

**Analisis Pengaruh Inovasi Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan****<sup>1</sup> Gusti Nadia Mahadinda, <sup>2</sup> Azhar, <sup>3</sup> Anjur Perkasa Alam**<sup>1, 2, 3</sup> STAI Jam'iyah Mahmudiyah, Langkat, Indonesia

Corresponding author.

E-mail addresses: [mgustinadia@gmail.com](mailto:mgustinadia@gmail.com)

---

**ABSTRACT**

Sharia banks in Indonesia offer almost the same products, so customer satisfaction is very important. Many factors influence customer satisfaction at a Sharia Bank, including product innovation carried out by the Bank, as well as things that sharia banking must pay attention to, namely service. The research aims to determine the influence of product innovation and work services on PT customer satisfaction. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan both partially and simultaneously with a total of 97 customers as respondents. Data analysis in this study used data quality testing, hypothesis testing, and multiple linear regression analysis using the SPSS program. Based on this test, it is clear that partially there is a significant influence between product innovation on PT customer satisfaction. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan, this is because the significant value is smaller than 0.05 or (0.000 < 0.05) and  $t_{count} > t_{tabel}$  (4.597 > 1.98552) so there is an influence of variable X on Variable Y. Partially there is a significant influence significant relationship between service and customer satisfaction at PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan, this is because the significant value is smaller than 0.05 or 0.000 < 0.05) and  $t_{count} > t_{tabel}$  (5.086 > 1.98552) so there is an influence of variable X on Variable Y. Simultaneously or together There is a significant influence between product and service innovation on PT customer satisfaction. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan, this is because the significance value is smaller than 0.05 (0.000 < 0.05) and the value of  $F_{count} > F_{tabel}$  (57.837 > 3.09), so the independent variable simultaneously influences the dependent variable.

**Keywords: Product Innovation, Service, Customer Satisfaction.****ABSTRAK**

Bank-Bank Syariah di Indonesia menawarkan produk-produk yang hampir sama, maka kepuasan nasabah menjadi sangat penting. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada suatu Bank Syariah, diantaranya adalah inovasi produk yang dilakukan Bank tersebut, serta hal yang harus diperhatikan oleh perbankan syariah yaitu pelayanan. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara inovasi produk dan

pelayanan kerja terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan baik secara parsial maupun simultan dengan jumlah responden 97 orang nasabah. Analisis data pada penelitian ini menggunakan uji kualitas data, uji hipotesis, dan analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS. Berdasarkan pengujian tersebut menjelaskan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan hal ini karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau  $(0,000 < 0,05)$  dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,597 > 1,98552$ ) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan hal ini karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau  $0,000 < 0,05$  dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,086 > 1,98552$ ) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Secara simultan atau bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan hal ini karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $57,837 > 3,09$ ), maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya.

**Kata Kunci:** *Inovasi Produk, Pelayanan, Kepuasan Nasabah.*

---

## PENDAHULUAN

Saat ini keuangan syariah semakin berkembang pesat dengan banyaknya lembaga keuangan syariah yang menawarkan produk dan jasa keuangan yang berlandaskan syariat Islam (Puteh et al., 2018). Perbankan Syariah menjadi alternatif untuk sistem kredit karena, dalam Perbankan Syariah tidak ada bunga akan tetapi dengan sistem bagi hasil. Keuangan syariah diharapkan dapat menjadi solusi bagi praktik-praktik keuangan yang mengarah pada riba, maysir, dan gharar. Akan tetapi, faktanya keuangan syariah hingga saat ini memiliki pangsa pasar yang rendah (Djuwita & Yusuf, 2018)

*Market share* Perbankan Syariah di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 7,03% sedangkan Perbankan Konvensional 92,97%. Dengan market share yang sebesar 7,03% artinya minat masyarakat Indonesia masih rendah dalam menggunakan Bank Syariah (Sunarsih & Wijyantie, 2021). Mayoritas penduduk Muslim seharusnya masyarakat banyak yang lebih meminati untuk menggunakan lembaga Perbankan Syariah, namun kenyataannya masih banyak yang belum menggunakan lembaga Perbankan Syariah sebagai alat transaksi sehari-hari dan masih menggunakan jasa lembaga konvensional yang dalam transaksinya mengandung riba yang dilarang didalam Al-Qur'an (Fauzi & Murniawaty, 2020).

