

## **PENGARUH PELAYANAN ISLAMI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS NASABAH BSI DI PONDOK PESANTREN DARUSSALAM BLOKAGUNG KABUPATEN BANYUWANGI**

**Nur Anim Jauhariyah<sup>1</sup>, Eko Budiwono<sup>2</sup>, Ulan Ani Setiawaty<sup>3</sup>**

IAI Darussalam Blokagung Banyuwangi

animjauhariyah@iaida.ac.id<sup>1</sup>, ekobudiwono@iaida.ac.id<sup>2</sup>, ulananis@gmail.com<sup>3</sup>

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pelayanan Islami dan kualitas produk secara parsial dan simultan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research*. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang berupa data hasil dari penyebaran kuesioner pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling* berjumlah 50 santri yang menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa 1) Kualitas pelayanan Islami secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi; 2) Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi; 3) Kualitas layanan syariah dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi.

**Kata Kunci: Pelayanan Islami, Kualitas Produk, Loyalitas, Pondok Pesantren**

### **Abstract**

*This study aims to analyze the effect of Islamic service and product quality partially and simultaneously on customer loyalty of Bank Syariah Indonesia (BSI) at Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi. This type of research uses quantitative research with an explanatory research approach. The data source used is primary data in the form of result data from distributing questionnaires to Bank Syariah Indonesia (BSI) customers at Darussalam Islamic Boarding School Blokagung Banyuwangi. The sampling technique with purposive sampling was 50 students who became customers of Bank Syariah Indonesia (BSI). Data analysis used in this study is multiple linear regression analysis with the help of SPSS software. The results of multiple linear*

*regression analysis show that 1) Islamic service quality partially has a significant effect on customer loyalty of Bank Syariah Indonesia (BSI) at Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi; 2) Product quality partially has a significant effect on customer loyalty of Bank Syariah Indonesia (BSI) at Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi; 3) Sharia service quality and product quality simultaneously have a positive and significant effect on customer loyalty of Bank Syariah Indonesia (BSI) at Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi.*

**Keywords:** *Islamic Services, Product Quality, Loyalty, Islamic Boarding Schools*

## **A. PENDAHULUAN**

Lembaga keuangan pada saat ini tepatnya di Indonesia sangatlah dinamis dari segi penyediaan produk ataupun melayani nasabah. Bank Syariah Indonesia mengajarkan kepada masyarakat dalam menggunakan prinsip syariah, khususnya untuk solusi bagi masyarakat muslim yang ingin terhindar dari praktek riba atau sistem bunga. Bank Syariah Indonesia merupakan lembaga keuangan yang bergerak di bidang lembaga keuangan dan perekonomian menengah kebawah yang ingin bergabung bersama secara suka rela, berdasarkan hak dan kewajibannya, lembaga keuangan syariah ini bisa membantu usaha masyarakat untuk meningkatkan perekonomian di Indonesia (Astuti, 2021:9).

Lembaga keuangan itu dibagi menjadi dua yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan nonbank, sedangkan lembaga keuangan bank dibagi lagi menjadi dua bagian yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional merupakan bank yang menggunakan prinsip bunga (riba). Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan yang mengedepankan nilai-nilai agama dan etika dalam muamalah yang mana bisa saling menguntungkan, dan adil bagi kedua belah pihak tidak memberatkan hanya satu pihak.

