

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Sorong

Muh Noval Justika^{1,*}, Rokhimah²

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sorong

Email: nov4l@gmail.com¹, rokhimah@iainsorong.ac.id²

Koresponden*

Diterima : 2025-11-03

Direvisi : 2025-11-12

Disetujui : 2025-11-18

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia (BSI) Sorong Branch Office. The method used was quantitative, involving 100 respondents determined using the Lemeshow formula. Data were collected through questionnaires and analyzed using simple linear regression to test the proposed hypotheses, using SPSS version 25. The results showed a significant effect between service quality and customer satisfaction, with a calculated t-value of 11.287 > t-table 1.984, and a significant value of 0.000 < 0.05. This indicates that the better the service quality provided, the higher the level of customer satisfaction. The conclusion of this study is that service quality has a positive impact on customer satisfaction. Therefore, it is recommended that Bank Syariah Indonesia Sorong Branch Office continue to improve and maintain its service quality to create customer satisfaction. This research is expected to serve as a reference for the company in maintaining and improving the quality of its services to attract new customers and retain existing ones.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Sorong. Metode yang digunakan adalah kuantitatif, melibatkan 100 responden yang ditentukan melalui rumus *Lemeshow*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan linier sederhana untuk menguji hipotesis yang diajukan, dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas

layanan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai t hitung sebesar $11,287 > t$ tabel $1,984$, adapun nilai sig kualitas layanan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa kualitas layanan yang diberikan berdampak positif pada kepuasan nasabah. Oleh karena itu disarankan bagi Bank Syariah Indonesia KC Sorong untuk dapat terus meningkatkan serta mempertahankan kualitas layanannya agar dapat menciptakan kepuasan bagi nasabahnya. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi pihak perusahaan dalam menjaga dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan untuk dapat menarik minat nasabah baru dan mempertahankan nasabah lamanya.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah

Pendahuluan

Industri perbankan di Indonesia kini mengalami perkembangan pesat seiring meningkatnya literasi keuangan masyarakat dan kemajuan teknologi. Perbankan tidak hanya berfungsi sebagai lembaga intermediasi keuangan, tetapi juga sebagai penyedia layanan manajemen keuangan bagi individu dan bisnis. Dalam beberapa tahun terakhir, bank syariah mengalami pertumbuhan signifikan karena menawarkan alternatif layanan berbasis prinsip syariah Islam yang menekankan keadilan, transparansi, dan keberlanjutan (Apriliani, 2023). Salah satu yang paling menonjol adalah Bank Syariah Indonesia (BSI), hasil merger antara BRI Syariah, BNI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri pada 1 Februari 2021. Tujuan penggabungan ini adalah memperkuat pangsa pasar ekonomi syariah nasional dan global melalui integrasi layanan, perluasan jangkauan, serta penguatan permodalan (Jubaidi et al., 2024).

Kepuasan nasabah menjadi faktor penting dalam mempertahankan loyalitas dan reputasi perbankan. Menurut Djaslim Saladin (dalam R. Rawis et al., 2020) kepuasan nasabah muncul dari perbandingan antara harapan dan kinerja layanan yang diterima. Kualitas pelayanan yang baik akan menumbuhkan kepercayaan dan citra positif terhadap bank (Elsa Rundengan et al., 2020). Kotler & Keller (dalam Martin Purba et al., 2023) juga menyebut bahwa kualitas layanan yang sesuai dengan harapan nasabah akan menciptakan kepuasan dan loyalitas jangka panjang. Namun, hasil observasi awal di BSI Kantor Cabang Sorong menunjukkan adanya beberapa keluhan dari nasabah terkait keterlambatan pelayanan, kurangnya responsivitas

pegawai, serta keterbatasan fasilitas seperti ruang tunggu dan layanan digital, yang berdampak pada menurunnya persepsi kualitas layanan.

Fenomena ini menunjukkan bahwa BSI perlu meningkatkan kualitas pelayanan dengan mengacu pada model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman (1990), mencakup dimensi *reliability*, *assurance*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness* (Purwati, 2019). Pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif akan meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah. Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, seperti hasil penelitian (Millanyani, 2023) yang membuktikan seluruh dimensi kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan.

Selain itu, penelitian yang dilakukan (dalam Fachrul Alfajar et al., 2021) pada Makassar Jeans House menemukan bahwa kelima indikator SERVQUAL memiliki hubungan kuat dengan kepuasan pelanggan dengan koefisien korelasi 0,766, sedangkan penelitian Edwin Gunawan (dalam Edwin Gunawan et al., 2019) menegaskan bahwa dimensi *empathy* merupakan faktor paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil-hasil ini memperkuat pentingnya peningkatan pelayanan berbasis empati dan keandalan bagi industri jasa, termasuk sektor perbankan syariah.

