



LAPORAN PENELITIAN

JUDUL:

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PEMBIAYAAN HAJI
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK MUAMALAT
INDONESIA KANTOR CABANG KEDIRI

Oleh:

Echa Anjely Priwindhasari
Dr. Sri Aliami, M.M
Hery Purnomo, M.M

(2012010183)
(0716086403)
(0713076803)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
JUNI 2025**

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pembiayaan Haji Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri
2. Ketun
- a. Nama Lengkap : Echa Anjely Priwindhasari
 - b. NPM : 2112010183
 - c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
 - d. Alamat Rumah : Dusun Gadungan Barat, Desa Gadungan, Puncu, Kediri, Jawa Timur
 - e. No Telepon/HP : 085735937131
 - f. Email : echaanjely31@gmail.com
3. Jangka waktu Penelitian : 1 bulan
4. Pembiayaan
- a. Diturunkan ke YPI P-PT PGRI Kediri : -
 - b. Dari sumber lain : Rp 10.000.000
 - Jumlah Seluruhnya : Rp 10.000.000

Mengetahui,
Kaprosdi Manajemen



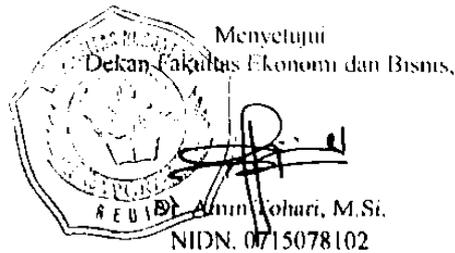
Restu Melina, M.M.
NIDN. 0721058605

Kediri, 22 Juni 2025
Ketua,



Echa Anjely Priwindhasari
NPM. 2112010183

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Amin Cahari, M.Si.
NIDN. 0715078102

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT, karena telah memberikan kesehatan, kekuatan, serta karunia-Nya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “*The Effect of Service Quality and Hajj Financing On Customer Satisfaction at The Bank Muamalat Indonesia Kediri Branch Office Company*” dengan tepat waktu.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini didukung banyak pihak. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.M. Selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Restin Meilina, M.M. Selaku Kaprodi Manajemen.
4. Dr. Sri Aliami, M.M., Selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, arahan dan kesabaran serta masukan dan dorongan selama proses penyusunan laporan penelitian ini.
5. Hery Purnomo, M.M., Selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, arahan dan kesabaran serta masukan dan dorongan selama proses penyusunan laporan penelitian ini.
6. Muhammad Mundzir selaku *Branh Manager* yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian di Bank Muamalat Indonesia KC Kediri.
7. Keluarga terkasih, terutama Ibu yang telah memberi dukungan, doa, motivasi, dan materi. dalam setiap langkah perjalanan penulisan laporan penelitian ini.
8. Sahabat dan teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan yang telah memberikan perhatian, dukungan, dan motivasi dalam menyelesaikan laporan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu, diharapkan kritik dan saran yang membangun sekaligus masukan untuk perbaikan pada tulisan selanjutnya. Demikianlah laporan penelitian ini disusun, semoga karya ini bermanfaat bagi mahasiswa Program Studi Manajemen dan pembaca pada umumnya.

