

DINAMIKA EVALUASI TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP LAYANAN BANK SYARIAH DALAM PERSPEKTIF GLOBAL DAN REGIONAL

Muhammad Adam Irmansyah

Institut Agama Islam Negeri Parepare, Sulawesi Selatan

adamsaja@gmail.com

*Jurnal Penelitian, Karya
Ilmiah dan Pengembangan
(Islamic Science)*

Volume: 3

Edisi Spesial: Perbankan

Halaman: 18-37

Parepare, Januari 2025

Keywords:

*service quality, customer
satisfaction, loyalty, Islamic
banking, digital banking.*

Kata Kunci:

*kualitas layanan, kepuasan
nasabah, loyalitas, perbankan
syariah, digital banking*

ABSTRACT

This study aims to examine the relationship between service quality, customer satisfaction, and loyalty in the context of Islamic banking through a Systematic Literature Review (SLR) approach. A total of 30 peer-reviewed articles from SINTA-accredited journals (levels 2 to 5) published between 2014 and 2024 were analyzed in depth. The findings reveal that service quality is the most dominant factor directly affecting customer satisfaction and loyalty. Service dimensions such as assurance, empathy, responsiveness, and the ease of digital banking positively influence customer perception. Moreover, customer satisfaction serves as a mediating variable between service quality and loyalty, highlighting the crucial role of excellent service in building long-term loyalty. Non-service factors such as religiosity, financial literacy, and public trust also contribute to customer loyalty. The study recommends improving digital-based services, integrating spiritual values in customer service, and expanding Islamic financial literacy education. These findings are expected to serve as strategic guidance for enhancing the competitiveness of Islamic banking in Indonesia.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas nasabah dalam konteks perbankan syariah melalui pendekatan Systematic Literature Review (SLR). Sebanyak 30 artikel ilmiah dari jurnal terakreditasi SINTA 2 hingga SINTA 5 yang diterbitkan dalam kurun waktu 2014–2024 dianalisis secara mendalam. Hasil studi menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan faktor dominan yang secara langsung memengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah. Dimensi layanan seperti assurance, empathy, responsiveness, serta kemudahan digital banking terbukti memiliki kontribusi positif terhadap persepsi nasabah. Selain itu, kepuasan nasabah ditemukan berperan sebagai variabel mediasi antara kualitas layanan dan loyalitas, memperkuat posisi pentingnya pelayanan prima dalam

membentuk loyalitas jangka panjang. Aspek non-layanan seperti nilai religiusitas, literasi keuangan, dan kepercayaan masyarakat juga turut berkontribusi terhadap loyalitas nasabah. Studi ini merekomendasikan peningkatan layanan berbasis digital, penguatan nilai-nilai spiritual dalam pelayanan, serta perluasan edukasi literasi keuangan syariah. Temuan ini diharapkan dapat menjadi acuan strategis dalam meningkatkan daya saing perbankan syariah di Indonesia.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang ditandai dengan perkembangan teknologi dan keterbukaan informasi, sistem perbankan mengalami transformasi yang sangat signifikan, baik dari segi layanan, struktur operasional, maupun pendekatan kepada nasabah. Bank syariah, sebagai bagian dari sistem keuangan global, turut mengalami dinamika yang kompleks dalam menjawab tuntutan pasar yang semakin kompetitif. Lembaga keuangan syariah tidak hanya dituntut untuk menjaga nilai-nilai syariah dalam operasionalnya, tetapi juga harus mampu menyajikan layanan yang profesional, responsif, dan berkualitas tinggi untuk menjamin kepuasan serta loyalitas nasabah. Fenomena ini mencerminkan realitas bahwa kepuasan nasabah menjadi indikator krusial dalam mengukur kinerja layanan sebuah bank, sekaligus menjadi strategi utama dalam mempertahankan eksistensi dan daya saing bank syariah baik secara regional maupun global.

