

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank CIMB Niaga Cabang Mataram

Baiq Solatiyah

Prodi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama NTB

baiqsolatiyah@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to examine the effect of service quality, namely tangible, empathy, reliability, responsiveness and assurance on customer satisfaction at Bank CIMB Niaga Mataram Branch. The sampling technique used purposive sampling and obtained 50 customers. Data analysis techniques use the classic assumption test and hypothesis testing. The results of the study using the t test show that partially the responsiveness and assurance variables have a significant effect on customer satisfaction. While the variables of tangibles, empathy and reliability partially have no effect on customer satisfaction. The results of testing the hypothesis using the F test show that the variables of tangibles, empathy, reliability, responsiveness, and assurance simultaneously affect customer satisfaction.

Keywords: Bank service quality, Customer satisfaction

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan yaitu *tangible* (ampilan fisik), *empathy* (perhatian), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (tanggapan) dan *assurance* (jaminan) terhadap kepuasan nasabah pada Bank CIMB Niaga Cabang Mataram. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan diperoleh 50 nasabah. Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian menggunakan uji t menunjukkan bahwa secara parsial variabel tanggapan dan jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan variabel tampilan fisik, perhatian dan keandalan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji F menunjukkan bahwa variabel tampilan fisik, perhatian, keandalan, tanggapan, dan jaminan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang sangat spesial, hal ini disebabkan oleh dimensi dan indikatornya yang berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam suatu pelayanan. Kualitas layanan merujuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap konsumen (Azwar, 1996). Kualitas pelayanan yang baik adalah upaya yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan dalam bidang jasa yang erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan.

Menurut Marlius dan Monica (2023) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggannya untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha. Kepuasan dapat diartikan sebagai upaya dalam pemenuhan sesuatu kebutuhan atau membuat sesuatu itu

terpenuhi (Tjiptono, 2005). Peran kualitas pelayanan yang baik merupakan hal yang sangat penting dan sangat berpengaruh. Tanpa adanya pelayanan yang tepat maka produk atau layanan jasa akan kurang diminati oleh konsumen.

Perbankan merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan. Menurut Yuliana, dkk (2019) Dalam mengejar pertumbuhan volume usaha setiap tahunnya secara kontiniu perbankan harus meningkatkan pelayanan kepada semua nasabah maupun calon nasabah dalam meningkatkan kinerja setiap saat. Bank CIMB Niaga merupakan salah satu perbankan yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat yang ada di Kota Mataram. Hal ini tentunya mendorong Bank CIMB Niaga untuk terus meningkatkan kualitas layanan yang diberikan pada nasabahnya. Pelayanan yang diberikan oleh setiap karyawan harus mampu

memberikan kepuasan terhadap jasa pelayanan yang dihasilkan (Nasfi, dkk, 2020).

Bank CIMB Niaga juga ikut bersaing dengan bank swasta lainnya maupun bank pemerintah yang ada di Kota Mataram. Salah satu aspek pemasaran yang berpengaruh dalam menarik dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat adalah layanan yang diberikan kepada para nasabah. Menurut Kotler dan Keller (2012) ada beberapa cara untuk mengukur kepuasan pelanggan atau konsumen. Pertama, sistem keluhan dan saran, yaitu perusahaan membuat sistem kritik dan saran untuk memperbaiki kinerja selama ini untuk memenuhi kepuasan pelanggan, misalnya dengan nomor bebas pulsa untuk pelanggan dan pengguna *website*. Kedua, survei kepuasan konsumen, yakni perusahaan melakukan penelitian tentang kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Ketiga, konsumen sewaan, yaitu perusahaan menyewa orang-orang yang bisa dijadikan pembeli potensial untuk mengukur dan membuat laporan mengenai kelemahan dan kekuatan produk atau jasa perusahaan pesaing. Keempat, pelanggan yang hilang, perusahaan dapat menghubungi kembali konsumen yang sudah menghentikan pemakaian produk atau jasa perusahaan dan telah berpindah ke produk atau jasa perusahaan lainnya untuk mengetahui alasan kenapa beralih dan untuk mengetahui tingkat kehilangan konsumen. Sedangkan, menurut Parasuraman, dkk (1988) untuk mengukur kualitas layanan yang telah diberikan dapat menggunakan beberapa indikator atau dimensi yaitu *tangibles* (tampilan fisik), *empathy* (perhatian), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (tanggapan), dan *assurance* (jaminan).