Bank-Bank Syariah di Indonesia menawarkan produk-produk yang hampir sama, maka kepuasan nasabah menjadi sangat penting, sebagaimana diketahui tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis sehingga memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan terhadap produk serta rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan (Nurlaili Adkhi Rizfa Faiza, 2022).

Kepuasan nasabah merupakan manifestasi dan kelanjutan agar terciptanya loyalitas nasabah dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, serta untuk tetap setiap menjadi nasabah dari perusahaan tersebut (Isabella et al., 2022). Kepuasan nasabah dapat diraih dengan adanya pelayanan yang memuaskan sesuai dengan harapan nasabah atau bahkan melebihi dari harapan nasabah.

Pentingnya kepuasan nasabah berkaitan dengan persaingan yang makin ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan (Zulkarnain et al., 2020). Khusus alasan yang terakhir, keuntungan, memang tidak selalu ditentukan oleh faktor kepuasan nasabah, tetapi juga oleh kepercayaan dan kesetiaan nasabah terhadap suatu produk dan perusahaan. Kepuasan atau ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan.

Kepuasan nasabah merupakan indikator utama dari standar suatu fasilitas dan sebagai suatu ukuran mutu pelayanan yang diberikan. Kepuasan nasabah dapat dicapai melalui kinerja terbaik dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Pemberian pelayanan terbaik terjadi bila perusahaan mampu menjaga atau meningkatkan kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Oleh karena itu, setiap perusahaan atau usaha yang dijalankan harus dapat terus membaca apa yang menjadi kebutuhan nasabah guna mencapai tingkat kepuasan nasabah yang tinggi (Ade Ayu Oktapiani & Tuti Anggraini, 2022). Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa Perbankan, dimana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Dengan pelayanan ini maka akan memunculkan suatu tingkat kepuasan pada nasabah baik itu kepuasan positif maupun kepuasan negative (T. Sahdina, Y K. Afif, 2023).

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada suatu Bank Syariah, diantaranya adalah inovasi produk yang dilakukan Bank tersebut. Agar dapat berlomba dengan perbankan konvensional maka perbankan syariah tentu saja memerlukan perkembangan inovasi produk dan pelayanan agar masyarakat tertarik dengan perbankan syariah. Perbankan konvensional sudah lama memerankan perannya sebagai lembaga keuangan yang melayani masyarakat Indonesia sudah sangat lama bila dibandingkan dengan perbankan syariah. Sehingga mau tidak mau perbankan syariah harus lebih aktif lagi di dalam melakukan inovasi produk jika ingin memiliki pangsa pasar yang lebih banyak sekaligus berangsur-angsur mampu memenangi persaingan meskipun jika diprediksi membutuhkan waktu yang sangat lama (Kambali, 2020).

Inovasi produk keuangan dan perbankan syariah merupakan pokok utama dalam pengembangan industri perbankan syariah, tentunya pengembangan harus didukung dengan kompetensi sumber daya manusia yang selain handal tetap berpegang teguh dengan prinsip-prinsip syariah. Bank-Bank Syariah harus memiliki produk inovatif yang semakin beragam agar bisa berkembang dengan baik. Inovasi juga harus dilakukan agar produk bank syariah tidak monoton dan dominan dengan akad tertentu di tengah bervarisanya kebutuhan bisnis masyarakat (Nurfadhilah, M. Saleh, 2023).

Selain melalui inovasi produk, hal yang harus diperhatikan oleh perbankan syariah yaitu pelayanan. Kepuasan nasabah dapat dicapai melalui kinerja terbaik dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Pemberian pelayanan terbaik terjadi bila perusahaan mampu menjaga atau meningkatkan kualitas jasa atau pelayanan yang

diberikan kepada nasabah. Oleh karena itu, setiap perusahaan atau usaha yang dijalankan harus dapat terus membaca apa yang menjadi kebutuhan nasabah guna mencapai tingkat kepuasan nasabah yang tinggi. Perusahaan harus mampu membuat nasabah merasa nyaman dan puas melalui pelayanan-pelayanan yang disuguhkan kepada nasabah.

Tuntutan kepuasan pelanggan adalah hal yang lumrah dalam dunia bisnis terutama dalam bidang jasa. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan berbanding lurus dengan semakin tingginya tingkatkepuasan pelanggan. Bank-bank syariah wajib memberi pelayanan yang lebih berkualitas dibandingkan pesaingnya untuk menciptakan kepuasan nasabah (Mutmainnah, 2018). Pelayanan yang baik dapat menimbulkan sisi positif bagi perusahaan. Karena pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan (Sovia, 2023). Pelayanan yang buruk tentu akan dapat berakibat fatal bagi sebuah perusahaan, pada akhirnya perusahaan tidak akan mendapatkan kepercayaan dari para pelanggannya, perlahan-lahan pelanggan akan meninggalkan perusahaan tersebut apabila pelayanan yang diberikan tidak baik.