Berdasarkan uraian fenomena dan penelitian terdahulu tersebut, penting bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Sorong untuk mengevaluasi dan memperkuat kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah. Penelitian ini dilakukan untuk menguji secara empiris “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Sorong”, dengan harapan hasilnya dapat menjadi acuan strategis dalam meningkatkan pelayanan perbankan syariah yang unggul, beretika, dan berdaya saing tinggi di Indonesia bagian timur.

Metode Penelitian

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yaitu metode yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data berbentuk angka untuk menguji hipotesis secara objektif (Muhajirin et al, 2024). Penelitian ini menggunakan teknik survei dengan penyebaran kuesioner (angket) secara langsung kepada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Sorong guna memperoleh data mengenai pengaruh

kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Seluruh data yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis menggunakan program SPSS versi 25 untuk memperoleh hasil statistik yang akurat.

B. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Sorong, yang termasuk dalam kategori populasi infinit karena jumlah pastinya tidak diketahui (Priantillaningtiasari, 2023). Sementara itu, sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling, yaitu metode penentuan sampel secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu, yakni nasabah aktif BSI KC Sorong yang dianggap dapat memberikan informasi relevan terhadap penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.

C. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kondisi dan aktivitas di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Sorong. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data primer melalui pernyataan tertulis yang diisi oleh responden dengan skala penilaian dari *sangat setuju* hingga *sangat tidak setuju* (Anggy Giri Prawiyogi et al., 2021). Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder berupa dokumen dan catatan yang relevan dengan penelitian.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan skala Likert 5 poin, di mana responden memberikan tanda pada pilihan jawaban yang sesuai: *Sangat Setuju* (5), *Setuju* (4), *Netral* (3), *Tidak Setuju* (2), dan *Sangat Tidak Setuju* (1) (Damayantii, 2014). Instrumen ini dirancang agar menghasilkan data yang objektif dan terukur sesuai dengan tujuan penelitian.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan instrumen dalam mengumpulkan data sesuai dengan variabel yang diteliti. Instrumen dinyatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikansi 0,05 menurut (Sugiyono, 2013) Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha, di mana instrumen dikatakan reliabel apabila nilai $\alpha > 0,60$. Kedua uji ini dilakukan dengan bantuan

program SPSS versi 25 untuk memastikan instrumen penelitian konsisten dan layak digunakan.

F. Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 25 dengan pendekatan statistik kuantitatif (Santoso, 2019). Tahapan analisis meliputi: Uji Asumsi Klasik, meliputi:

1. *Uji Normalitas* menggunakan Kolmogorov-Smirnov dengan metode EXACT untuk memastikan data berdistribusi normal (Indri, 2022).
2. *Uji Linearitas* untuk melihat hubungan linear antara variabel bebas dan terikat, signifikan jika nilai $sig > 0,05$.
3. *Uji Heteroskedastisitas* menggunakan uji Glejser; model dinyatakan bebas heteroskedastisitas jika $sig > 0,05$ (Purba et al., 2021).

Uji Hipotesis, terdiri dari:

1. *Analisis Regresi Linier Sederhana* untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap dependen (Riduwan, 2009).
2. *Uji t (Parsial)* untuk menguji pengaruh signifikan antar variabel; pengaruh signifikan jika $sig < 0,05$ (Sugiyono, 2013)
3. *Koefisien Determinasi (R^2)* untuk mengukur seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen (Sahangunaung, 2020).

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₀: Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

H_a: Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

Pembahasan

Bank Syariah Indonesia (BSI) resmi berdiri pada 1 Februari 2021 sebagai hasil merger antara Bank BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan Bank BNI Syariah dengan izin dari OJK melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Merger ini bertujuan memperkuat posisi perbankan syariah nasional melalui sinergi modal, layanan, dan jaringan yang lebih luas. BSI memiliki visi menjadi “Top 5 Global Islamic Bank” dengan misi memberikan akses solusi keuangan syariah, menciptakan nilai terbaik bagi pemegang saham, serta menjadi kebanggaan talenta terbaik Indonesia. Di Kantor Cabang Sorong, struktur organisasi BSI mencakup berbagai posisi mulai dari Branch Manager, BOSM, Customer Service, Teller, CBRM, Funding, Pawning, Office Boy, Security, hingga Driver, yang seluruhnya

berperan dalam mendukung operasional, pelayanan, dan pengembangan usaha berbasis prinsip syariah untuk meningkatkan kepercayaan serta kepuasan nasabah.