Menzela dan Craig (1999) menjelaskan bahwa setiap saat personil bank melakukan kontak dengan nasabah, maka saat itu risiko muncul. Pertemuan karyawan bank dengan nasabah dapat menimbulkan berbagai tanggapan dari nasabah. Tanggapan tersebut dapat berupa ketidakpuasan sebagai akibat dari karyawan yang tidak dapat memenuhi

kebutuhan yang diharapkan oleh nasabah. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut tentang kualitas pelayanan yang diberikan Bank CIMB Niaga Cabang Mataram.

METODE

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan jasa perbankan dan melakukan transaksi perbankan di bagian pelayanan Bank CIMB Niaga. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah teknik *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel yaitu nasabah yang sudah pernah menggunakan jasa layanan Bank CIMB Niaga Cabang Mataram untuk melakukan transaksi yang terkait dengan perbankan. Sehingga jumlah sampel yang digunakan sebanyak 50 nasabah. Menurut Sugiyono (2017) ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

Instrumen Penelitian

Kualitas layanan yang akan diukur pada penelitian ini didasarkan pada metode ServQual yang disusun oleh Parasuraman (1988) yang terdiri dari lima dimensi yaitu tampilan fisik, perhatian, keandalan, tanggapan, dan jaminan. Instrumen yang digunakan dalam penilaian kualitas layanan berupa kuesioner dengan skala *likert*.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *r* hitung dan nilai signifikansi. Jika nilai *r* hitung > *r* tabel maka item pertanyaan yang ada pada kuesioner valid atau dapat digunakan.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan guna untuk menguji akurasi, konsistensi, dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran (Hartono, 2016). Dalam penelitian ini metode yang digunakan ialah metode *Cronbach Alpha* dengan derajat kepercayaan 95%. Reliabilitas dinyatakan dengan koefisien *alpha* yang mempunyai rentang 0 sampai 1. Semakin mendekati angka 1 maka semakin tinggi reliabilitasnya. Secara umum, uji

reliabilitas akan terpenuhi ketika nilai dari *Cronbach's alpha* ≥ 0.6 (Hartono, 2011).

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi regresi dimaksudkan untuk menguji apakah data yang terkumpul memenuhi syarat untuk dianalisis dengan teknik analisis yang diterapkan. Penelitian ini menggunakan uji normalitas dan uji multikolinearitas.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan yaitu uji t dan uji F. Uji t digunakan untuk membuktikan apakah ada pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Bila nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel atau nilai signifikan $< 5\%$, artinya ada pengaruh antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Sedangkan uji F digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen yaitu tampilan fisik, keahlian, keandalan, tanggapan dan jaminan secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu jika nilai F hitung $> t$ tabel dan nilai signifikansi $< 5\%$, artinya variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Instrumen

Pertanyaan 1	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,625 0,000	Valid
Pertanyaan 2	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,571 0,000	Valid
Pertanyaan 3	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,611 0,000	Valid
Pertanyaan 4	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,799 0,000	Valid
Pertanyaan 5	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,758 0,000	Valid
Pertanyaan 6	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,655 0,000	Valid
Pertanyaan 7	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,659 0,000	Valid
Pertanyaan 8	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,783 0,000	Valid
Pertanyaan 9	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,783 0,000	Valid

Pertanyaan 10	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,604 0,000	Valid
Pertanyaan 11	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,675 0,000	Valid
Pertanyaan 12	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,673 0,000	Valid
Pertanyaan 13	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,627 0,000	Valid
Pertanyaan 14	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,651 0,000	Valid
Pertanyaan 15	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,786 0,000	Valid
Pertanyaan 16	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,765 0,000	Valid
Pertanyaan 17	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,740 0,000	Valid
Pertanyaan 18	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,648 0,000	Valid
Pertanyaan 19	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,690 0,000	Valid
Pertanyaan 20	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,639 0,000	Valid
Pertanyaan 21	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,676 0,000	Valid
Pertanyaan 22	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,628 0,000	Valid
Pertanyaan 23	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,421 0,000	Valid
Pertanyaan 24	Pearso Correlation Sig. (2-tailed)	0,386 0,000	Valid

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa semua item pertanyaan yang ada pada kuesioner memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel 0,279 dan nilai signifikansi $< 0,05$ maka valid atau dapat digunakan.