Berdasarkan uraian tersebut maka setiap Bank harus mampu melakukan inovasi produk yang ditawarkan dan meningkatkan pelayanan yang diberikan bertujuan meningkatkan kepuasan nasabah ditengah persaingan lembaga keuangan yang semakin ketat. Sebagai Bank Syariah terbesar di Indonesia, tentu PT. Bank Syariah Indonesia berupaya semaksimal mungkin meningkatkan kepuasan nasabah dengan cara melakukan inovasi produk yang ditawarkan dan memberikan pelayanan yang optimal. Hal ini juga dilakukan oleh salah satu Cabang PT. Bank Syariah Indonesia yang ada di Kota Pangkalan Brandan. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti sejauh mana inovasi produk yang ditawarkan dan pelayanan yang diberikan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, kumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Lokasi penelitian ini akan dilakukan di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan. Data penelitian terdiri dari data primer dan data skunder. Data primer ini diperoleh dari jawaban kuesioner nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan yang menjadi responden penelitian. Sedangkan data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal, artikel, karya ilmiah, brosur, website yang berkaitan dengan judul penelitian. Populasi yang diambil adalah seluruh nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan yang berjumlah 3.387 orang. Sample penelitian ditentukan dengan Metode Slovin dalam penelitian ini sebanyak 97 orang. Data dianalisis dengan menggunakan metode regresi linier berganda dan dilakukan interpretasi hasil.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh inovasi produk dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilakukan mulai tanggal 03 Januari 2024

sampai 12 Januari 2024. Responden pada penelitian ini nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan yang berjumlah 97 orang.

Pengambilan data primer pada penelitian ini melalui angket yang disebar kepada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan. Angket berisi 5 pertanyaan masing-masing variabel Inovasi Produk (X1), variabel Pelayanan (X2) dan variabel Kepuasan Nasabah (Y). Adapun data yang diperoleh dapat disajikan sebagai berikut:

### 1. Karakteristik Responden

Gambaran umum responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### a. Jenis Kelamin

Distribusi jawaban responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

**Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| No            | Jenis Kelamin | Jumlah Responden |
|---------------|---------------|------------------|
| 1             | Laki-laki     | 38               |
| 2             | Perempuan     | 59               |
| <b>Jumlah</b> |               | <b>97</b>        |

Sumber: Data Diolah

Responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 59 orang, sedangkan laki-laki sebanyak 38 orang.

#### b. Usia

Distribusi jawaban responden berdasarkan usia dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

**Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia**

| No            | Usia        | Jumlah Responden |
|---------------|-------------|------------------|
| 1             | < 20 Tahun  | 11               |
| 2             | 21-30 Tahun | 29               |
| 3             | 31-40 Tahun | 24               |
| 4             | 41-50 Tahun | 18               |
| 5             | > 50 Tahun  | 15               |
| <b>Jumlah</b> |             | <b>97</b>        |

Sumber: Data Diolah

Dari tabel diatas terlihat bahwa usia dari responden yang dijadikan sampel, yang usianya < 20 Tahun ada 11 orang, yang usianya 21 s/d 30 tahun ada 29 orang, yang usianya antara 31 s/d 40 tahun ada 24 orang, yang usianya antara 41 s/d 50 tahun ada 18 orang, dan yang usianya lebih dari 50 tahun ada 15 orang.

#### c. Pekerjaan

Distribusi jawaban responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

**Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

| No            | Pekerjaan          | Jumlah Responden |
|---------------|--------------------|------------------|
| 1             | PNS/Pegawai Daerah | 15               |
| 2             | TNI/Polri          | 6                |
| 3             | Pelajar/Mahasiswa  | 21               |
| 4             | Pedagang           | 19               |
| 5             | Petani             | 7                |
| 6             | Wiraswasta         | 17               |
| 6             | Lainnya            | 12               |
| <b>Jumlah</b> |                    | <b>97</b>        |

Sumber: Data Diolah

Dari tabel diatas karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, responden yang menjadi sampel penelitian ini didominasi nasabah yang masih berstatus Pelajar/Mahasiswa 21 orang, pedagang 19 orang, wiraswasta 17 orang, PNS/Pegawai Daerah 15 orang, pekerjaan lainnya 12 orang, petani 7 orang dan TNI/Polri 6 orang.