Kediri, 22 Juni 2025



Echa Anjely Priwindhasari

RINGKASAN

Bank Muamalat sebagai salah satu lembaga perbankan syariah terbesar di Indonesia, memiliki berbagai produk dan layanan yang dapat membantu masyarakat dalam merencanakan dan mempersiapkan perjalanan ibadah haji. Untuk itu, kualitas layanan yang ditunjukkan dengan responsivitas, kehandalan, dan keramahan karyawan, memiliki dampak yang signifikan terhadap kepercayaan dan kepuasan nasabah. Apabila nasabah merasa dilayani dengan baik, mereka cenderung akan lebih puas dan loyal terhadap bank. Selain itu, merumuskan pembiayaan haji dengan sebutan lain sebagai penentuan harga secara transparan juga memainkan peranan penting. Nasabah yang memahami dengan baik biaya dan proses yang terkait dengan pembiayaan haji akan merasa nyaman dan percaya pada layanan yang diberikan oleh bank. Kualitas layanan dan produk pembiayaan haji saling melengkapi berkolaborasi secara harmonis untuk menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aspek kualitas layanan dan pembiayaan haji, baik secara individu maupun bersamaan, berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Cabang Kediri. Dalam konteks perbankan syariah, kualitas layanan dan pembiayaan haji menjadi dua faktor penting yang diduga dapat memengaruhi tingkat kepuasan nasabah.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar menggunakan Google Form dengan 24 item pertanyaan setelah memenuhi uji validitas dan realibilitas dan selanjutnya dibagikan kepada 30 nasabah sebagai sampel. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan terlebih dahulu memenuhi kriteria uji asumsi klasik.

Temuan penelitian ini membuktikan bahwa kualitas layanan dan pembiayaan haji memberikan berpengaruh positif, baik secara individu maupun bersama-sama terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Bank Muamalat Indonesia, khususnya di Cabang Kediri. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran apabila perusahaan mampu meningkatkan kepuasan secara keseluruhan. Sebagai konsekuensi lanjutan, Bank Muamalat Indonesia perlu terus mengembangkan mutu layanan serta melakukan perbaikan dan memperjelas informasi terkait produk pembiayaan haji. Strategi ini diharapkan tidak hanya akan meningkatkan kepuasan, tetapi juga memperkuat loyalitas nasabah terhadap bank.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
RINGKASAN	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI	8
A. Kepuasan Nasabah	8
1. Hakikat Kepuasan Nasabah.....	8
2. Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	8
3. Indikator-indikator Kepuasan Pelanggan.....	9
B. Kualitas Layanan	9
1. Hakikat Kualitas Layanan.....	9
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan.....	10
3. Indikator-Indikator Kualitas Layanan.....	10
C. Pembiayaan Haji	11
1. Hakikat Pembiayaan Haji.....	11
2. Pentingnya Pembiayaan Haji.....	11
3. Indikator-Indikator Pembiayaan Haji atau Harga.....	12
BAB III METODE PENELITIAN	13
A. Deskripsi Metode Penelitian	13
B. Rincian Proses Pengumpulan Data	13
C. Sasaran Penelitian	13
D. Instrumen Penelitian	14
E. Prosedur Analisis Data	14
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN KESIMPULAN	16
A. Hasil Penelitian	16
1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	16
2. Koefisien Determinasi (Adjusted R2).....	17
3. Hasil Uji Hipotesis.....	17
B. Pembahasan	18
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	20
A. Kesimpulan	20
B. Saran	20
DAFTAR PUSTAKA	21

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Hasil Regresi Linear Berganda	13
Tabel 2: Hasil Analisis Koefisien Determinasi X1.....	13
Tabel 3: Hasil Analisis Koefisien Determinasi X2.....	13
Tabel 4: Hasil Uji t.....	13
Tabel 5: Hasil Uji F	13

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Ijin Penelitian	23
Lampiran 2: Surat Balasan.....	24
Lampiran 3: Instrumen Penelitian	25
Lampiran 4: Tabulasi Angket.....	28
Lampiran 5: Dokumentasi	29
Lampiran 6: Artikel yang Dipublikasikan	30

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia berlangsung dengan cepat, didorong oleh meningkatnya pemahaman masyarakat terhadap konsep keuangan yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi pelopor dalam industri keuangan syariah. Dalam konteks ini, memberikan layanan yang memuaskan merupakan faktor kunci bagi bank dalam menarik dan mempertahankan nasabah. Bagi umat Islam, salah satu aspek yang paling vital adalah kemampuan menunaikan haji, yang merupakan rukun kelima Islam.

