

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
SERTA KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Kasus BSI Cabang Muara Bulian )**

**Berliana Putri<sup>1</sup>, Rabiatal Hudawiyah<sup>2</sup>, M. Yunus<sup>3</sup>**  
Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi  
Email: [berlianaputri737@gmail.com](mailto:berlianaputri737@gmail.com)<sup>1</sup>

**Abstrak** – Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang telah diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia Cabang Muara Bulian terhadap loyalitas dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening, diukur dengan menggunakan IBSQ (Islamic Bank Service Quality). Metode penelitian melalui penyebaran kuisioner dengan populasi seluruh nasabah funding Bank Syariah Indonesia dan teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling berjumlah 100 responden, dengan analisis jalur (path analysis). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas, kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening.

**Kata Kunci** : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas.

**Abstract** – This study aims to determine the effect of service quality that has been implemented by Bank Syariah Indonesia Muara Bulian Branch on loyalty with customer satisfaction as an intervening variable, measured using IBSQ (Islamic Bank Service Quality). The research method is through distributing questionnaires to the population of all funding customers of Bank Syariah Indonesia and the sampling technique uses random sampling totaling 100 respondents, with path analysis. The results of the study indicate that service quality affects customer satisfaction, service quality and satisfaction affect loyalty, service quality affects loyalty, customer satisfaction affects loyalty and service quality affects loyalty with customer satisfaction as an intervening variable.

**Keywords:** Service Quality, Customer Satisfaction, Loyalty.

## PENDAHULUAN

Bank Syariah merupakan salah satu bentuk dari perbankan nasional yang mendasarkan operasionalnya pada syariat (hukum Islam). Menurut Schaikal (2001) Bank Islam adalah suatu bentuk dari bank modern yang didasarkan pada hukum Islam yang sah, dikembangkan pada abad pertama Islam, menggunakan konsep berbagai resiko sebagai metode utama, dan ditentukan sebelumnya, UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah.

Terjadinya krisis moneter pada tahun 1998, telah membangkitkan kesadaran pemerintah akan perlunya kekuatan sektor usaha mikro, kecil, menengah, koperasi serta prospek potensi dimasa depan. Usaha-usaha tersebut diyakini mampu menggerakkan ekonomi masyarakat Indonesia. Usaha-usaha tersebut dapat dibantu dunia perbankan. Di Kecamatan Muara Tembesi yang terdiri dari beberapa desa, belum tersedia bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan bank syariah saat ini masih kurang menggembirakan, baik jaringan maupun volume usaha, dibandingkan bank konvensional. Dibuktikan dengan pra penelitian yang dilakukan peneliti pada kelurahan Kampung Baru yang merupakan salah satu kelurahan yang ada di kecamatan Muara Tembesi yang memiliki mayoritas penduduk yang beragama Islam dengan kepadatan mencapai ±8935 dengan berbagai profesi pekerjaan yang mereka geluti. Hal tersebut menegaskan bahwa sebagian kecil masyarakat Kampung Baru ada yang menggunakan Bank Syariah dan ada yang menggunakan Bank Konvensional karena tuntutan pekerjaan seperti PNS, guru, pensiunan, dan pengusaha, ada juga yang menggunakan Bank Syariah beralasan karena kebutuhan dan promosi dari bank tersebut.

Namun sebagian masyarakat masih menggunakan bank konvensional baik dalam berinvestasi berupa deposito, atau giro, pinjaman dana berupa modal usaha bahkan jualbeli. Masyarakat menyimpan dana dalam bentuk tabungan serta melakukan bentuk transaksi keuangan dengan menggunakan jasa bank seperti melakukan transfer via kliring bahkan yang umum digunakan yaitu melalui automated teller machine (ATM). Hal ini terjadi karena sebagian besar masyarakat menganggap bahwa transaksi di bank syariah maupun bank konvensional sama saja