#### d. Pendidikan

Distribusi jawaban responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

**Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

| No            | Pendidikan    | Jumlah Responden |
|---------------|---------------|------------------|
| 1             | SMP Sederajat | 11               |
| 2             | SMA Sederajat | 52               |
| 3             | Diploma       | 8                |
| 3             | S1            | 26               |
| <b>Jumlah</b> |               | <b>97</b>        |

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir responden penelitian didominasi oleh tamatan SMA sebanyak 52 orang, tamatan S1 sebanyak 26 orang, tamatan SMP sebanyak 11 orang, dan tamatan Diploma sebanyak 8 orang.

## 2. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data untuk menilai angket yang disebar serta data yang diperoleh pada penelitian ini menggunakan berbagai uji diantaranya:

### a. Uji Validitas

Sebelum menentukan sebuah angket valid atau tidak, terlebih dahulu harus diketahui nilai  $r_{tabel}$ . Nilai  $r_{tabel}$  yang diperoleh akan dibandingkan nilai  $r_{hitung}$  yang diperoleh menggunakan SPSS. Berikut rumus mencari nilai  $r_{tabel}$ :

$$r_{tabel} = r (\alpha/2; n-k-1)$$

$\alpha$  : Nilai Signifikansi

$n$  : Jumlah Sampel Penelitian

$k$  : Jumlah Variabel Bebas

Berdasarkan rumus diatas, maka nilai  $r_{tabel}$  pada penelitian ini adalah:

$$r_{tabel}: r (\alpha/2: n-k-1)$$

$$r_{tabel}: r (0,05/2: 97-2-1)$$

$$r_{tabel}: r (0,025: 94)$$

$$r_{tabel}: 0,2006 \text{ (lihat tabel distribusi tabel } r \text{ pada lampiran)}$$

Berikut adalah hasil uji validitas dan reliabilitas angket dengan menggunakan program SPSS yang dilakukan penelitian kepada 97 orang responden 5 pertanyaan untuk masing-masing variabel Inovasi Produk ( $X_1$ ), variabel Pelayanan ( $X_2$ ) dan variabel Kepuasan Nasabah ( $Y$ ). Adapun data yang diperoleh dapat disajikan sebagai berikut:

**Tabel 4.6 Ringkasan Uji Validitas**

| Item                                     | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$<br>$\alpha = 0,05 ; n = 97$ | Keputusan |
|--|--------------|---|-----------|
| <b>Inovasi Produk (<math>X_1</math>)</b> |              |   |           |
| 1  | 0,711        | 0,2006                                  | Valid     |
| 2  | 0,876        | 0,2006                                  | Valid     |
| 3  | 0,812        | 0,2006                                  | Valid     |
| 4  | 0,777        | 0,2006                                  | Valid     |
| 5  | 0,813        | 0,2006                                  | Valid     |
| <b>Pelayanan (<math>X_2</math>)</b>      |              |   |           |
| 1  | 0,750        | 0,2006                                  | Valid     |
| 2  | 0,836        | 0,2006                                  | Valid     |
| 3  | 0,820        | 0,2006                                  | Valid     |
| 4  | 0,729        | 0,2006                                  | Valid     |
| 5  | 0,674        | 0,2006                                  | Valid     |
| <b>Kepuasan Nasabah (<math>Y</math>)</b> |              |   |           |
| 1  | 0,846        | 0,2006                                  | Valid     |
| 2  | 0,878        | 0,2006                                  | Valid     |
| 3  | 0,827        | 0,2006                                  | Valid     |
| 4  | 0,790        | 0,2006                                  | Valid     |
| 5  | 0,629        | 0,2006                                  | Valid     |

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa seluruh item nilainya lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,2006 maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen tersebut valid.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Adapun hasil dari perhitungannya dapat terlihat pada tabel hasil output SPSS dibawah ini:

**Tabel 4.7 Ringkasan Uji Reliabilitas**

| No | Variabel                         | Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Yang Diisyaratkan | Keterangan |
|----|----------------------------------|------------------|------------------------------------|------------|
| 1  | Inovasi Produk (X <sub>1</sub> ) | 80,6%            | > 60 %                             | Reliabel   |
| 2  | Pelayanan (X <sub>2</sub> )      | 79,6%            | > 60 %                             | Reliabel   |
| 4  | Kepuasan Nasabah (Y)             | 80,5%            | > 60 %                             | Reliabel   |