Setiap muslim yang memiliki kemampuan fisik dan keuangan diwajibkan untuk menunaikan ibadah haji, yang merupakan perjalanan spiritual. Namun, banyak calon jemaah haji di Indonesia menghadapi tantangan signifikan dalam melaksanakan ibadah ini, terutama terkait akses terhadap pembiayaan. Dengan meningkatnya permintaan, banyak bank yang menawarkan paket pembiayaan haji, namun kualitas layanan dan transparansi informasi sering kali menjadi perhatian. Oleh karena itu, penting untuk memahami bahwa kualitas layanan dan kalkulasi pembiayaan haji saling berinteraksi dan secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan. Mengingat lamanya daftar tunggu, jemaah haji diwajibkan untuk memenuhi istitaah, yang berarti kemampuan, baik dalam hal pelaksanaan ibadah haji (fisik) maupun dalam hal pembiayaan (material). Hal ini berarti ketika melaksanakan ibadah haji, jemaah tidak membebani keluarga atau pihak lainnya (Amrullah et al., 2022).

Sebagai lembaga keuangan, bank perlu menyampaikan atau mempromosikan produk-produk yang dimiliki kepada masyarakat. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan memiliki minat membeli manfaat

atas produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya (Buteikienè, 2008).

Selain itu, Bank Muamalat juga menyediakan layanan transaksi perbankan yang memudahkan nasabah dalam menjalankan kegiatan keuangan sehari-hari, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan layanan e-banking. Dengan berbagai produk dan layanan ini, Bank Muamalat Indonesia bertujuan untuk menyediakan solusi keuangan yang tidak hanya membawa keuntungan, tetapi juga sejalan dengan prinsip-prinsip keagamaan, sehingga nasabah dapat merasakan kenyamanan dan keamanan dalam bertransaksi.

Kualitas layanan dan pembiayaan haji merupakan dua aspek penting yang mempengaruhi kepuasan nasabah di sektor perbankan syariah. Kualitas layanan yang diberikan oleh bank sangat memengaruhi kepuasan nasabah. Layanan yang berkualitas tinggi, yang mencakup kemudahan dalam proses administrasi, transparansi biaya, serta pelayanan yang ramah dan profesional. Perbandingan antara tingkat layanan perusahaan dan harapan konsumen tercermin dalam kualitas layanan (Tjiptono dan Chandra, 2012).

Tingkat kepuasan nasabah sangat ditentukan oleh seberapa baik layanan yang disediakan oleh perusahaan. Secara umum, kualitas pelayanan berkaitan dengan sejauh mana layanan tersebut mampu memenuhi tujuan, keinginan, atau harapan pelanggan, yang pada akhirnya akan menentukan apakah pelanggan merasakan kepuasan yang bersifat positif atau negatif. (Siregar, 2019).

Setiap bank, termasuk PT Bank Muamalat Indonesia, senantiasa berusaha untuk membuat keputusan yang dapat mempengaruhi citra, kepuasan, dan loyalitas nasabahnya. Dalam industri perbankan yang sangat kompetitif, membangun hubungan yang kuat dengan nasabah menjadi hal yang sangat penting. Bank Muamalat Indonesia, sebagai bank syariah, menyadari bahwa untuk menarik dan mempertahankan nasabah, mereka harus terus meningkatkan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan. Keputusan pembelian, baik itu dalam bentuk penggunaan produk perbankan seperti tabungan, pembiayaan, atau layanan lainnya, sering kali dipengaruhi oleh

bagaimana nasabah menilai citra bank tersebut. Citra bank yang positif, yang didasarkan pada kredibilitas, transparansi, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah, berperan besar dalam membangun kepercayaan nasabah. Kepercayaan ini kemudian memengaruhi tingkat kepuasan nasabah terhadap produk dan layanan yang diterima.

