelitian Sonya & Suhardi, (2022), Muhtadi et al., (2020) dan Pangesti & Danarwati, (2018). Namun ditemukan perbedaan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Oniansyah et al., (2019) yang menyatakan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Dalam skripsi ini penulis mengambil tiga faktor kepuasan yang digunakan sebagai variabel independen yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan fasilitas. Dimana ketiga variabel tersebut merupakan variabel yang dibutuhkan perbankan dalam memberikan kepuasan kepada nasabahnya. Penulis juga bermaksud untuk mengukur kepuasan nasabah pada perbankan syariah dalam bertransaksi pasca pandemi Covid-19 dengan menggunakan ketiga variabel tersebut. Maka dengan uraian permasalahan diatas, peneliti memutuskan meneliti tentang **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM BERTRANSAKSI PASCA PANDEMI COVID-19 PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP AMBARUKMO”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi pasca pandemi Covid-19 di Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi pasca pandemi Covid-19 di Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi pasca pandemi Covid-19 di Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo ?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi pasca pandemi Covid-19 di Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi pasca pandemi Covid-19 di Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo.
3. Untuk menguji pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi pasca pandemi Covid-19 di Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo.

### D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi terhadap bidang keilmuan, antara lain sebagai berikut :

#### 1. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi *stakeholder* Bank Syariah Indonesia dalam menentukan kebijakan yang berkaitan dengan upaya perusahaan meningkatkan kepuasan nasabah terutama pada kualitas pelayanan, kualitas produk, dan fasilitas.



## 2. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya dimana dapat memberikan perbandingan terhadap topik atau tema, variabel dan objek yang serupa.

## E. Sistematika penelitian

Agar penelitian lebih terarah, maka diperlukan adanya sistematika penelitian. Pembahasan penelitian ini terdiri dari 5 bab, dengan penjelasan masing-masing babnya sebagai berikut :

### **BAB I Pendahuluan**

Bab pertama dalam penelitian ini berisi mengenai gambaran umum penelitian. Pada bab ini menggambarkan mengenai latar belakang yang mendasari peneliti dalam melakukan penelitian. Selain itu pada bab pertama juga memaparkan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

### **BAB II Landasan Teori dan Kajian Pustaka**

Bab kedua dalam penelitian ini berisi mengenai landasan teori. Peneliti menggunakan teori mengenai kepuasan, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan fasilitas untuk mendukung terbentuknya rumusan masalah. Selain itu pada bab ini juga menjelaskan tentang penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan kerangka pikiran penelitian yang menjelaskan gambaran umum dalam penelitian.

### **BAB III Metode Penelitian**

Bab ketiga dalam penelitian ini berisi mengenai jenis penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan analisa pada data berbentuk angka dan mengkaji dengan sumber data primer. Selanjutnya populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah bank syariah dan pengambilan sampel berupa *non probability sampling*. Dalam bab ini juga dipaparkan teknik *sampling*, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data.

### **BAB IV Pembahasan**

Bab keempat dalam penelitian ini menguraikan pembahasan lebih mendalam tentang penelitian yang telah dilakukan. Dalam bab ini juga menjabarkan mengenai deskripsi responden dalam bentuk tabel. Analisis data berupa uji validitas dan reabilitas, uji hipotesis dan analisis linear berganda. Selanjutnya terdapat pembahasan deskriptif tentang hasil dari uji hipotesis yang telah dilakukan.

### **BAB V Penutup**

Bab kelima penelitian ini adalah penutup. Bab ini berisi kesimpulan dan saran. Selain itu peneliti mencantumkan daftar pustaka dan lampiran seluruh kegiatan dalam penelitian.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan pada penelitian ini berdasarkan hasil temuan yang didapat dari interpretasi hasil dan pembahasan tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Pasca Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo” dengan total responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, maka dapat ditarik kesimpulan antara lain, sebagai berikut :

1. Secara parsial variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo. Hal ini menunjukkan bahwa ( $H_1$ ) dapat diterima dalam penelitian ini.
2. Secara parsial untuk variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo. Hal ini menunjukkan bahwa ( $H_2$ ) dapat diterima dalam penelitian ini.
3. Secara parsial variabel fasilitas mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo. Hal ini menunjukkan bahwa ( $H_3$ ) dapat diterima dalam penelitian ini.

## B. Saran

Berlandaskan temuan di atas, peneliti memiliki beberapa saran untuk Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo dan peneliti selanjutnya. Sebagai berikut :

### 1. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi tentang fakta-fakta sebenarnya atas kualitas (pelayanan, produk) dan fasilitas yang diberikan berdasarkan persepsi dari nasabah, sehingga perusahaan dapat menggunakannya sebagai referensi untuk meningkatkan pelayanan mutu produk dan kelengkapan fasilitas terhadap nasabah. Adapun saran yang diberikan oleh peneliti pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo, antara lain :

#### a. Kualitas Pelayanan

Secara parsial variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo. Sehingga peneliti menyarankan agar Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo berfokus pada upaya meningkatkan dan mengoptimalkan kualitas pelayanan terhadap nasabahnya terutama pada proses melayani dan menangani keluhan nasabah secara cepat dan akurat mengingat penyelesaian pengaduan nasabah yang masih tergolong lamban yaitu mencapai 10 hari kerja. Disamping itu Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukomo juga perlu

mengevaluasi kualitas pelayanan *teller* maupun *customer service* dan meningkatkan *product knowledge* karyawan secara berkala agar informasi yang diberikan semakin informatif, komunikatif dan dapat memberikan alternatif solusi terbaik terhadap setiap permasalahan yang dialami nasabah.