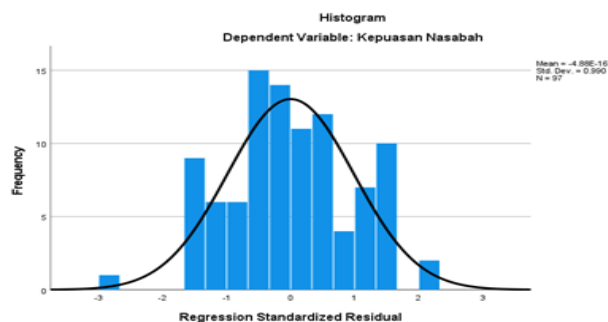
Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai cronbach alpha variabel Inovasi Produk (X<sub>1</sub>) yaitu 80,6% > 60%, variabel Pelayanan (X<sub>2</sub>) yaitu 79,6% > 60%, dan variabel Kepuasan Nasabah (Y) yaitu 80,5% > 60%. Maka setiap variabel yang diujikan reliabel atau konsisten, sehingga data yang diperoleh dari angket dinyatakan dapat dipercaya dan dianalisa.

**c. Uji Normalitas**

1) Uji Grafik Histogram

**Gambar 4.2 Grafik Histogram**

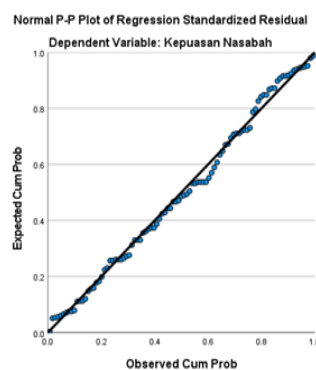


Sumber: Output SPSS

Regression Residual membentuk kurva seperti lonceng maka nilai residual tersebut dinyatakan normal atau data berdistribusi normal.

2) Uji Grafik P-P Plot

**Gambar 4.3 Grafik P-P Plot**



Sumber: Output SPSS

Berdasarkan grafik diatas, titik-titik mengikuti atau merapat ke garis diagonal maka data dalam penelitian ini normal atau berdistribusi normal.



### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen secara individual (parsial). Adapun dasar pengambilan keputusan pada Uji t adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai sig < 0,05 atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.
- 2) Jika nilai sig > 0,05 atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

Sebelum melakukan uji t, terlebih dahulu harus diketahui nilai  $t_{tabel}$ . Nilai  $t_{tabel}$  yang diperoleh akan dibandingkan nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh menggunakan SPSS. Berikut rumus untuk mencari nilai  $t_{tabel}$ :

$$t_{tabel} = t (\alpha/2; n-k-1)$$

$\alpha$  : Nilai Signifikansi

n : Jumlah Sampel Penelitian

k : Jumlah Variabel Bebas

Berdasarkan rumus diatas, maka nilai  $t_{tabel}$  pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$t_{tabel} : t (\alpha/2; n-k-1)$$

$$t_{tabel} : t (0,05/2; 97-2-1)$$

$$t_{tabel} : t (0,025; 94)$$

$$t_{tabel} : 1,98552 \text{ (lihat tabel distribusi tabel t pada lampiran)}$$

Setelah mengetahui nilai  $t_{tabel}$  maka langkah selanjutnya mencari  $t_{hitung}$ . Pada penelitian ini  $t_{hitung}$  diperoleh dari pengolahan data menggunakan program komputer SPSS. Berikut nilai  $t_{hitung}$  setelah penulis melakukan pengolahan data menggunakan SPSS :

**Tabel 4.8 Uji t**

#### Coefficients<sup>a</sup>

| Model          | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t            | Sig.        |
|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------------|-------------|
|                | B                           | Std. Error | Beta                      |              |             |
| 1 (Constant)   | 4.517                       | 1.553      |                           | 2.908        | .005        |
| Inovasi Produk | .355                        | .077       | .395                      | <b>4.597</b> | <b>.000</b> |
| Layanan        | .458                        | .090       | .437                      | <b>5.086</b> | <b>.000</b> |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Outpus SPSS

Hasil uji t (parsial) yang terdapat dalam tabel berikut dapat dijelaskan yaitu:

#### 1) Uji t Terhadap Variabel Inovasi Produk (X<sub>1</sub>)

Hasil yang didapat pada tabel 4.6 variabel Inovasi Produk (X<sub>1</sub>) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ( $0,000 < 0,05$ ) dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$

(4,597 > 1,98552) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Hipotesis yang diterima Ha 1 yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan.