Perilaku masyarakat dalam memilih bank bertentangan dengan latar belakang agama yang dianut oleh masyarakat yang pada umumnya beragama Islam yang mana hukum bank syariah sebagai tempat penyimpanan uang dan investasi dinilai lebih baik karena halal jika dibandingkan dengan bank konvensional. Tetapi tidak menutup kemungkinan adanya dinamika pemikiran dan pemahaman masyarakat dalam merespon bank syariah pada masyarakat Kampung Baru Kecamatan Muara Tembesi. Sebagian dari mereka masih ada yang beranggapan bahwa bagi hasil dan bunga itu sama, padahal kenyataannya produk bank syariah dan bank konvensional tidak dapat disamakan. Masyarakat banyak menanggapi dari satu sisi saja, sehingga tidak heran mereka kurang berminat menjadi nasabah dan mendapatkan pembiayaan dari bank syariah Produk sangat berpengaruh dengan lingkungan ekonomi, sosial, budaya, serta politik dan hukum. Banyak masyarakat menggunakan jasa bank dengan cara melihat produk dan pelayanan yang ditawarkan oleh bank tersebut, maka persaingan semakin meningkat didunia perbankan, bank syariah menawarkan produk dan pelayanan yang berdasarkan kepada syariah menawarkan produk dan pelayanan yang mudah untuk masyarakat dalam bertransaksi. Pada dasarnya produk bank syariah dibagi tiga yaitu: penyaluran dana (financing), produk penghimpun dana (funding), produk jasa (service).

Pelayanan merupakan kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan pelanggan atau nasabah. Pelayanan pelanggan Customer Service (CS) adalah setiap kegiatan yang di peruntukkan atau ditunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Ada dua faktor yang mempengaruhi pelayanan yaitu pelayanan yang di rasakan, merupakan pertimbangan global yang berhubungan dengan superioritas pelayanan dan pelayanan yang

di harapkan merupakan penilaian terhadap keseluruhan keunggulan produk.

Kualitas pelayanan merupakan evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan. Menurut Kotler (2005), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. PT Bank Syariah Indonesia kantor cabang Muara Bulian memiliki komitmen untuk memuaskan nasabah saat ini dengan meningkatkan perbaikan akan setiap produk dan layanannya. Tingkat kepercayaan dan keamanan, kemudahan penggunaan menjadi poin pertimbangan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan.

## METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, Kuantitatif itu sendiri yaitu suatu proses penelitian yang menggunakan metode penelitian berupa rumus-rumus statistik dalam menggunakan angka, dari tahap pengumpulan data, analisis data dan pengelolaan data dalam mengidentifikasi dan mengolah variabel yang muncul dari problema yang akan dijawab hingga memperoleh hasil (Arikunto, 2006). Menurut Sugiyono, penelitian kuantitatif diartikan sebagai suatu metode penelitian dengan berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel (Sugiyono, 2012: 7).

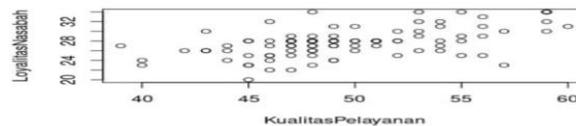
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Y = Loyalitas Nasabah

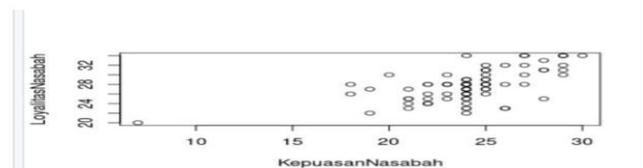
X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Kepuasan Nasabah

Scatter Plot antara Loyalitas Nasabah dan Kualitas Pelayanan



Scatter Plot antara Loyalitas Nasabah dan Kepuasan Nasabah



### Korelasi

Korelasi (hubungan) antara Peubah Penjelas dan Peubah Responden

```

Pearson's product-moment correlation
data: KualitasPelayanan and LoyalitasNasabah

t = 0.4125, df = 98, p-value = 0.6809
alternative hypothesis: true correlation is not equal to 0
95 percent confidence interval:
-0.1560612 0.2361204
sample estimates:
cor
0.04163312
    
```