Uji Reliabilitas

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Cronbach's Alpha	N of Items
0,756	25

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach Alpha* sebesar 0,756 dan hal ini telah memenuhi syarat minimal instrumen dianggap reliabel karena memiliki koefisien *Cronbach Alpha* $\geq 0,6$.

Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memeriksa data terdistribusi secara normal atau tidak

normal dengan menggunakan uji *kolmogorov sminorv*.

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas Variabel

Kolmogorov-Sminorv Z	0,977
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,295

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,295 lebih besar dari 0,05, yaitu $0,295 > 0,05$, sehingga pengujian selanjutnya dapat dilakukan.

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 4.4
Hasil Uji Mulikolinearitas

Variabel Independen	Tolerance	VIF
<i>Tangibles</i>	0,677	1,477
<i>Emphaty</i>	0,459	2,181
<i>Reliability</i>	0,261	3,829
<i>Responsivenes</i>	0,298	3,359
<i>Assurance</i>	0,505	1,979

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil pada tabel 4.4 dapat dilihat bahwa semua variabel independen memiliki nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$ maka tidak terjadi multikolinearitas. Artinya tidak terdapat hubungan antara sesama variabel independent.

Uji Hipotesis

1) Uji t

Tabel 4.5
Hasil Uji Variabel Secara Parsial

Variabel	t	Sig.
<i>Tangibles</i>	1,295	0,202
<i>Emphaty</i>	0,845	0,403
<i>Reliability</i>	0,050	0,960
<i>Responsiveness</i>	3,004	0,004
<i>Assurance</i>	6,533	0,000

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat pengaruh variabel independen *tangibles*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* secara individu terhadap kepuasan nasabah pada Bank CIMB Niaga Cabang Mataram, dan diperoleh hasil sebagai berikut:

- a) Nilai signifikansi untuk *tangibles* (X_1) sebesar $0,202 > \alpha 0,05$ dan r hitung sebesar $1,295 < r$ tabel sebesar 2,015. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial *tangibles* (tampilan fisik) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Mataram.
- b) Nilai signifikansi untuk *emphaty* (X_2) sebesar $0,403 > \alpha 0,05$ dan r hitung sebesar $0,845 < r$ tabel sebesar 2,015. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial *emphaty* (perhatian) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Mataram.
- c) Nilai signifikansi untuk *reliability* (X_3) sebesar $0,960 > \alpha$ sebesar 0,05 dan r hitung sebesar $0,050 < r$ tabel sebesar 2,015. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial *reliability* (keandalan) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Mataram.
- d) Nilai signifikansi untuk *responsiveness* (X_4) sebesar $0,004 < \alpha 0,05$ dan r hitung sebesar $3,004 > r$ tabel sebesar 2,015. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial *responsiveness* (tanggapan) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Mataram.
- e) Nilai signifikansi untuk *assurance* (X_4) sebesar $0,000 < \alpha$ sebesar 0,05 dan r hitung sebesar $6,533 > r$ tabel sebesar 2,015. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial *assurance* (jaminan) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Mataram.

2) Uji F

Tabel 4.6
Hasil Uji Variabel Secara Simultan

keterangan	Df	F hitung	Sig
Regresion	5	11,630	0,000
Residual	44		

Total	49		
-------	----	--	--

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa Nilai F hitung $>$ F tabel yaitu $11,630 > 2,43$ dan tingkat signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ berarti dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Pembahasan

Pengaruh *Tangibles* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Mataram

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *tangibles* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Mataram. Hal ini ditunjukkan dengan hasil t_{test} yang diperoleh. Sehingga hipotesis 1 (H1) yang menyatakan bahwa *tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah **ditolak**.