## 2) Uji t Terhadap Variabel Pelayanan (X<sub>2</sub>)

Hasil yang didapat pada tabel 4.6 variabel Pelayanan (X<sub>2</sub>) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau (0,000 < 0,05) dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (5,086 > 1,98552) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Hipotesis yang diterima Ha 2 yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan.

### b. Uji F (Uji Simultan)

Uji  $F_{hitung}$  digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Rumus/Dasar pengambilan keputusan Uji F:

- 1) Jika nilai  $sig < 0,05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya.
- 2) Jika nilai  $sig > 0,05$  atau  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikatnya.

Sebelum melakukan uji F, terlebih dahulu harus diketahui nilai  $F_{tabel}$ . Nilai  $F_{tabel}$  yang diperoleh akan dibandingkan nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh menggunakan SPSS. Berikut rumus untuk mencari nilai  $t_{tabel}$ :

$$F_{tabel} = F (k: n-k)$$

n : Jumlah Sampel Penelitian

k : Jumlah Variabel Bebas

Berdasarkan rumus diatas, maka nilai  $F_{tabel}$  pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

$F_{tabel} : F (k: n-k)$

$F_{tabel} : F (2: 97-2)$

$F_{tabel} : F (2: 95)$

$F_{tabel} : 3,09$  (lihat tabel distribusi tabel F pada lampiran)

**Tabel 4.9 Uji f**

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |               |                         |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|---------------|-------------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F             | Sig.                    |
| 1                  | Regression | 356.387        | 2  | 178.194     | <b>57.837</b> | <b>.000<sup>b</sup></b> |
|                    | Residual   | 289.613        | 94 | 3.081       |               |                         |
|                    | Total      | 646.000        | 96 |             |               |                         |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Layanan, Inovasi Produk

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel 4.9 nilai  $F_{hitung}$  diperoleh 57,837 dengan nilai signifikansi 0,000 karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05) dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (57,837 > 3,09), maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya. Hipotesis yang diterima Ha 3 yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara

inovasi produk dan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan.

c.  $R^2$  (Uji Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi atau R square ( $R^2$ ) merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Semakin tinggi nilai Koefisien determinasi maka semakin tinggi variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikatnya. Selengkapnya mengenai hasil uji Adj  $R^2$  dapat dilihat pada tabel 4.8 di bawah ini :

**Tabel 4.10 R2 (Uji Koefisien Determinasi)**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                          | .743 <sup>a</sup> | .552     | <b>.542</b>       | 1.755                      |

a. Predictors: (Constant), Layanan, Inovasi Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Output SPSS

Besarnya angka adjusted r square adalah 0,542 atau sebesar 54,2%. Dapat disimpulkan bahwa Inovasi Produk ( $X_1$ ) dan Pelayanan ( $X_2$ ) mempengaruhi Kepuasan Nasabah (Y) pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan sebesar 54,2%, sedangkan sisanya sebesar 45,8% (100% - 54,2%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti kualitas produk dan jasa, biaya, citra perusahaan dan lain-lain.

**4. Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linier berganda di lakukan peneliti untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen. Selengkapnya mengenai regresi linier berganda pada penelitian ini yaitu:

**Tabel 4.11 Uji Regresi Linear Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup> |                |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |                | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           |                | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                         | (Constant)     | <b>4.517</b>                | 1.553      |                           | 2.908 | .005 |
|                           | Inovasi Produk | <b>.355</b>                 | .077       | .395                      | 4.597 | .000 |
|                           | Layanan        | <b>.458</b>                 | .090       | .437                      | 5.086 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel 4.10 maka diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,517 + 0,355X_1 + 0,458X_2$$

Dimana :