#### a. Uji Korelasi Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Layanan

- 1)  $H_0: \rho = 0$  Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara peubah Kualitas Pelyanan dan Loyalitas Nasabah
- 2)  $H_1: \rho \neq 0$  Terdapat hubungan yang signifikan antara peubah Kualitas Pelyanan dan Loyalitas Nasabah
- 3)  $\alpha = 5\% = 0,05$

- 4) Statistik uji Uji Korelasi Pearson
- 5) Kriteria pengujian Jika nilai  $P < \alpha$  maka tolak  $H_0$  Jika nilai  $P > \alpha$  maka terima  $H_0$
- 6) Kesimpulan Berdasarkan Tabel 1, diperoleh sebagai berikut: nilai  $P < 0,05$  maka tolak  $H_0$  Sudah cukup bukti untuk mengatakan bahwa terdapat hubungan positif sangat lemah (0,041) antara peubah Kualitas Pelayanan Nasabah dan Loyalitas Nasabah.  
Korelasi (hubungan) antara Peubah Penjelasa dan Peubah Respons

```

Pearson's product-moment correlation
data: KepuasanNasabah and LoyalitasNasabah
t = 1.7359, df = 98, p-value = 0.08573
alternative hypothesis: true correlation is not equal to 0
95 percent confidence interval:
 -0.02453606  0.35702088
sample estimates:
      cor
0.1727144
>

```

### b. Uji Korelasi Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

1.  $H_0: \rho = 0$  Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara peubah Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah  
 $H_1: \rho \neq 0$  Terdapat hubungan yang signifikan antara peubah nifikan antara peubah Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah
2. Statistik uji  
Uji Korelasi Pearson
3. Kriteria pengujian,  
Jika nilai  $P < \alpha$  maka tolak  $H_0$   
Jika nilai  $P > \alpha$  maka terima  $H_0$
4. Kesimpulan Berdasarkan Tabel 1, diperoleh sebagai berikut: Nilai  $P <$  yaitu 0,172 < 0,05 maka tolak  $H_0$  Sudah cukup bukti untuk mengatakan bahwa terdapat hubungan positif lemah (0,172) antara peubah Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

Model Analisis Regresi Berganda

Model regresi  $Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$ , dengan:

- $Y$  = Loyalitas Nasabah
- $X_1$  = Peubah Kualitas Layanan
- $X_2$  = Peubah Kepuasan Nasabah
- $b_0$  = Konstanta atau intercept
- $b_1$  = Koefisien Regresi atau Slope  $X_1$
- $b_2$  = Koefisien Regresi atau Slope  $X_2$

```

Call:
lm(formula = LoyalitasNasabah ~ KualitasPelayanan + KepuasanNasabah)

Residuals:
    Min       1Q   Median       3Q      Max
-6.9251 -1.2706 -0.0143  1.0830 11.9026

Coefficients:
            Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept)   9.46089    2.85126   3.318 0.001277 **
KualitasPelayanan  0.18473    0.06746   2.738 0.007349 **
KepuasanNasabah  0.38210    0.10794   3.540 0.000617 ***
---
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 2.557 on 97 degrees of freedom
Multiple R-squared:  0.3213,    Adjusted R-squared:  0.3073
F-statistic: 22.96 on 2 and 97 DF,  p-value: 6.865e-09

```

Berdasarkan Tabel 3, maka diperoleh model berikut:

$$Y = 9.460 + 0,184 X_1 + 0,382 X_2$$

$b_0 = 9.460$ , Artinya apabila variabel independent ( $X$ ) yaitu Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah dalam 0 maka Loyalitas Nasabah sebesar 9462.

$b_1 = 0,184$ , Artinya apabila variabel Kualitas Layanan naik 1 satuan maka Loyalitas Nasabah meningkat 0,184.

$b_2 = 0,382$ , Artinya apabila variabel Kepuasan Nasabah naik 1 satuan maka Loyalitas Nasabah meningkat 0,382.

