

**PENGARUH PENGETAHUAN NASABAH, KUALITAS LAYANAN, DAN
TEKNOLOGI *SELF-SERVICE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK
SYARIAH INDONESIA (BSI) DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**



**Universitas
Alma Ata**
The Globe Inspiring University

SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Alma Ata
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Disusun oleh:

Qissa Muthia Septiana
212100176

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ALMA ATA
YOGYAKARTA
2025**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan nasabah, kualitas layanan, dan teknologi *self-service* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan nasabah BSI di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan SPSS versi 22, dengan analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Setelah data diperoleh dan dilakukan pengujian penelitian ini memperoleh hasil bahwa pengetahuan nasabah, kualitas layanan, dan teknologi *self-service* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan melalui nilai koefisien regresi masing-masing variabel yaitu 0,268 untuk pengetahuan nasabah, 0,206 untuk kualitas layanan, dan 0,386 untuk teknologi *self-service*, dengan nilai signifikansi masing-masing $< 0,05$ yang berarti secara statistik signifikan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, berdasarkan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Kata Kunci: *Pengetahuan Nasabah, Kualitas Layanan, Teknologi Self-Service, Kepuasan Nasabah, Bank Syariah Indonesia, Daerah Istimewa Yogyakarta*

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of customer knowledge, service quality, and self-service technology on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia (BSI) in the Special Region of Yogyakarta. The research employs a quantitative approach using a survey method, in which data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who are BSI customers in the Special Region of Yogyakarta. The collected data were analyzed using SPSS version 22, with multiple linear regression analysis. The results show that customer knowledge, service quality, and self-service technology each have a positive and significant effect on customer satisfaction. This is evidenced by the regression coefficients of each variable: 0.268 for customer knowledge, 0.206 for service quality, and 0.386 for self-service technology, with significance values of less than 0.05, indicating statistical significance. Simultaneously, these three variables also have a significant influence on customer satisfaction, as shown by a significance value of 0.000.

Keywords: *Customer Knowledge, Service Quality, Self-Service Technology, Customer Satisfaction, Bank Syariah Indonesia, Special Region of Yogyakarta*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kesadaran mengenai perekonomian syariah dalam era revolusi industri saat ini semakin meningkat di kalangan masyarakat muslim di Indonesia (Hartono, 2024). Fakta ini diperkuat dengan tingkat keterserapan pasar dari bank syariah yang cenderung terus bertambah dan pandangan masyarakat yang relatif semakin meninggalkan layanan bank konvensional dikarenakan adanya pemahaman terkait riba yang dinilai haram (Ningsih & Saputri, 2020).

Bank syariah dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang memiliki peran sentral dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Negara dan berfungsi sebagai sarana untuk memperoleh dan mendistribusikan dana publik. Salah satu ciri khas dari perbankan syariah adalah penggunaan sistem bagi hasil, di mana nasabah dan lembaga perbankan saling menguntungkan tanpa ada pihak yang merugi. Prinsip ini muncul karena Islam melarang pengenaan bunga pada pinjaman dan melarang investasi dalam perusahaan yang dianggap haram. Model operasional bank syariah yang dijelaskan tersebut dilegitimaskan secara spesifik pada Undang-undang No. 21 Tahun 2008 yang disahkan pada Juli 2008 (Effendi, 2014).

Seiring berkembangnya industri perbankan syariah, tantangan yang dihadapi tidak hanya pada aspek kepatuhan terhadap prinsip syariah, tetapi juga dalam memenuhi harapan dan kepuasan nasabah sebagai pengguna layanan. Kepuasan nasabah menjadi aspek krusial dalam menjaga keberlangsungan dan daya saing bank syariah, terutama di tengah persaingan ketat dengan bank konvensional. Kepuasan merujuk pada perbandingan antara harapan nasabah terhadap layanan dengan kenyataan yang diterima. Apabila harapan tersebut terpenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi, maka tingkat kepuasan akan tinggi (Jannah dkk., 2017).

Salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah adalah pengetahuan nasabah terhadap prinsip, produk, dan sistem kerja bank syariah. Ketika nasabah memiliki pemahaman yang baik maka akan tumbuh kepercayaan dan kepuasan dalam menggunakan layanan yang sesuai dengan nilai agama yang diyakininya. Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan banyak masyarakat yang belum memahami secara menyeluruh sistem perbankan syariah. Kurangnya sosialisasi dan pengetahuan menyebabkan munculnya anggapan bahwa bank syariah tidak jauh berbeda dari bank konvensional (Sirat, 2018). Hal berdampak pada persepsi dan sikap masyarakat dalam memilih dan menilai layanan perbankan syariah.