Selain itu, kepuasan nasabah menjadi faktor penting dalam menciptakan loyalitas. Apabila pelanggan merasa puas terhadap kualitas produk dan layanan yang disediakan oleh Bank Muamalat Indonesia, mereka cenderung untuk terus menggunakan layanan tersebut dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Loyalitas nasabah, yang terbentuk dari kepuasan dan pengalaman positif, akan memberikan keuntungan jangka panjang bagi bank, baik dalam bentuk peningkatan transaksi maupun stabilitas nasabah yang lebih tinggi, dan apabila kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Perbankan Syariah (Pipit Mulyah, 2020).

Kualitas layanan dalam perbankan syariah mencakup berbagai dimensi, termasuk kehandalan, responsif, empati, jaminan, dan bukti fisik. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa layanan yang berkualitas mampu meningkatkan kepuasan nasabah, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas mereka terhadap bank. Dalam konteks Bank Muamalat, yang dikenal sebagai salah satu bank syariah terdepan di Indonesia, penting untuk menilai sejauh mana mutu layanan yang disediakan oleh bank tersebut.

Namun, meskipun banyak bank berusaha untuk meningkatkan standar layanan, masih terdapat celah yang perlu diperbaiki. Misalnya, ada proyek panjang yang sering kali membingungkan nasabah dan proses administrasi yang tidak selalu jelas atau mudah dianalisis. Jika kualitas layanan tidak memenuhi atau melebihi harapan nasabah, dapat terjadi ketidakpuasan yang signifikan yang berpotensi menyebabkan kehilangan nasabah ke lembaga keuangan lain.

Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung, sekaligus berdampak tidak langsung memengaruhinya melalui tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan (Aryani & Rosinta, 2010). Menurut

(Zakiy & Azzahroh, 2017) Kualitas layanan dapat diukur dengan lima dimensi (SERVQUAL) yaitu, *Reliability* (kehandalan), *Assurance* (jaminan), *Tangibles* (bukti langsung), *Empathy* (empati) dan *Responsiveness* (daya tanggap).

Ketika layanan yang diberikan mampu memenuhi ekspektasi pelanggan, maka layanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan. Jika layanan yang diterima melampaui harapan, maka akan dinilai sebagai pelayanan yang sangat baik atau ideal. Namun, bila pelayanan yang diterima berada di bawah ekspektasi, maka akan dianggap kurang memuaskan atau buruk (Jasmine, 2014).

Layanan yang unggul tidak hanya berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan nasabah, tetapi juga memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas mereka terhadap bank. Di samping itu, mutu pelayanan dapat memengaruhi loyalitas pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung (Aryani & Rosinta, 2010). Hal ini juga dibuktikan oleh Nasfi (2020), apabila kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Perbankan Syariah (Pipit Mulyah, 2020).

Selain kualitas layanan, ternyata total pembiayaan haji yang harus dibayarkan nasabah atau dengan sebutan lain sebagai penentuan harga juga dapat membentuk nilai kepuasan dari nasabah. Harga merupakan nilai uang yang ditetapkan oleh perusahaan sebagai bentuk imbalan atas barang atau jasa yang ditawarkan, serta sebagai salah satu alat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Penentuan harga pada pembiayaan haji merupakan salah satu komponen utama dalam lembaga keuangan Syariah. Harga dapat sebagai faktor penentu nasabah dalam pengambilan keputusan untuk memakai produk tersebut. Apabila dalam memutuskan besaran harga pada pembiayaan tidak tepat dapat mengakibatkan kerugian pada masa kegiatan secara operasional. Untuk perbankan syariah menerapkan sistem bagi hasil dengan menjadikan suku bunga sebagai tolok ukur sedangkan pada bank konvensional yang dikategorikan harga meliputi berbagai biaya termasuk biaya iuran dan administrasi. Kondisi ini juga menjadi dasar persaingan dengan bank konvensional untuk mendapatkan nasabah yang bersifat *floating customer*.