Bank syariah tidak hanya fokus pada tujuan komersial, tetapi perannya sebagai penyedia kesejahteraan sangat luas untuk masyarakat. Beberapa bank tradisional di Indonesia seperti: Bank Mandiri, Bank Danamon dan Bank Rakyat Indonesia memperkenalkan sistem ganda bank pada sistem ini digunakan dua sistem sekaligus yakni sistem perbankan konvensional dan sistem syariah. Pada negara yang mayoritas penduduknya non-muslim, salah satunya di Negara Singapura yang sudah banyak didirikan diantaranya Maybank, Bank Islam Malaysia, Bank Muamalat Malaysia Berhad. Namun dengan demikian, perkembangan perbankan syariah tidak dapat dipisahkan dalam dunia perbankan khususnya persaingan antar bank syariah satu dengan bank syariah lain atau bank syariah dengan bank umum. Adapun prinsip-prinsip syariah yang digunakan dalam lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip bagi hasil, seperti dalam semua kegiatan perbankan syariah yang berlandaskan hukum perjanjian Islam seperti, *Al-'adalah* (keadilan), *Al-musawah* (persamaan) dan yang terakhir merupakan *Ash-shidiq* (kejujuran). Prinsip membebaskan seseorang dari masalah riba, karena dalam syariat tidak diperbolehkan menggunakan prinsip riba atau sistem bunga. Sistem riba menjadi salah satu hal yang prakteknya sangat dilarang dan dijanjikan Allah dan rasul-Nya akan berperang jika orang-orang beriman tidak melakukannya peringatan, mintalah lebih banyak menunda pembayaran merupakan riba, meskipun terkadang demikian hal ini dilakukan untuk mendorong orang tersebut

membayar dengan cepat hutang tetapi itu merupakan hal yang buruk di mata Allah karena berikan sedekah untuk meringankan beban debitur itu jauh lebih baik dan dia menyukainya (Agustina, 2021:3).

Penerapan prinsip syariah pada setiap kegiatan perbankan syariah seperti perjanjian atau akad yang dilakukan antara bank syariah dengan nasabahnya, akan sangat membantu proses perkembangan perbankan syariah kedepannya. Dengan menerapkan prinsip Syariah tersebut diharapkan sanggup menyalurkan kepuasan kepada nasabah. Prinsip Syariah yang harus digunakan dalam kegiatan perbankan syariah berlandaskan hukum perjanjian Islam seperti, *Al-'adalah* (keadilan), *al-musawah* (persamaan atau kesederajatan), *Ash-shidiq* (kejujuran) (Agustina, 2021:3).

Menurut Ali (2019:121-122) prinsip-prinsip syariah yang bersifat umum dalam menjalankan *mu'amalah*, usaha ekonomi termasuk perbankan dan lembaga keuangan syariah antara lain: Pembayaran terhadap pinjaman dengan nilai yang berbeda dari nilai pinjaman dengan nilai ditentukan sebelumnya tidak diperbolehkan. Pemberi dana harus turut berbagi keuntungan dan kerugian sebagai akibat hasil usaha institusi yang meminjam dana. Unsur *gharar* (ketidakpastian, spekulasi) tidak diperkenankan. Kedua belah pihak harus mengetahui dengan baik hasil yang akan mereka peroleh dari sebuah transaksi. Investasi hanya boleh diberikan pada usaha-usaha yang tidak diharamkan dalam Islam.

Penerapan prinsip syariah sangatlah penting bagi perbankan syariah yang dimana semua kegiatan jasa maupun produk yang tidak mengandung unsur *riba*, *maisir*, *gharar*, *haram*, dan *zhalim*. Allah berfirman dalam surah Al-Imran (130):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya :” Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung” (Al-Qur'an dan Terjemah, 2019:130).

Ayat diatas menafsirkan yang artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kalian kepada Allah supaya kalian mendapat keberuntungan. Dan peliharalah diri kalian dari api neraka, yang disediakan untuk orang-orang yang kafirman dan taatilah Allah dan Rasul, supaya kalian diberi rahmat. Dan bersegeralah kalian kepada ampunan dari Tuhan kalian dan kepada surga yang luasnya seluas langit dan bumi yang disediakan untuk orang-orang yang bertakwa, (yaitu) orang-orang yang menafkahkan (hartanya), baik di waktu lapang maupun sempit, dan orang-orang yang menahan amarahnya dan memaafkan (kesalahan) orang.