b. Kualitas Produk

Secara parsial untuk variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo. Sehingga peneliti menyarankan agar Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo dapat meningkatkan penawaran produk perbankan yang dapat menguntungkan nasabah dalam jangka panjang. Disamping itu Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo perlu mengoptimalkan saluran-saluran promosi yang dapat memberikan informasi mengenai fitur maupun keistimewaan produk – produk yang dimiliki BSI dibandingkan produk pesaing agar produk Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo dapat lebih dikenal dan diketahui oleh masyarakat secara lebih luas.

c. Fasilitas

Secara parsial variabel fasilitas mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo. Disamping itu, variabel fasilitas merupakan variabel dengan koefisien korelasi positif paling tinggi terhadap kepuasan sehingga peneliti menyarankan agar Bank Syariah Indonesia KCP

Ambarukmo berfokus pada upaya mempertahankan pemberian fasilitas yang memadai pada kantor cabang maupun aplikasi BSI *Mobile* dengan mengutamakan kenyamanan, kecepatan, dan keamanan dalam bertransaksi.

## 2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia. Peneliti selanjutnya juga dapat memperluas ukuran populasi dan sampel untuk mendapatkan data yang lebih akurat. Selain itu hendaknya menggunakan metode alternatif seperti melalui wawancara sehingga informasi yang diperoleh tidak bias.



### Daftar Pustaka

- Agustina, & Hutagalung, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Produk Pembiayaan Kendaraan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Sumut Syariah Kepsy Kota Baru Medan Marelan. *AL-QASD Journal*, 3, 136–146.
- Amin, N., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14.
- Ana, D., & Zunaidi, A. (2022). Strategi Perbankan Syariah Dalam Memenangkan Persaingan Di Masa Pandemi Covid-1. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthrop*, 1(1).
- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133–140. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i02.73>
- Aquino, R., & Tussoliha, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pd Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang. *Faletehan Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1.
- Astuti, T., & Taufiq, M. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi (Studi Pada PT. Asuransi Jiwa Central Asia Raya Bukittinggi). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, Vol.3, 5460–5474.
- Cendana, W., Silmina, E., Dana, S., & Firmansyah. (2021). Mapping Design of The Impact of Covid-19 in Yogyakarta Using GIS. *Procedia of Engineering and Life Science*, 01.
- Fernandes, Y., & Marlius, D. (2018). Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat cabang Utama Padang. *Akademi Keuangan dan Perbankan Padang*. 4

- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program *IBM SPSS 25 edisi ke-9* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iskandar. (2022). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Masa Covid 19 pada Bank Syariah Indonesia. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(2), 243–274. <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i2.134>
- Jannah, F.Z. (2023) Kejahatan-Keuangan-Dalam-Pembayaran-digital &nbsp; // , Kejahatan Keuangan Dalam Pembayaran Digital. Available at: <https://www.bi.go.id/id/bi-institute/BI-Epsilon/Pages/Kejahatan-Keuangan-Dalam-Pembayaran-Digital.aspx> (Accessed: 12 January 2024).
- Kotler, P. (2002). Manajemen Pemasaran Jilid 2 (Milenium). PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran. In: Manajemen Pemasaran. In Edisi Millenium, *Jilid 1* (Vol. 1, Issue 2). PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). Manajemen Pemasaran. PT Indeks.
- Laili, R. R., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Body Lotion Citra (Studi Kasus Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(6), 743. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20216pp743-756>
- Lestari, A., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal. *Journal Economics and Management (JECMA)*, 3, 1–9.
- Mowen, J. ., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen* (5th ed.). Erlangga.
- Muhtadi, M., Rahmawati, E., & Utomo, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Produk dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Mudharabah Al Barakah Di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 09, 14–25.
- Oniansyah, Ananda, N., & Rizqi, R. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas



Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian (Studi Kasus Pada PT. Pegadaian Unit Seketeng, Kecamatan Sumbawa). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 02, 18–27.

Otoritas Jasa Keuangan (2023) Mendorong-potensi-pengembangan-perbankan-syariah, Siaran Pers. Available at: <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Mendorong-Potensi-Pengembangan-Perbankan-Syariah.aspx> (Accessed: 12 January 2024).

Pangesti, M., & Danarwati, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Jatipuro Cabang Karanganyar. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta*, 16.

Pereira, D., Giantari, N. G. K., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). Pengaruh Service Quality Terhadap Satisfaction Dan Customer Loyalty Koperasi Dadirah Di Dili Timor-Leste. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 5.3, 5.3, 455–488.

Piri, H. (2013). Kualitas Pelayanan Jasa Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Steiner Salon Manado. *Jurnal EMBA*, 4.

Rizal, samsul, Abdullah, I., & Violin, V. (2021). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol . 8 No . 2 September 2021 E - ISSN Gabungan Di Indonesia Oleh : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., 8(2), 25–33.

Santosa, J., Mahendra, D., & Denny, A. (2020). Peran Kepuasan Di Dalam Memediasi Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Jateng Cabang Purwodadi. *Excellent : Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 07, 16–24.

Sonya, D., & Suhardi. (2022). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Panasera di Batam. *ECo-Buss*, Vol. 5, 349–361.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syukkur, A., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Perkreditan Rakyat (BPR)Jombang Cabang Ngoro. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 03, 327–338.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service, Quality, & Customer Satisfaction* (F. Tjiptono (ed.); 5th ed.). Andi.
- Wibisono, O., & Septiandri, A. (2022). Digital Awareness Perbankan: Analisis Kinerja Perbankan Pascapandemi COVID-19 Berbasis Teks Laporan Tahunan. *RINarxiv*.
- Zalelawati, S., Marlita, T., & Syaifudin. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, Vol. 2, 1020–1026. <https://jmi.rivierapublishing.id/index.php/rp>