Y : Kepuasan Nasabah

X1 : Inovasi Produk

X2 : Pelayanan

Penjelasan mengenai analisis regresi linear berganda tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 4,517 artinya jika variabel Inovasi Produk ( $X_1$ ), Pelayanan ( $X_2$ ) dan nilainya adalah 0, maka Kepuasan Nasabah ( $Y$ ) nilainya yaitu sebesar 4,517. Maksudnya adalah apabila PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan tidak melakukan Inovasi Produk dan tidak memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah maka kepuasan nasabah hanya sebesar 4,517%.
- b. Koefisien regresi variabel harga ( $X_1$ ) sebesar 0,355 artinya ketika variabel Inovasi Produk ( $X_1$ ) mengalami kenaikan 100% maka Kepuasan Nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 35,6%. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan yang sejalan antara variabel  $X_1$  terhadap  $Y$ . Maksudnya apabila inovasi produk dilakukan PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan baik maka kepuasan nasabah akan meningkat, begitupun sebaliknya jika inovasi produk dilakukan PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan buruk maka kepuasan nasabah juga menurun.
- c. Koefisien regresi variabel harga ( $X_2$ ) sebesar 0,458 artinya ketika variabel Pelayanan ( $X_2$ ) mengalami kenaikan 100% maka Kepuasan Nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 45,8%. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan yang sejalan antara variabel  $X_2$  terhadap  $Y$ . Maksudnya adalah semakin baik pelayanan yang diberikan PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi, begitupun sebaliknya jika pelayanan yang diberikan PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan buruk maka kepuasan nasabah juga menurun.

Berikut adalah hasil analisis data yang telah penulis lakukan yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

### **1. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji t (parsial) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil variabel Inovasi Produk ( $X_1$ ) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ( $0,000 < 0,05$ ) dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,597 > 1,98552$ ) maka terdapat pengaruh variabel  $X$  terhadap Variabel  $Y$ .

### **2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji t (parsial) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil variabel Pelayanan ( $X_2$ ) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ( $0,000 < 0,05$ ) dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,086 > 1,98552$ ) maka terdapat pengaruh variabel  $X$  terhadap Variabel  $Y$ .

### 3. Pengaruh Inovasi Produk dan Pelayanan Secara Bersama-Sama Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk dan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji F (simultan) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil nilai  $F_{hitung}$  diperoleh 57,837 dengan nilai signifikansi 0,000 karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $57,837 > 3,09$ ), maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya.

Bank-Bank Syariah di Indonesia menawarkan produk-produk yang hampir sama, maka kepuasan nasabah menjadi sangat penting, sebagaimana diketahui tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis sehingga memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan terhadap produk serta rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan.

Pentingnya kepuasan nasabah berkaitan dengan persaingan yang makin ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan. Khusus alasan yang terakhir, keuntungan, memang tidak selalu ditentukan oleh faktor kepuasan nasabah, tetapi juga oleh kepercayaan dan kesetiaan nasabah terhadap suatu produk dan perusahaan. Kepuasan atau ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan.

Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa Perbankan, di mana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Dengan pelayanan ini maka akan memunculkan suatu tingkat kepuasan pada nasabah baik itu kepuasan positif maupun kepuasan negatif.

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada suatu Bank Syariah, diantaranya adalah inovasi produk yang dilakukan Bank tersebut. Agar dapat berlomba dengan perbankan konvensional maka perbankan syariah tentu saja memerlukan perkembangan inovasi produk dan pelayanan agar masyarakat tertarik dengan perbankan syariah. Perbankan konvensional sudah lama memerankan perannya sebagai lembaga keuangan yang melayani masyarakat Indonesia sudah sangat lama bila dibandingkan dengan perbankan syariah. Sehingga mau tidak mau perbankan syariah harus lebih aktif lagi di dalam melakukan inovasi produk jika ingin memiliki pangsa pasar yang lebih banyak sekaligus berangsur-angsur mampu memenangi persaingan meskipun jika diprediksi membutuhkan waktu yang sangat lama.

Selain melalui inovasi produk, hal yang harus diperhatikan oleh perbankan syariah yaitu pelayanan. Kepuasan nasabah dapat dicapai melalui kinerja terbaik dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Pemberian pelayanan terbaik terjadi bila perusahaan mampu menjaga atau meningkatkan kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Oleh karena itu, setiap perusahaan atau usaha yang dijalankan harus dapat terus membaca apa yang menjadi kebutuhan nasabah guna mencapai tingkat kepuasan nasabah yang tinggi. Perusahaan harus mampu membuat

nasabah merasa nyaman dan puas melalui pelayanan-pelayanan yang disuguhkan kepada nasabah.

Pelayanan yang baik dapat menimbulkan sisi positif bagi perusahaan. Karena pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang buruk tentu akan dapat berakibat fatal bagi sebuah perusahaan, pada akhirnya perusahaan tidak akan mendapatkan kepercayaan dari para pelanggannya, perlahan-lahan pelanggan akan meninggalkan perusahaan tersebut apabila pelayanan yang diberikan tidak baik.