Selain pengetahuan, kualitas layanan juga memegang peranan penting dalam membentuk kepuasan nasabah. Layanan yang profesional,

ramah, cepat, dan sesuai nilai syariah menjadi indikator utama dalam pengalaman nasabah. Bank syariah dituntut untuk bisa bersaing dengan bank konvensional dalam hal mutu layanan. Hubungan yang baik antara bank dan nasabah menjadi kunci dalam menciptakan loyalitas dan keberlanjutan kerja sama. Oleh karena itu, peningkatan layanan menjadi fokus penting dalam manajemen perbankan syariah.

Kualitas layanan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat konsumen (Kamal dkk., 2021). Hal ini relevan dengan sektor perbankan syariah, di mana kualitas pelayanan tidak hanya mencerminkan profesionalisme, tetapi juga menjadi bagian dari nilai syariah yang dijunjung. Maka, kualitas layanan yang tinggi akan berdampak positif terhadap kepuasan nasabah.

Pelayanan dan kepuasan terhadap nasabah adalah tujuan yang paling utama dalam perusahaan, karena tanpa nasabah tidak akan ada perusahaan. Kepuasan merujuk pada tingkat perasaan yang muncul saat seseorang membandingkan hasil yang diterima dengan harapan yang dimilikinya. Nasabah merupakan prioritas utama dalam perbankan, karena nasabah sebagai penentu suksesnya penjualan produk atau jasa bank sehingga berpengaruh pada tingkat profitabilitas (Jannah dkk., 2017). Dalam upaya meningkatkan kepuasan tersebut, bank dituntut untuk terus berinovasi dalam memberikan pelayanan, termasuk melalui pemanfaatan teknologi digital.

Pelayanan digital merupakan pembahasan yang tidak dapat terpisahkan dalam menjelaskan perkembangan bank syariah. Beberapa layanan digital bank syariah yang hadir di tengah masyarakat antara lain dapat berupa fasilitas ATM, *mobile banking*, *phone banking*, *SMS banking*, atau *internet banking*. Dari peredaran produk digital di atas, maka dapat dipahami bahwa pelayanan keuangan digital merupakan bagian dari teknologi yang diharapkan memberikan dampak kemudahan akses dan transaksi bagi nasabah (Mustaghfiroh dkk., 2025).

Layanan digital dalam perbankan syariah memiliki tujuan untuk bersaing pada dunia perbankan terutama dengan bank konvensional melalui teknologi *self-service*, yaitu layanan digital yang dapat diakses sendiri oleh nasabah. Seperti, *mobile banking* atau ATM yang memungkinkan diakses oleh nasabah dalam 24 jam sehari termasuk di hari libur, bahkan memudahkan nasabah bertransaksi tanpa perlu membawa uang tunai dalam transaksi jual beli. Hal ini memberikan kenyamanan, efisiensi, serta mendukung kebutuhan nasabah yang serba cepat dan fleksibel (Aisah, 2022). Oleh karena itu, implementasi teknologi yang baik akan berdampak positif terhadap kepuasan nasabah terutama di era digital saat ini.

Di Indonesia, salah satu bank syariah terbesar adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang merupakan hasil penggabungan dari tiga bank syariah milik BUMN, yaitu BNI Syariah, BRI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri. BSI resmi beroperasi pada tanggal 1 Februari 2021 dan mengusung visi

menjadi bank syariah modern yang unggul di tingkat global. Sebagai bank hasil merger, BSI memiliki keunggulan dalam skala aset, jangkauan layanan, serta kapabilitas teknologi yang mumpuni. BSI hadir sebagai solusi keuangan syariah yang inklusif, berlandaskan nilai-nilai Islam, dan didukung oleh sistem digital yang terintegrasi. Jaringan pelayanannya tersebar luas di seluruh wilayah Indonesia, termasuk di Daerah Istimewa Yogyakarta (OJK, 2021).

Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai daerah yang dikenal sebagai kota pelajar, pusat budaya, serta basis kuat pendidikan Islam, memiliki potensi besar dalam pengembangan perbankan syariah. Tingginya tingkat pengetahuan masyarakat, kehadiran lembaga pendidikan Islam, serta meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap keuangan syariah menjadikan Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai wilayah yang strategis untuk mengevaluasi efektivitas layanan BSI. Kehadiran BSI di wilayah ini mencakup kantor cabang, jaringan ATM, hingga layanan digital seperti *mobile banking* dan *internet banking*. Data dari BSI menunjukkan bahwa Daerah Istimewa Yogyakarta termasuk dalam wilayah dengan penetrasi layanan digital yang tinggi serta pertumbuhan transaksi yang stabil (BSI, 2023).