### a. Uji F

Uji simultan atau uji F digunakan untuk pengujian terhadap pengaruh semua peubah penjelas didalam model. Uji statistik f pada dasarnya menunjukkan apakah terdapat peubah penjelas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap peubah terikat.

- 1)  $H_0$ =Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara peubah penjelas terhadap peubah respons.  $H_1$ =Minimal terdapat satu peubah penjelas yang berpengaruh secara signifikan terhadap peubah respons.
- 2)  $\alpha=5\%=0,05$
- 3) Statistik uji Uji F
- 4) Kriteria pengujian Jika nilai  $P < \alpha$  maka tolak  $H_0$  Jika nilai  $P > \alpha$  maka terima  $H_0$
- 5) Kesimpulan: Nilai  $P < \alpha$  yaitu  $0,0006 > 0,05$  maka tolak  $H_0$  Sudah cukup bukti untuk mengatakan bahwa minimal terdapat satu peubah penjelas yang berpengaruh secara signifikan terhadap peubah respons.

### b. Uji t

Uji koefisien regresi (t statistik) digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari peubah penjelas terhadap peubah respons. Untuk taraf signifikan yang digunakan adalah sebesar 5 %.

#### • Uji $t_{b_0}$

- 1)  $H_0$ =Intersep ( $b_0$ ) tidak layak untuk masuk kedalam model regresi.  $H_1$  = Intersep ( $b_0$ ) layak untuk masuk ke dalam model regresi
- 2)  $\alpha=5\%=0,05$
- 3) Statistik Uji t  $b_0$
- 4) Kriteria pengujian Jika nilai  $P < \alpha$  maka tolak  $H_0$  Jika nilai  $P > \alpha$  maka terima  $H_0$
- 5) Kesimpulan Berdasarkan, diperoleh sebagai berikut: Nilai  $P < \alpha$  yaitu  $0,000 < 0,05$  maka ditolak  $H_0$  Sudah cukup bukti untuk mengatakan bahwa intensip ( $b_0$ ) layak untuk masuk kedalam model regresi.

#### • Uji t $b_1$ (Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah)

- 1)  $H_0$  = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Loyalits Nasabah.  $H_1$  =Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Loyalits Nasabah.
- 2)  $\alpha=5\%=0,05$
- 3) Statistik uji Uji t  $b_1$
- 4) Kriteria pengujian Jika nilai  $P < \alpha$  maka tolak  $H_0$  Jika nilai  $P > \alpha$  maka terima  $H_0$
- 5) Kesimpulan Berdasarkan, diperoleh sebagai berikut: Nilai  $P < \alpha$  yaitu  $0,007 > 0,05$  maka tolak  $H_0$  Sudah cukup bukti untuk mengatakan bahwa intensip ( $b_1$ ) layak untuk masuk kedalam model regresi.

#### • Uji t $b_2$ (Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah)

- 1)  $H_0$  = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah.  $H_1$  =Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah.
- 2)  $\alpha=5\%=0,05$
- 3) Statistik uji Uji t  $b_2$
- 4) Kriteria pengujian Jika nilai  $P < \alpha$  maka tolak  $H_0$  Jika nilai  $P > \alpha$  maka terima  $H_0$
- 5) Kesimpulan Berdasarkan, diperoleh sebagai berikut: Nilai  $P < \alpha$  yaitu  $0,0006 < 0,05$  maka ditolak  $H_0$  Sudah cukup bukti untuk mengatakan bahwa intensip ( $b_2$ ) layak untuk masuk kedalam model regresi.

### c. Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan peubah terikat. Untuk menentukan nilai determinasi dilakukan dengan melihat

nilai Adjusted R Square.

Berikut hasil koefisien determinasi: Berdasarkan Tabel 3, diperoleh sebagai berikut:

$R = 0,3073 \times 100\% = 31,00\%$

Sisa =  $100\% - 31,00\% = 69,00\%$

Sehingga sebesar 31.00% keragaman dari peubah pertumbuhan ekonomi yang dapat dijelaskan oleh peubah ekspor. Kemudian sisanya sebesar 60.00% dijelaskan oleh peubah lain yang tidak termasuk dalam model regresi.

### Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah Residual (Error) berdistribusi normal sehingga dapat dipakai dalam model regresi berganda. Untuk mengetahui apakah residuals dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak maka dilakukan pengujian dengan Kolmogorov-Smirnov. Jika Probability dari hasil uji Shapiro-Wilk  $> 0,05$  maka asumsi normalitas terpenuhi. Hasil uji normalitas adalah sebagai berikut:

```
> check_normality(model)
OK: residuals appear as normally distributed (p = 0.459).
```

- 1)  $H_0$  = Residual berdistribusi normal.  $H_1$  = Residual tidak berdistribusi normal
- 2)  $\alpha = 5\% = 0,05$
- 3) Statistik uji Uji Shapiro-Wilk
- 4) Kriteria pengujian Jika nilai  $P < \alpha$  maka tolak  $H_0$  Jika nilai  $P > \alpha$  maka terima  $H_0$
- 5) Kesimpulan Berdasarkan hasil, diperoleh sebagai berikut: Nilai  $P > \alpha$  yaitu  $0,459 > 0,05$  maka Terima  $H_0$  Maka residual berdistribusi normal.

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual antara satu pengamatan yang lain. Jika varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain berbeda disebut Heteroskedastisitas, sedangkan model yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat diketahui dengan melihat tingkat signifikansinya, jika nilai Pvalue  $> 0,05$ , maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas.

```
> check_heteroscedasticity(model)
OK: Error variance appears to be homoscedastic (p = 0.057)
```

- 1)  $H_0$  = Tidak terjadi heteroskedastisitas pada residual.  $H_1$  = Terjadi heteroskedastisitas pada residual
- 2)  $\alpha = 5\% = 0,05$
- 3) Statistik uji Uji Breusch-Pagan
- 4) Kriteria pengujian Jika nilai  $P < \alpha$  maka tolak  $H_0$  Jika nilai  $P > \alpha$  maka terima  $H_0$
- 5) Kesimpulan Berdasarkan hasil, diperoleh sebagai berikut:
- 6) nilai  $P > \alpha$  yaitu  $0,057 > 0,05$  maka Terima  $H_0$  Maka tidak terjadi heteroskedastisitas pada residual.

#### c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t - 1$ . Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi dapat dilakukan dengan mendeteksi percobaan Durbin-Watson (Uji DW).

```
> check_autocorrelation(model)
OK: Residuals appear to be independent and not autocorrelated (p = 0.582)
```

- 1)  $H_0$ =Tidak terjadi autokorelasi pada residual.  $H_1$  = Terjadi autokorelasi pada residual
- 2)  $\alpha=5\%=0,05$
- 3) Statistik uji Uji Durbin- Watson
- 4) Kriteria pengujian Jika nilai  $P < \alpha$  maka tolak  $H_0$  Jika nilai  $P > \alpha$  maka terima  $H_0$
- 5) Kesimpulan Berdasarkan hasil, diperoleh sebagai berikut: Nilai  $P > \alpha$  yaitu  $0,582 > 0,05$  maka Terima  $H_0$  Maka tidak terjadi autokorelasi pada residual.

#### d. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi tinggi antar peubah penjelas atau terdapat peubah yang merupakan fungsi dari peubah lainnya. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi multikolinieritas. Dalam pengujian ini dapat menggunakan nilai variance inflation factor (VIF). Uji multikolonieritas ini terpenuhi apabila angka VIF tidak melebihi 10. Hasil uji multikolonieritas adalah sebagai berikut:

```
> check_collinearity(model)
# Check for Multicollinearity

Low Correlation

      Term  VIF  VIF 95% CI  Increased SE  Tolerance
KualitasPelayanan 1.48 [1.22, 2.02]      1.22      0.68
KepuasanNasabah 1.48 [1.22, 2.02]      1.22      0.68
Tolerance 95% CI
[0.49, 0.82]
[0.49, 0.82]
```

Kesimpulan: berdasarkan hasil menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas, karena nilai VIF dari ekspor dan investasi lebih kecil 10. Sehingga dengan demikian dari kedua peubah penjelas layak untuk masuk ke dalam model regresi.