Pembiayaan haji adalah salah satu produk unggulan yang ditawarkan oleh bank syariah. Hal ini karena ibadah haji tidak hanya melibatkan aspek spiritual, tetapi juga *financial*. Bank harus memastikan bahwa mereka tidak hanya menyediakan pembiayaan yang sesuai, tetapi juga menjelaskan dengan jelas segala biaya yang terlibat, proses administrasi, dan ketentuan yang menjadi bagian dari produk tersebut. Sayangnya, meskipun banyak tawaran menarik dari berbagai bank, pemahaman yang tidak memadai mengenai pembiayaan haji sering kali menjadi kekhawatiran di kalangan calon jemaah.

Terdapat beberapa indikator harga dalam konteks penelitian ini adalah pembiayaan haji. Harga adalah sejumlah biaya yang dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau layanan, atau nilai yang ditukar guna mendapatkan manfaat dari kepemilikan maupun penggunaan barang atau jasa tersebut (Hayatul Millah, 2021). Kemudahan akses dan transparansi dalam pembiayaan haji sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah (Ali, 2018).

Kualitas layanan dan pembiayaan haji merupakan dua aspek penting yang mempengaruhi kepuasan nasabah di sektor perbankan syariah. Kualitas layanan yang diberikan oleh bank sangat memengaruhi kepuasan nasabah. Layanan yang berkualitas tinggi, yang mencakup kemudahan dalam proses administrasi, transparansi biaya, serta pelayanan yang ramah dan profesional, akan meningkatkan tingkat kepuasan nasabah. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan tidak memenuhi ekspektasi nasabah, hal ini dapat mengurangi kepercayaan nasabah terhadap lembaga tersebut.

Tingkat kepuasan nasabah dapat dipengaruhi oleh bagaimana pihak bank mengelola kedua aspek tersebut. Apabila layanan yang disediakan memenuhi standar dan pembiayaan haji diatur secara optimal, nasabah akan merasa puas dan lebih mungkin untuk menyarankan bank tersebut kepada orang lain. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan dan pembiayaan haji terhadap kepuasan nasabah di bank ini.

Kesalahan pemahaman sebagai akibat dari kurangnya informasi yang jelas dapat memperburuk ketidakpuasan nasabah. Dalam beberapa kasus, lembaga keuangan tidak menyediakan secara transparan informasi mengenai biaya tambahan yang mungkin timbul. Hal ini dapat membuat nasabah merasa tidak puas dan tidak berani merekomendasikan bank tersebut kepada orang lain. Oleh karena itu, pembiayaan haji dalam konteks bank muamalat harus mencakup elemen-elemen yang dapat berkontribusi terhadap pengalaman positif bagi calon jemaah.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat beberapa masalah yang dapat di digunakan sebagai gambaran permasalahan awal dalam penelitian ini yakni: (1) Nilai kepuasan bagi nasabah terbentuk dari berbagai faktor dan pada umumnya nasabah sangat sensitif terhadap mutu layanan dan transparansi penentuan harga yang dalam konteks ini berupa rincian pembiayaan haji. (2) Kualitas layanan perlu dioptimalkan, mengingat banyak pelanggan yang menilai bahwa layanan yang disediakan masih pernah adanya keterlambatan dalam memberikan respons dalam menjawab pertanyaan dan kurang kejelasan dalam penyampaian informasi. (3) masih perlu meningkatkan transparansi dalam butir-butir pembiayaan haji, terutama mengenai biaya, proses, dan persyaratan pembiayaan haji terkadang tidak disampaikan dengan jelas, sehingga menimbulkan kebingungan di kalangan calon nasabah. Dengan demikian, dalam penelitian ini difokuskan pada analisis aspek-aspek yang menentukan kepuasan pelanggan berdasarkan mutu layanan dan penentuan harga berupa seluruh rincian pembiayaan haji pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. Sedangkan untuk pelanggan dipilih yakni nasabah yang aktif bertransaksi.

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan nasabah PT Bank Muamalat Indonesia KC Kediri.