Meskipun berbagai inovasi telah dilakukan oleh bank syariah, termasuk Bank Syariah Indonesia (BSI). Namun masih ditemukan kesenjangan antara harapan dan realita pelayanan yang diterima nasabah

(Romdhan & Toha, 2021). Banyak masyarakat yang masih belum puas karena kurangnya pemahaman, keterbatasan akses teknologi, atau persepsi negatif terhadap kualitas layanan (Mhd.Ari dkk., 2024). Di sisi lain, belum banyak penelitian yang mengkaji secara spesifik hubungan antara pengetahuan nasabah, kualitas layanan, dan teknologi *self-service* terhadap kepuasan nasabah, khususnya di provinsi seperti Daerah Istimewa Yogyakarta.

BSI sebagai bank syariah terbesar memiliki jangkauan luas, termasuk di Daerah Istimewa Yogyakarta yang dikenal dengan pertumbuhan ekonomi dan pengetahuan keuangan yang relatif tinggi (Handida & Sholeh, 2019). Daerah Istimewa Yogyakarta juga mencerminkan keberagaman nasabah dari berbagai latar belakang, mulai dari individu hingga pelaku usaha. Oleh karena itu, Yogyakarta menjadi lokasi yang relevan untuk menilai sejauh mana pengetahuan nasabah, kualitas layanan, dan pemanfaatan teknologi *self-service* mampu memengaruhi kepuasan nasabah BSI di daerah tersebut. Penelitian ini penting dalam rangka meningkatkan kualitas layanan dan daya saing bank syariah di masa depan.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui dan menganalisa sejauh mana tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan teknologi *self-service* yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hal

tersebut peneliti tertarik mengambil judul **“Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kualitas Layanan, dan Teknologi *Self-Service* Terhadap Kepuasan Nasabah (BSI) di Daerah Istimewa Yogyakarta”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masih ditemukan nasabah yang memiliki tingkat pengetahuan yang terbatas mengenai prinsip-prinsip dan produk perbankan syariah. Kondisi ini berpotensi memengaruhi ekspektasi serta tingkat kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia (Hasibuan & Wahyuni, 2020).
2. Persepsi nasabah terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh pegawai BSI cenderung bervariasi. Hal ini mencakup aspek-aspek seperti keramahan, kecepatan, dan ketepatan dalam memberikan layanan (Izzuddin & Muhsin, 2020).
3. Pemanfaatan teknologi layanan mandiri (*self-service*), seperti *mobile banking* dan ATM berbasis syariah, belum berjalan secara optimal. Hambatan yang dihadapi antara lain berasal dari keterbatasan pemahaman pengguna maupun kendala teknis yang masih terjadi (Lestari dkk., 2024).

4. Hingga saat ini, belum terdapat pemahaman yang komprehensif mengenai sejauh mana ketiga faktor yaitu pengetahuan nasabah, kualitas layanan, dan teknologi layanan mandiri berpengaruh baik secara simultan terhadap tingkat kepuasan nasabah BSI di Daerah Istimewa Yogyakarta.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan peneliti dalam latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang menjadi pembahasan yakni:

1. Apakah pengetahuan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Daerah Istimewa Yogyakarta?
3. Apakah teknologi *self-service* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Daerah Istimewa Yogyakarta?
4. Apakah pengetahuan nasabah, kualitas layanan, dan teknologi *self-service* secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Daerah Istimewa Yogyakarta?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh positif pengetahuan nasabah berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh positif teknologi *self-service* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Daerah Istimewa Yogyakarta.
4. Untuk menganalisis besaran pengaruh positif pengetahuan nasabah, kualitas layanan, dan teknologi *self-service* secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Daerah Istimewa Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan. Adapun manfaat dan kegunaan penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan yang luas (khasanah keilmuan) mengenai pengaruh pengetahuan nasabah, kualitas layanan, dan teknologi *self-service* terhadap kepuasan nasabah serta menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

2. Secara Praktisi

- a. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada literatur di bidang pendidikan tentang pengaruh pengetahuan nasabah, kualitas layanan, dan teknologi *self-service* terhadap kepuasan nasabah, khususnya pada perguruan tinggi Universitas Alma Ata Yogyakarta.

- b. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan evaluasi dalam penerapan pengetahuan nasabah, kualitas layanan, dan teknologi *self-service* terhadap kepuasan nasabah serta dapat dijadikan sebagai solusi dalam pemecahan masalah yang terkait dengan penelitian ini.