## KESIMPULAN

Secara korelasi Terdapat hubungan positif yang signifikan antara: Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Nasabah dengan nilai korelasi sebesar 0,041, Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah dengan nilai korelasi sebesar 0,172. Jika Kualitas Pelayanan naik 1 satuan, Kualitas Pelayanan meningkat sebesar 0,184. Jika Harga naik 1 satuan, Kepuasan Nasabah meningkat sebesar 0,382. Hasil uji F menunjukkan bahwa terdapat minimal satu peubah penjelas yang berpengaruh signifikan terhadap peubah respons, dengan nilai  $P < 0,05$ , Heteroskedastisitas: Tidak terjadi heteroskedastisitas (nilai  $P > 0,05$ ), Autokorelasi: Tidak terjadi autokorelasi (nilai  $P > 0,05$ ). Multikolinearitas: Tidak terdapat multikolinearitas (nilai  $VIF < 10$ ).

Sehingga Penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas, karena nilai VIF dari ekspor dan investasi lebih kecil 10. Sehingga dengan demikian dari kedua peubah penjelas layak untuk masuk ke dalam model regresi.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

- 1) Bagi BSI Cabang Muara Bulian Dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah serta loyalitas nasabah, sebaiknya BSI Cabang Muara Bulian perlu memperhatikan beberapa item hasil yang telah diuji dalam penelitian ini. Semakin baik persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan yang disediakan oleh bank maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini meskipun memiliki hasil yang baik, pihak Bank BSI harus tetap mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas pelayanan di dalam perusahaan.
- 2) Bagi Peneliti Selanjutnya Kemudian untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar menambahkan variabel independen jika dirasa dapat mempengaruhi kepuasan nasabah dan loyalitas misalnya variabel perceived usefulness (manfaat yang dirasakan), variabel kepercayaan, dan variabel lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsini. 2010. *Prosedur Suatu Pendekatan Praktik Cet. 14*. Jakarta: PT RINEKA CIPTA.
- Darsono, Sakti, A., & Ascarya. (2012). *Perbankan Syariah Di Indonesia*. Depok: Raja Graffindo Persada.
- Decenzo, David A., Robbins, Stephen P. (1999). *Human Resources*, New York: Jhon Willey and Sons, Inc.
- Ermawati, C., & Sidiq, A. W. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada PT Bank Mandiri (Persero) TBK KCP Kendal. 211-219.
- Fadhila, N. (2015). Analisis Pembiayaan Mudh
- Fadhila, N. (2015). Analisis Pembiayaan Mudharabah dan Murabahah terhadap laba Bank Syariah Mandiri. 65-77.
- Hasibuan, Melayu S.P. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia (EdisiRevisi)*. Cetakan kesembilan, Jakarta. PT BumiAksara.
- Hasibuan, Melayu S.P. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan kesembilan, Jakarta. PT Bumi Aksara.
- Prasetyo, A. 2012. Persepsi Nasabah Terhadap Impementasi Akuntansi Keuangan Syariah Dalam Operasional Perbankan Berbasis Syariah Di Indonesia. 14-23.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*. Bandung: CV ALFABETA
- Sumantri. (2020). Pengaruh Produk Bank Syariah Mandiri Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kecamatan Muara Tembesi. 2-6..
- Susan, E. 2019. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), pp. 952-962.
- Tjiptono, F. (2008). *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*.
- Undang – undang No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah
- Yaya, R., Martawireja, A. E., & Abdurahim, A. (2009). *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer*. Yogyakarta: Salemba Embat.
- yogyakarta: ANDI Yogyakarta.