Menurut Kasmir (2020:9) mengatakan bahwa salah satu peran yang di lakukan oleh bank merupakan melakukan pembinaan dan pendanaan usaha kecil. Dalam melaksanakan sistem operasionalnya bank syariah harus bekerja sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN), yaitu dewan yang berwenang mengeluarkan fatwa atas jenis-jenis kegiatan produk dan keuangan syariah, serta mengawasi penerapan fatwa tersebut. Wewenang Perbankan syariah di Indonesia tidak dapat terlepas dari regulasi perbankan Indonesia yang pada umumnya diatur dengan UU No. 21 Tahun 2006 tentang undang-undang perbankan dimana bank syariah merupakan bank yang melakukan kegiatan usaha secara teratur tradisional atau

berdasarkan prinsip syariah pengoperasiannya menggunakan transaksi yang berprinsip bagi hasil. Sejarah perbankan syariah di Indonesia diawali dengan pendiriannya bank Mu'amalat Indonesia pada tahun 1992. Pendirian Bank Mu'amalat akan memainkan peran penting dalam kehidupan perbankan Indonesia. Bank Mu'amalat mampu bertahan dalam situasi ekonomi sangat buruk ketika krisis keuangan menghancurkan bank-bank.

## **B. KAJIAN TEORI**

### **1. Pelayanan Islami**

Layanan Islami adalah layanan yang dilakukan dengan menggunakan prinsip-prinsip Islam menurut hukum Islam dan berdasarkan Al-Qur'an dan Al-Hadits sebagai contoh prinsip-prinsip bisnis yang diberlakukan secara ketat pada masa Nabi Muhammad SAW seperti dengan menggunakan prinsip Shidiq, Amanah, Tabligh, dan Fathonah (Laily, 2020:9).

### **2. Kualitas Produk**

Menurut Kotler (2019) konsep kualitas produk adalah sekumpulan karakteristik produk yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan/tersirat. Penelitian Irawan dan Japariato (2013) menemukan bahwa kualitas produk mempengaruhi kepuasan atau ketidakpuasan nasabah, yang selanjutnya mempengaruhi retensi nasabah (Setiawan, 2020:27).

### **3. Loyalitas Nasabah**

Loyalitas nasabah merupakan perilaku yang terkait dengan merek produk, termasuk kemungkinan kontrak baru di masa depan, seberapa besar kemungkinan nasabah mengubah dukungan mereka terhadap merek, seberapa besar keinginan nasabah untuk memperkuat citra positif dari produk. Jika produk tidak memuaskan nasabah, nasabah merespon dengan gesekan (nasabah mengumumkan bahwa mereka tidak akan lagi membeli merek atau produk) dan suara (nasabah mengungkapkan ketidakpuasannya langsung kepada perusahaan) (Kotler dan Kaller, 2019:177).

## **C. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, pemilihan metode kuantitatif itu dikarenakan dalam penelitian ini data penelitian berupa angka-angka dan analisis datanya menggunakan data statistik (Sugiyono, 2017:7).

Menurut Sekaran dan Bougie (2019:98) terdapat kriteria yang harus dipenuhi untuk menjalin hubungan kausal dalam penelitian adalah sebagai berikut. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian berdasarkan filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dan menggunakan instrumen untuk pengumpulan data penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, tujuannya untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Analisis data bersifat kuantitatif *statistic*, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun tujuan metode penelitian ini yaitu untuk menjelaskan suatu situasi yang hendak diteliti dengan dukungan studi kepustakaan sehingga lebih memperkuat analisis peneliti dalam membuat kesimpulan. Metode penelitian kuantitatif juga sering disebut dengan metode tradisional, metode positif, dan juga metode ilmiah. Sebab, metode tersebut berdasarkan *filosofi positivisme*, telah digunakan sejak lama dan juga sesuai dengan prinsip-prinsip ilmiah kekonkretan, objektivitas, keterukuran, rasionalitas, dan sistematika.

#### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai *error* yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang dimiliki distribusi normal atau mendekati normal. Adapun perhitungan SPSS 21 adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Uji One-Sample Kolmogorov- Smirnow Test**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                           |                | Unstandardized Predicted Value |
|---------------------------|----------------|--------------------------------|
| N                         |                | 30                             |
| Normal                    | Mean           | 30.1000000                     |
| Parameters <sup>a,b</sup> | Std. Deviation | 2.14562722                     |
| Most Extreme              | Absolute       | .216                           |
| Differences               | Positive       | .216                           |
|                           | Negative       | -.172                          |
| Kolmogorov-Smirnov Z      |                | 1.186                          |
| Asymp. Sig. (2-tailed)    |                | .120                           |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dengan kaidah keputusan apabila  $\text{Asymp.Sig.}(2\text{- Tailed}) > \text{Probability}$ , maka normal. Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa nilai signifikansi  $\text{Asymp.Sig.}(2\text{ Tailed})$  sebesar  $0,120 > 0,05$  maka dengan dasar keputusan uji normalitas *Kolmogorov-Semirnow* dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

#### Regresi Linier Berdasarkan dengan SPSS

Uji yang pertama kali dilakukan adalah uji hipotesis pengujian ini diduga terdapat pengaruh secara parsial antara variabel kualitas pelayanan Islami terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia yang berada di Jakarta pusat dan uji kedua diduga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan Islami dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia yang ada di Ponpes Darussalam Blokagung. Tujuan dari adanya untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terkait dengan melihat dari perhitungan nilai uji F dan t pada regresi berganda.

Uji Parsial (Uji t)

**Tabel 2. Hasil Uji Coefficients**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T      | Sig. |
|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| (Constant) | 29.414                      | 6.186      |                           | 4.755  | .000 |
| 1 X1       | .434                        | .152       | .491                      | 2.854  | .008 |
| X2         | .406                        | .182       | .384                      | -2.231 | .034 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil data diolah SPSS 21, 2023

Berdasarkan hasil uji regresi berganda pada Tabel 2 variabel kualitas Islami mempunyai sig  $0,008 < 0,05$  yang artinya signifikan. Dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan Islami terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan variabel kualitas Islami mempunyai sig  $0,034 < 0,05$  yang artinya signifikan. Dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas nasabah.

**Tabel 3. Tabel ANOVA<sup>a</sup>**

| Model      | Sum of Squares | Df | Mean Square | F     | Sig.              |
|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Regression | 185,827        | 2  | 92,913      | 9,105 | ,001 <sup>b</sup> |
| 1 Residual | 275,540        | 27 | 10,205      |       |                   |
| Total      | 461,367        | 29 |             |       |                   |

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Hasil data diolah SPSS 21, 2023

Sedangkan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat dapat diketahui dari besarnya nilai  $R^2$  (koefisien determinasi). Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerapkan variabel dependen atau mengukur seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen (Penerapan Prinsip Syariah, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk) terhadap variabel dependen (Kepuasan Nasabah).

Dari tabel diatas menunjukan hasil uji F diperoleh nilai F hitung diperoleh sebesar 9,105 dan nilai sig. sebesar 0,01 lebih kecil dari taraf signifikansi ( $\alpha = 0,05$ ) atau ( $0,01 < 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan Islami dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia.

#### Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4. Uji Model Summary**  
**Model Summary**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .475 <sup>a</sup> | .225     | .192              | 3.55290                    |

a. Predictors: (Constant), Kualitas produk, Pelayanan islmi

b. Dependen Variabel : Kepuasan Nasabah

Sumber . Data Primer Diolah SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4. maka model summary diperoleh hasil R (Koefisien determinan) sebesar 0,475 dan koefisien determiiasi (R square) sebesar 0,225, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Islami dan Kualitas Produk berpengaruh sebesar 22,5% terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia, sedangkan sisanya 77,5% dipengaruhi oleh variabel yang lain yang tidak diketahui dalam penelitian ini.