2. Pengaruh pembiayaan haji terhadap tingkat kepuasan nasabah PT Bank Muamalat Indonesia KC Kediri.
3. Pengaruh kualitas layanan dan pembiayaan haji terhadap tingkat kepuasan nasabah PT Bank Muamalat Indonesia KC Kediri.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, E. Al. (2018). Kualitas dan Kepuasan Nasabah. *KB Scorita*.
- Amrullah, N. K., Misbach, I., & Kasman, S. U. F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Calon Jemaah Haji Di Bank Syariah Indonesia KC Veteran Makassar. *Jurnal Washiyah*, 3(1), 1–12.
- Apriliana, A., & Sukaris, S. (2022). Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara. *Jurnal Maneksi*, 11(2), 498–504. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1246>
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17(2), 114–126. <https://doi.org/10.20476/jbb.v17i2.632>
- Atmaja, J. (2018). “Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap. Loyalitas Pada Bank BJB.” *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2. <https://doi.org/Jakarta>
- Batubara, Z. (2015). Penetapan Harga Jual Beli dalam Akad Murabahah pada Bank Syariah. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 4(2), 163–176. <https://ejournal.stiesyariahengkalis.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/71>
- Buteikiené, A. (2008). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Haji Pada Pt. Bni Syariah Tbk Cabang Jakarta Timur., 61–64.
- Dr. Arif Rachman, Dr. E. Yochanan, D. I. A. I. S. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Fajar Ari Rohan. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Negara Indonesia Tbk Kantor Kas Binuang Fajar*. 6.
- Febri, E., & Askriyandoko, T. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Jasa CV Vatfrilla Sukses Jaya Blitar. *Penelitian Manajemen Terapan*, 4(1), 93–102.
- Hamzah, Z., & Purwati, A. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 3(1), 98–105.

<https://doi.org/10.31539/costing.v3i1.846>

- Hayatul Millah, A. A. (2021). Analisis Penetapan Harga Jual Pada Pembiayaan Murabahah Berdasarkan Perspektif Islam Di Bmt Ugt Sidogiri Capem Pajarakan (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Lumajang). 2(1), 68–78.
- Indrasari, M. (2022). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. 92.
- JASMINE, K. (2014). Bab II Kajian Pustaka. Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu, 8–34.
- Keller, K. (2018). *Kepuasan Pelanggan*. 140.
- Nur, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Aceh Syariah Kcp Lampahan). In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).
- Nusantara, U., Kediri, P., Kh, J., Dahlan, A., Kediri, K., & Timur, J. (2024). Analisis kepuasan konsumen dari persepsi harga, kualitas produk dan pelayanan penjualan terhadap rumah bibit buah sigit nganjuk 1),2). 76, 1135–1144.
- Pipit Muliyah. (2020). Pengaruh Layanan Dan Produk Tabungan Haji Terhadap Profitabilitas Bank Syariah. *Journal GEEJ*, 7(2).
<https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/6849/>
- Sari, N. K., Aliami, S., & Leksono, P. Y. (2023). Analisis Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pada Kafe Griyo Nganjuk. *Seminar Nasional ...*, 893–901.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/3738%0Ah>
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/download/3738/2937>
- Shela Rahayu, J., & Aliami, S. (2024). Kepuasan Konsumen Pada Gerai Mixue Dipengaruhi Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 3, 1115–1123.
- Sholikah, Ainul; Fauji, Diah Ayu Septi; Purnomo, H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusat Oleh-Oleh GTT Kediri. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 203–212.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/4637>
- Siregar, R. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pembiayaan Muḍārabah

- Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Tjiptono dan Chandra, 2012. (1967). Kualitas layanan, keinginan pelanggan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 14–35. [https://repository.uin-suska.ac.id/19914/7/7.BAB II %281%29.pdf](https://repository.uin-suska.ac.id/19914/7/7.BAB%20II%20%281%29.pdf)
- Tjiptono, F. (2017). (2017). Strategi Pemasaran, Edisi 4. *Andi Website*, 45. <https://kemenperin.go>.
- Zakiy, M., & Azzahroh, E. P. (2017). Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 26–38.