Dari hasil penelitian ini maka dapat dikatakan bahwa *tangibles* (tampilan fisik) yang ditonjolkan Bank CIMB Niaga Cabang Mataram tidak menyebabkan kepuasan yang dirasakan nasabah. Artinya nasabah tidak terlalu memperhatikan atribut, penampilan karyawan, dan aplikasi yang disediakan pihak Bank. Dengan demikian bukti fisik tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh *Emphaty* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Mataram

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *emphaty* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Mataram. Hal ini ditunjukkan dengan hasil t_{test} yang diperoleh. Sehingga hipotesis 2 (H2) yang menyatakan bahwa *emphaty* (perhatian) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah **ditolak**.

Perhatian yang diberikan pihak Bank CIMB Niaga Cabang Mataram kepada nasabah belum baik. Sudah seharusnya pihak Bank peka terhadap keinginan dan kebutuhan nasabah, serta mengembangkan kemampuan berkomunikasi antara karyawan Bank dan nasabah agar nasabah merasa nyaman.

Pengaruh *Reliability* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Mataram

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *reliability* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Mataram. Hal ini ditunjukkan dengan hasil t_{test} yang diperoleh. Sehingga hipotesis 3 (H3) yang menyatakan bahwa *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah **ditolak**.

Kendalan yang diberikan pihak Bank CIMB Niaga Cabang Mataram dalam bentuk ketepatan waktu dalam melayani, keandalan karyawan dalam menjelaskan produk dan aplikasi yang digunakan tidak memberikan kepuasan terhadap nasabah.

Pengaruh *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Mataram

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *responsiveness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Mataram. Hal ini ditunjukkan dengan hasil t_{test} yang diperoleh. Sehingga hipotesis 4 (H4) yang menyatakan bahwa *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah **diterima**.

Daya tanggap kepada nasabah merupakan bentuk layanan kepada nasabah seperti menanggapi dan memberikan solusi ketika terjadi permasalahan pada aplikasi. Serta kepedulian karyawan bank kepada nasabah ketika terjadi masalah dalam mengisi polis. Pada penelitian ini daya tanggap terhadap nasabah begitu berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Assurance Terhadap Kepuasan Nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Mataram

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *assurance* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Mataram. Hal ini ditunjukkan dengan hasil t_{test} yang diperoleh. Sehingga hipotesis 5 (H5) yang menyatakan bahwa *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah **diterima**.

Dengan memberikan kenyamanan dalam melayani nasabah dengan begitu nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, karena pelayanan tersebut begitu berpengaruh dengan kepuasan nasabah.

KESIMPULAN

Dari hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Mataram maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Tangibles* (X1) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Mataram
2. *Emphaty* (X2) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Mataram
3. *Reliability* (X3) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Mataram
4. *Responsiveness* (X4) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Mataram
5. *Assurance* (X5) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Mataram
6. *Tangibles*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Cabang Mataram

SARAN

1. Bagi pihak Bank CIMB Niaga Cabang Mataram untuk terus meningkatkan

kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah agar nasabah semakin puas dengan pelayanan yang diberikan.

2. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah sampel agar penelitian lebih menginterpretasikan hasil penelitian yang lebih bagus.

UCAPAN TERIMA KASIH

Syukur Alhamdulillah senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang memiliki keistimewaan dan pemberian segala kenikmatan besar, baik nikmat iman, kesehatan dan kekuatan didalam penyusunan artikel. Salawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Sayyidina Muhammad SAW. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada para responden yang telah bersedia mengisi kuesioner penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Yuliana, Yuliana, Yulfrita Adamy, Fakhurrizi Abbas, and Arie Yulistio, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Banda Aceh Di Kota Banda Aceh', *Ekonis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21 (2019).
- Monica, C., & Marlius, D. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Nagari'. *Jurnal Pundi, Vol. 07, No. 01.* (2023).
- Nasfi., dkk. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Journal of Economic Studies.* Vol. 4, No. 1. (2020)
- Kotler, P. Dan Keller, K.L. (2012). *Marketing Management.* 14th ed. Pearson Education Limited, Edinburgh Gate, Harlow, England.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., and Berry, L. (1988). "SERVQUAL: a multi-item scale for measuring consumer perceptions of SQ". *Journal of Retailing.* Vol. 64.
- Menzela, E. Craig, Jr. J. 1999. "Managing

- Customer Risk.” CPA Journal, June, Vol. 69, No. 6, pp. 56-59.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. 1988. “Servqual: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality.” Journal of Retailing, Vol. 64, 1.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA. Indonesia