## E. KESIMPULAN

Kualitas layanan syariah dan kualitas produk secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia pada santri di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi dengan koefisien determinan sebesar 22,5%.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan terjemah Al-Qudus. (2019). Kudus. Depertemen Agama RI.
- Afifudin. (2021). *Efek Kualitas Produk dan Penerapan Prinsip Syariah terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan*. (Skripsi S-1 Progdil Perbankan). Fakultas Agama Islam Unmu Sumatra utara.
- Agustina. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Sragen)* (Skripsi S-1 Progdil Akuntansi). Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.
- Ajis, Trigunawan. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Ariani. (2020). *Mengenal Beberapa Uji Statistik Dalam Penelitian*. Liberty. Yogyakarta.
- Aryani, Rosinta. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Astuti. (2021). *Efek Kualitas Produk dan Penerapan Prinsip Syariah terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman Medan*. Fakultas Agama Umum Sumatra Utara.
- Aziz, Fathul Aminudin. (2012). *Manajemen dalam Perspektif Islam*. Cilacap: Pustaka El-Bayan BPFE.
- Bank Syariah Indonesia. (2023). *Jumlah Pengguna BSI Mobile*. Info bank news.com diakses dari <http://www.infobanknews.com> (di akses pada hari sabtu tanggal 07 mei 2023).
- Fahrurroji. (2020). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta
- Fahrurroji. (2021). *Manajemen Pemasaran Syariah*. fakultas ekonomi dan bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Habibi Wahdan Najib. 2019. *Pengaruh Kompetensi Karyawan dan Budaya Organisasi terhadap Prestasi Kerja Karyawan PT Industry Telekomunikasi Indonesia (Persero)*. fakultas ekonomi dan bisnis Unpas Bandung.
- Habibulloh; Jauhariyah, Nur Anim. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada BMT Al-Yaman Berasan*. NATUJA : Jurnal Ekonomi Syariah, [S.l.], v. 1, n. 2, p. 075-090, may (2022). ISSN 2829-3576. Available at: <<https://www.ejournal.iaibrahimy.ac.id/index.php/natuja/article/view/1383>>. Date accessed: 20 July 2023.
- Hadi. (2019). *Analisis Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan BMT NU Cabang Tanah Merah Bangkalan melalui Prespektif Hifdzul Mal*. skripsi, fakultas ekonomi dan bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Hidayat. (2010). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Irawan, Japariato. (2013). *Lembaga Keuangan Islam*. Jakarta: Kencana.
- Jauhariyah, N. A., Fitria, K., & Mahmudah, M. (2020). Kontribusi Marketing Syariah dan Citra Lembaga Dalam Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung. *Jurnal Istiqro*, 6(1), 11. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v6i1.554>
- Jauhariyah, N. A. (2022). Analisis Penerapan Pembiayaan Gadai Emas Syariah ( Ges ) Dalam Perspektif Fiqh Muamalah. *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 182–192. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v8i2.1574>
- Kasmir. (2020). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Kamsir. (2020). *Pengantar Pemasaran Islam*, Jawa Timur: Lembaga Penerbitan Universitas Darussalam Gontor.
- Kurniwan, Abidin. (2016). *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Produk Penghimpunan Dana Tabungan Pelajar dan Santri di BPRS Suriyah Kantor cabang Slawi-Tegal*. skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.
- Laily. (2020). Analisis Kepuasan dan Loyalitas Pada Low Contact Service, Vol.12, pp 373-383.
- Nuryadi. (2019). *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Oktaviani. (2019). *Manajemen Pemasaran jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat
- Othman, Owen. (2019). *Manajemen Pemasaran Syariah Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: CV Bildung Nusantara.
- Riyanto Selamet. (2019). *Mengenal Marketing dan Marketers Syariah*, Islamicconomic, Vol 6 no 2.
- Sangadji, Sopiah. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadiah Pasar pada PT. BPRS Safir Kota Bengkulu*. fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Bengkulu.
- Sekaran, Bougie. (2019). *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di BMT NU Jawa Timur cabang Tambelangan Sampan*. skripsi, fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Madura.
- Setiawan. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya*. Journal of business and banking. Vol 2, No 2 hal 171-184.
- Setiawan. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mandiri Cabang Gorontalo*. Inovasi. Volume 7, Nomor 2.
- Siddiq. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank*. Jurnal ekonomi bisnis dan akuntansi ventura. Vol 12, No 2 hal 99-116.60
- Sufiati. (2019). Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Kesetian Merek (Studi Kasus Restoran The Prime Steak & Ribs Surabaya). *Jurnal ekonomi manajemen*. Vol. 7, No. 1 hal 74-82.
- Sugiyono. (2017). *Pengantar Pemasaran Islam*, Jawa Timur: Lembaga Penerbitan Universitas Darussalam Gontor.