Tabel Karakteristik Responden

Kategori	Sub-Kategori	Frekuensi	Persentase	Keterangan
Jenis Kelamin	Laki-laki	56	56%	Mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki
	Perempuan	44	44%	Perempuan lebih sedikit dibanding laki-laki.
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	65	65%	Pekerjaan terbanyak dari kalangan pelajar/mahasiswa
	PNS	5	5%	Pekerjaan dengan jumlah kecil.
	Karyawan Swasta	11	11%	Cukup banyak dari sektor swasta.
	Wiraswasta	6	6%	Jumlah kecil dari kalangan wirausaha.
	TNI/POLRI	3	3%	Jumlah sangat sedikit.
	IRT	3	3%	Sama sedikitnya dengan TNI/POLRI.
	Lainnya	7	7%	Berasal dari kategori pekerjaan lain.
Kualitas Layanan	19 Item	-	Rata-rata = 4,09	Mayoritas responden <i>Setuju</i>

(X)				dan <i>Sangat Setuju</i> bahwa layanan BSI Sorong sudah baik.
Kepuasan Nasabah (Y)	8 Item	-	Rata-rata = 3,85	Sebagian besar responden merasa puas terhadap layanan BSI Sorong

Sumber: Data diolah, 2025

Uji Instrumen Penelitian

Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel Kualitas Layanan (X1)			
Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X.1	0,638**	0,196	Valid
X.2	0,716**	0,196	Valid
X.3	0,770**	0,196	Valid
X.4	0,819**	0,196	Valid
X.5	0,805**	0,196	Valid
X.6	0,844**	0,196	Valid
X.7	0,870**	0,196	Valid
X.8	0,891**	0,196	Valid
X.9	0,889**	0,196	Valid
X.10	0,817**	0,196	Valid
X.11	0,871**	0,196	Valid
X.12	0,739**	0,196	Valid
X.13	0,912**	0,196	Valid
X.14	0,830**	0,196	Valid
X.15	0,874**	0,196	Valid
X.16	0,898**	0,196	Valid
X.17	0,816**	0,196	Valid
X.18	0,837**	0,196	Valid
X.19	0,814**	0,196	Valid
Variabel Kepuasan Nasabah (Y)			
Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan

Y.1	0,856**	0,196	Valid
Y.2	0,797**	0,196	Valid
Y.3	0,823**	0,196	Valid
Y.4	0,920**	0,196	Valid
Y.5	0,914**	0,196	Valid
Y.6	0,905**	0,196	Valid
Y.7	0,938**	0,196	Valid
Y.8	0,876**	0,196	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pernyataan pada variabel Kualitas Layanan (X) dan Kepuasan Nasabah (Y) dinyatakan valid, karena nilai *r hitung* lebih besar daripada *r tabel*. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian layak digunakan untuk mengukur masing-masing variabel.

Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Minimal Cronbach Alpha	Keterangan
X	0,973	0,60	Reliabel
Y	0,957	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel diatas masing-masing variabel mempunyai nilai Cronbach Alpha > 0,60. Variabel Kualitas Layanan mempunyai nilai 0,973, dan variabel Kepuasan Nasabah mempunyai nilai 0,957. Hal ini dapat dikatakan dari masing- masing variabel adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	0	,0000000
	4.79874358	,78576160
Most Extreme	0.133	,056

Differences	0.105	,032
	-0.133	-,056
Test Statistic		0.133
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.000c
Exact Sig. (2-tailed) ^c		0.053
Point Probability		0

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel diatas bisa dijelaskan nilai signifikan kolmogorov-smirnov Exact sig. sejumlah $0,053 > 0,05$ sehingga model regresi pada penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y	Between	(Combined)	3631.059	34	106.796	4.305	0.000
*	Groups	Linearity	2963.624	1	2963.624	119.476	0.000
X		Deviation from Linearity	667.435	33	20.225	0.815	0.736
	Within Groups		1612.331	65	24.805		
	Total		5243.390	99			

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *sig deviation from linearity* $0,736 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel X dan Y dapat dikatakan linear.

c. Uji Heteroskedasitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1,963	1,859		1,056	0,294

X	0,017	0,023	0,072	0,710	0,480
---	-------	-------	-------	-------	-------

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2025

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai sig 0,480 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas atau lolos uji heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

- a. Uji Parsial (Uji t)

Tabel Hasil Uji Parsial

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.553	2.550		1.001	0.319
	X	0.363	0.032	0.752	11.287	0.000

- a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 11,287 > t tabel 1,984, adapun nilai sig pada variabel X kualitas layanan sebesar 0,000 < 0,05. Maka H₀ ditolak, dan H_a diterima, hal ini berarti Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

- b. Uji Simultan (uji F)

Tabel Hasil Uji Simultan

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	203,243	3	67,748	106,298	,001 ^b
	Residual	59,272	93	,637		
	Total	262,515	96			

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Ulang

- b. Predictors: (Constant), Lokasi, Produk, Kualitas Layanan

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 11,287 > t tabel 1,984, adapun nilai sig pada variabel X kualitas layanan sebesar 0,000

$< 0,05$. Maka H_0 ditolak, dan H_a diterima, hal ini berarti Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

c. Uji Determinasi (R^2)

Tabel Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.752 ^a	0.565	0.561	4.82316

a. Predictors: (Constant), X

Sumber: Data diolah SPSS 30, 2025

Berdasarkan tabel diatas, nilai R Square sebesar 0,565, dapat disimpulkan bahwa sebesar 56,5% variabel kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan. Sisanya sebesar 43,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

d. Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.553	2.550		1.001	0.319
	X	0.363	0.032	0.752	11.287	0.000

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2025.