Berdasarkan uraian tersebut maka setiap Bank harus mampu melakukan inovasi produk yang ditawarkan dan meningkatkan pelayanan yang diberikan bertujuan meningkatkan kepuasan nasabah ditengah persaingan lembaga keuangan yang semakin ketat. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dengan menyebar angket kepada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan yang berjumlah 97 orang ditemukan hasil yaitu secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji t (parsial) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil variabel Inovasi Produk ( $X_1$ ) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ( $0,000 < 0,05$ ) dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,597 > 1,98552$ ) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y.

Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji t (parsial) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil variabel Pelayanan ( $X_2$ ) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ( $0,000 < 0,05$ ) dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,086 > 1,98552$ ) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y.

Secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji t (parsial) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil variabel Pelayanan ( $X_2$ ) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ( $0,000 < 0,05$ ) dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,086 > 1,98552$ ) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y.

Inovasi produk yang dilakukan dan pelayanan yang diberikan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan sebesar 54,2%, sedangkan sisanya sebesar 45,8% ( $100\% - 54,2\%$ ) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti kualitas produk dan jasa, biaya, citra perusahaan dan lain-lain.

Terdapat hubungan yang positif atau sejalan antara variabel bebas Inovasi Produk ( $X_1$ ) dan Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan. Maksudnya apabila semakin baik inovasi produk yang dilakukan dan pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi kepuasan nasabah, begitupun sebaliknya semakin buruk inovasi produk yang dilakukan dan pelayanan yang diberikan maka semakin rendah kepuasan nasabah.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan menggunakan SPSS, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji t (parsial) menggunakan SPSS yang

mendapatkan hasil variabel Inovasi Produk ( $X_1$ ) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ( $0,000 < 0,05$ ) dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,597 > 1,98552$ ) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji t (parsial) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil variabel Pelayanan ( $X_2$ ) secara statistik menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ( $0,000 < 0,05$ ) dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,086 > 1,98552$ ) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk dan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan. Hal ini diperoleh melalui hasil uji hipotesis yaitu uji F (simultan) menggunakan SPSS yang mendapatkan hasil nilai  $F_{hitung}$  diperoleh 57,837 dengan nilai signifikansi 0,000 karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $57,837 > 3,09$ ), maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ade Ayu Oktapiani, A., & Tuti Angraini, T. (2022). *Pengaruh Relationship Marketing, Corporate Image dan Syariah Compliance Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT BSI KCP Gunung Tua*. 8(03), 3423–3433. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6803>
- Djuwita, D., & Yusuf, A. A. (2018). Tingkat Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan UMKM Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 105. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2837>
- Fauzi, A., & Murniawaty, I. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *EEAJ Economic Education Analysis Journal*, 9(2), 473–486. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i2.39541>
- Isabella, I., Sani, A., & Alam, A. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Konsep Ekonomi Islam Pada Pt. Bank Syariah Indonesia. *Jurnal El Rayyan*, 1(2). <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj/article/view/39541>
- Kambali, M. (2020). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syari'ah Mandiri Gresik). *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 8(1), 54–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v8i1.88>
- Mutmainnah, M. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 201–216. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v10i2.2344>
- Nurfadhilah, Muhammad Saleh, A. S. (2023). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. *JEKSya Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 285–297.

<https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya/article/view/164>

- Nurlaili Adkhi Rizfa Faiza. (2022). RELIGIUSITAS, KEPUASAN PELAYANAN, DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH DI KOTA SURABAYA. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 67–76. <http://jes.unisla.ac.id/index.php/jes/article/view/248>
- Puteh, A., Rasyidin, M., & Mawaddah, N. (2018). Islamic banks in indonesia: Analysis of efficiency. *Emerald Reach Proceedings Series*, 1, 331–336. <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-793-1-00062>
- Sovia, C. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada PT Bank SUMUT Syariah KCP Stabat). *JEKSya Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 285–297. <https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya/article/view/248>
- Sunarsih, U., & Wijyantie, M. N. (2021). Penentuan Keputusan Mahasiswa untuk Menabung di Perbankan Syariah. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 91–102. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.477>
- Tuni Sahdina, Yaumul Khair Afif, S. W. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Stabat. *JEKSya Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 615-. <https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya/article/view/295>
- Zulkarnain, R., Taufik, H., & David Ramdansyah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.47080/10.47080/vol1no02/jumanis>