- c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan referensi dan dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan mengenai pengaruh pengetahuan nasabah, kualitas layanan, dan teknologi *self-service*

terhadap kepuasan nasabah bagi penelitian selanjutnya serta hasil dari penelitian ini dapat menjadi pelengkap umum dan menguatkan pendapat tentang topik yang akan dilakukan di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Aisah, S. (2022). Pengaruh Self Service Technology, Kualitas Pelayanan Islami, Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediasi Studi Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Pembantu Nganjuk). *Tesis*, 1–182.
- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133–140. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i02.73>
- Arnita, N., Yarmunida, M., & Sumarni, Y. (2023). Pengaruh Self Service Technology (Sst) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital (Study Kasus Bank Syariah Indonesia). *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(1), 72–80. [https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6\(1\).12784](https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6(1).12784)
- Asari, A., Zulkarnaini, Hartatik, Anam, A. C., & Suparto. (2019). PENGANTAR SISTEMATIKA. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y>
- Bhandari, P. (2023). What is Quantitative Research? Definition, Uses & Methods. *Scribbr*.
- BSI. (2023). *Profil PT Bank Syariah Indonesia Tbk*. <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>
- Cooper, D. R., & Schindler, Pamela, S. (2014). *Business Research Methods*. 679.
- Darma, B. (2021). *Statistika penelitian menggunakan SPSS (Uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, uji F, R2)*. Guepedia.
- Effendi, A. (2014). Industri Perbankan Syariah Di Indonesia Dalam Perspektif UU no. 21 tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. *Wahana Akademika*, 1(2), 151–166.

- Ghozali. (2016). PEMBELAJARAN DARING PERSPEKTIF GENDER MELALUI MODEL RASCH. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 01(01), 1–7.
- Goertzen, M. J. (2017). Introduction to Quantitative Research and Data. *Library Technology Reports*, 53(4), 12–18.
- Hadi, A. P., Agustian, E., & Mulyani, S. (2024). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk Kantor Cabang Jambi. *JUMANJI (JURNAL MANAJEMEN JAMBI)*, 15(1), 72–86. <https://jsc.tu.edu.iq/index.php/jsc/article/view/434>
- Handida, R. D., & Sholeh, M. (2019). Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, Dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 15(2), 84–90. <https://doi.org/10.21831/jep.v15i2.23743>
- Hartono, R. (2024). *TRANSFORMASI EKONOMI SYARIAH DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 40: TINJAUAN LITERATUR TERHADAP DAMPAK TEKNOLOGI DIGITAL DALAM PEREKONOMIAN SYARIAH*. 2(2).
- Hasibuan, A., & Sembiring, D. (2022). Pengaruh disiplin kerja, motivasi dan kompetensi terhadap prokduvitas karyawan di. Pt. Pci Elektronik internasional. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 1(1), 2022–2081. <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020). PENGARUH PENGETAHUAN MASYARAKAT DAN MINAT PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN TABUNGAN PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 22–33. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.790>
- Hendarwati, A., & Marsila, E. (2022). PENGARUH TINGKAT PENGETAHUAN DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OBAT GENERIK DI KOTA. *Prima Ekonomika*, 13(1), 66–90.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3536>

- Jannah, A., Sulistiyani, E., Administrasi Bisnis, J., & Negeri Semarang, P. (2017). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Berbasis Swot Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Semarang Candisari. *Jurnal JOBS*, 3(2), 2467–8790.
- Kamal, A. H., Salam, A., Sani, A. A., Brojosetami, P., & Sudibyo, T. D. (2021). Impact of Service Quality and Application of Sharia Principles on Consumer Intention of Sharia Hotel. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 3(2), 165–178. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2021.3.2.8269>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran (Edisi ke-15)*. Erlangga.
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. World Health Organization.
- Lestari, A. T., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal The Influence of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction of. *JECMA (Journal Economics and Management)*, 03(01), 1–9. <https://jurnal.umus.ac.id/index.php/jecma/article/view/513/313>
- Lestari, E., Walian, A., & Lemiyana. (2024). Pengaruh Self Service Technology Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital Bank Pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Simpang Patal. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(4), 471–480.
- Lusia Wibowo, M., Setyabudi, D., & Manalu, S. R. (2024). PENGARUH EKSPEKTASI KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK LUXCRIME BLUR & COVER TWO WAY CAKE DI SHOPEE. *Interaksi Online*, 12(3), 902–911. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y>
- Maulana, I. (2020). Peran Pengetahuan Konsumen, Keterlibatan Konsumen, Dan Faktor Psikologis Konsumen Pada Intensi Beralih Pelanggan Department Store Purwakarta Ke Belanja Daring. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 49–51. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i2.138>
- Meuter, M. L., Ostrom, A. L., Roundtree, R. I., & Bitner, M. J. (2000). Self-service technologies: Understanding customer satisfaction with technology-based service