Berdasarkan tabel diatas Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa nilai sig coefficients $0,000 < 0,05$ maka variabel Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah berpengaruh.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sorong. Variabel kualitas layanan diukur melalui lima indikator, yaitu bukti fisik, empati, daya tanggap, keandalan, dan jaminan. Hasil uji t menunjukkan nilai $11,287 > 1,984$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik, fasilitas memadai, karyawan yang sopan dan responsif, jam

operasional tepat waktu, serta keamanan nasabah dapat memenuhi harapan nasabah sehingga menimbulkan kepuasan.

Temuan ini sejalan dengan teori SERVQUAL yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah meningkat jika kualitas layanan memenuhi atau melebihi harapan, serta mendukung penelitian Arifuddin (2022) pada Bank BRI Unit Lero. Implikasi praktis bagi BSI KC Sorong adalah mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan untuk menjaga kepuasan nasabah, menarik nasabah baru, dan mempertahankan loyalitas nasabah lama. Layanan berkualitas akan membentuk persepsi positif nasabah serta memperkuat citra bank sebagai penyedia layanan yang memuaskan.

Penutup

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan pada BAB V (lima) mengenai “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Sorong” dapat diambil kesimpulan bahwa Variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, disebabkan karena Kualitas Layanan BSI KC Sorong sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah seperti tersedianya fasilitas-fasilitas yang memadai, karyawan yang sopan dan satun serta berpenampilan menarik, maupun dari segi kenyamanan dan keamanan nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk dapat ditambahkan variabel independen lain yang memungkinkan untuk dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, seperti kualitas produk dan lainnya.
2. Bagi BSI KC Sorong, Kualitas layanan yang diberikan sudah baik dan sudah memenuhi ketentuan tentang layanan yang baik. Akan tetapi hendaknya terus ditingkatkan agar nasabah merasa betah dan puas serta akan terjalin hubungan yang kuat antara bank dengan nasabah.

Daftar Pustaka

Anggy Giri Prawiyogi et al. (2021). Pengguna Media Big Bog Untuk Menumbuhkan Minat Bea Siswa Di Sekolah Dasar. *Jurnal Bassicedu*, 5(1), 449.

- Apriliani, E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT BSI KC Semarang. *Skripsi (Semarang: UIN Wali Songo)*, 1.
- dalam Edwin Gunawan et al. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menginap Di Empat Virtual Hotel Operator Di Surabaya. *Journal Of Indonesian Touris, Hospitality And Recreation*, 2(2).
- dalam Fachrul Alfajar et al. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Makassar Jeans House Kota Palu. *Journal Of Admisnistration And Management Public Literation*, 1(1).
- dalam Imantoro, J. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Ukm Maleo Lampung Timur. *Jurnal Manajemen Diservikasi*, 1(3), 690.
- dalam Martin Purba et al. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(2), 1092.
- dalam R. Rawis et al. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Novotel Manado). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)*, 7(2), 465.
- Damayantii, D. (2014). Sihapes (Sistem Informasi Hasil Penilaian Siswa) Bagi Sekolah Dasar Menengah Pertama Di SMP Negeri 7 Semarang. *Jurnal Edu Komputika*, 1(2), 55.
- Elsa Rundengan et al. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Termohon Selatan. *Jurnal Productivity*, 1(2), 108.
- Indri, F. Z. (2022). Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan. *Jurnal Jimek*, 2(2), 8.
- Jubaidi et al. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Samarinda. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)*, 5(6), 769.
- Millanyani, d. F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Urbans Travel. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 7(2).

- Muhajirin et al, .. (2024). Pendekatan Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Tahapan Penelitian. *Journal Genta Mulia*, 15(1), 86.
- Priantillaningtiasari, S. H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan Dan Letak Geografis Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Via Salon Trenggalek. *Jurnal Maneksi*, 12(3), 659.
- Purwati, Z. H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Journal Of Economic, Businnes And Accounting*, 3(1), 99-100.
- Riduwan. (2009). Metode dan Teknik Menyusun Tesis. *Alfabeta*(6), 145.
- Sahangunaung, G. A. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Lazada Di Kota Manado. *Jurnal Emba*, 11(3), 6.
- Santoso, B. R. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada PT Surya Timur Sakti Jatim Surabaya. *Jurnal Agora*, 7(1), 3.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA CV.