- encounters. *Journal of Marketing*, 64(3), 50–64.
<https://doi.org/10.1509/jmkg.64.3.50.18024>
- Mhd.Ari, Nurkhozin, & Citra Setiawati, P. (2024). Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan di Bank Syariah Indonesia. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 2(2), 33–47. <https://doi.org/10.61104/alz.v2i2.324>
- Murti, B. (2013). *Desain dan Ukuran Sampel Penelitian Kesehatan*. Gadjah Mada University Press.
- Mustaghfiroh, F. lailatul, Sisdianto, E., & Fasa, M. I. (2025). ANALISIS DAMPAK DIGITALISASI LAYANAN BANK SYARIAH BANDAR LAMPUNG
 ANALYSIS OF THE IMPACT OF DIGITALIZATION OF SYARIAH BANK SERVICES ON CUSTOMER SATISFACTION OF SYARIAH BANK BANDAR LAMPUNG. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1, 9971–9975.
- Ningsih, S., & Saputri, F. Y. (2020). Persepsi Masyarakat terhadap Perbankan Syariah di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 122–125.
<https://doi.org/https://doi.org/10.18860/jes.v8i1.9640>
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah. *Tata Kelola*, 7(1), 178–196.
<https://doi.org/10.33373/dms.v10i1.2986>
- OJK. (2021). *Peresmian Bank Syariah Indonesia (BSI)*. <https://www.ojk.go.id>
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.
<https://doi.org/10.1177/002224378001700405>
- Perdana, R. W., & Fahrullah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Bukopin Kcp Gresik. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(3), 188–187. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n3.p188-187>
- Ponto, J. (2015). Understanding and Evaluating Survey Research. *Journal of the Advanced Practitioner in Oncology*, 6(2), 168–171.

- Pramesti, W. (2018). Analisis Pemeringkatan Sukuk: Perspektif Keuangan. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(1), 93. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v5i1.2948>
- Romdhan, A., & Toha, M. (2021). Persepsi Masyarakat Desa Kapedi Sumenep tentang Perbankan Syariah. *Investasi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 65–71. <https://journal.actual-insight.com/index.php/investasi/article/view/194>
- Rosyidah, N., & Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh Self-Service Technology Quality Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Mcdonald'S Di Surabaya). *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 14–27. <https://doi.org/10.17509/image.v10i1.31448>
- Sari et al. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Variabel Green Marketing dan Brand Ambassador UMKM Ngudi Rejeki Kelorida. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 308–327. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.644>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. *John Wiley & Sons*.
- Siadari, K., & Lutfi, A. (2021). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Penggunaan BNI Mobile Banking (Studi Kasus BNI Kantor Cabang Harmoni). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(2), 155. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i2.11223>
- Sijal, M. (2024). Penelitian Hipotesis. *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis*, 23.
- Sirat, A. H. (2018). Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Makassar. *Al-Qalam*, 16(2), 153. <https://doi.org/10.31969/alq.v16i2.481>
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 13–23. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.49>
- Syamsul Bakhri, B., Astuti, D., & Khairunnisa. (2021). Perbankan Syariah: Sebuah Kajian Kepuasan Pelayanan Nasabah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tabarru'*:

Islamic Banking and Finance, 4(2), 541–550.
[https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).8306](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).8306)

Ulfa, A. (2021). Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1101–1106. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2680>

Utami, Y. (2023). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4(2), 21–24.
<https://doi.org/10.55338/saintek.v4i2.730>

Waspodo, A. A., Handayani, N. C., & Paramita, W. (2013). PENGARUH KEPUASAN KERJA DAN STRES KERJA TERHADAP TURNOVER INTENTION PADA KARYAWANPT. UNITEX DI BOGOR. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 4.

Wijaya, V. S., & Wismantoro, Y. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Kepercayaan Nasabah Asuransi Jiwasraya Cabang Kudus. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 101–113.
<https://doi.org/10.33633/jpeb.v2i2.2276>

Wydyanto, & Hamdan. (2020). the Role of Service Quality on Consumer Satisfaction. *Dinasti International Journal of Management Science*, 1(4), 585–597.
<https://doi.org/10.31933/dijms.v1i4.197>