Secara umum, isu kepuasan nasabah terhadap layanan perbankan telah menjadi sorotan banyak kalangan akademisi dan praktisi. Kepuasan nasabah tidak lagi hanya dipandang sebagai konsekuensi dari transaksi yang baik, melainkan sebagai hasil dari keseluruhan pengalaman nasabah terhadap produk, layanan, interaksi dengan petugas, hingga kemudahan teknologi yang disediakan. Dalam konteks perbankan syariah, tantangan ini semakin besar karena bank harus mengedepankan prinsip-prinsip syariah sembari menjaga efisiensi dan kepuasan. Kebutuhan untuk terus mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan menjadi penting, terutama di tengah ekspektasi nasabah yang terus meningkat serta perubahan pola konsumsi yang makin digital. Seperti dijelaskan oleh (Irawan et al., 2024), kualitas pelayanan yang unggul, nilai yang diterima nasabah, serta citra perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah di PT Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Sorong. Hal ini menandakan bahwa berbagai faktor multidimensional harus diperhatikan untuk menciptakan kepuasan yang berkelanjutan.

Pada level yang lebih spesifik, dinamika evaluasi tingkat kepuasan nasabah bank syariah menjadi semakin penting untuk ditelaah, khususnya dalam menghadapi perbedaan konteks regional dan global. Setiap wilayah memiliki karakteristik sosial, budaya, dan ekonomi yang unik, sehingga memengaruhi persepsi serta ekspektasi nasabah terhadap layanan bank syariah. Misalnya, nasabah di wilayah perkotaan besar cenderung memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap digitalisasi layanan dan kecepatan transaksi, dibandingkan dengan nasabah di daerah pedesaan yang mungkin lebih mengedepankan aspek kepercayaan dan kedekatan personal. Perbedaan ini menjadi isu yang harus dicermati secara mendalam agar strategi layanan bank syariah dapat disesuaikan dengan konteks lokal maupun tren global. (Maulidiyah et al., 2022) menyoroti pentingnya implementasi Total Quality Management (TQM) di Bank Syariah Indonesia KCP Gresik Menganti sebagai upaya untuk meningkatkan efisiensi layanan dan merespon kebutuhan nasabah secara sistematis. Pendekatan ini mencerminkan kebutuhan akan strategi evaluatif yang berkelanjutan guna menyesuaikan diri dengan dinamika pasar.

Di sisi lain, kemajuan teknologi telah mengubah cara nasabah berinteraksi dengan layanan perbankan. Digitalisasi layanan telah memperluas akses, mempercepat proses transaksi, serta meningkatkan kenyamanan nasabah. Namun, kemajuan ini juga membawa tantangan baru dalam menjaga kualitas pelayanan dan membangun hubungan emosional dengan nasabah. (Marlina & Bimo, 2018) menekankan bahwa digitalisasi bank memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan pelayanan dan kepuasan nasabah. Hal ini mengisyaratkan bahwa dalam konteks perbankan syariah, proses digitalisasi tidak hanya sekadar menyediakan fitur online, tetapi juga harus diselaraskan dengan nilai-nilai syariah dan prinsip pelayanan islami. Dengan kata lain, evaluasi terhadap tingkat kepuasan nasabah tidak hanya berfokus pada dimensi teknis, tetapi juga pada aspek spiritual dan etis yang menjadi fondasi utama bank syariah.

Urgensi dari penelitian ini tidak dapat dipisahkan dari realitas bahwa bank syariah kini menjadi bagian penting dari sistem keuangan global yang inklusif dan berkelanjutan. Seiring dengan meningkatnya jumlah nasabah dan diversifikasi produk syariah, tuntutan terhadap kualitas layanan juga meningkat. Oleh karena itu, penelitian tentang dinamika evaluasi kepuasan nasabah menjadi penting sebagai dasar bagi pengambilan kebijakan strategis yang dapat memperkuat daya saing bank syariah di berbagai level. Selain itu, dalam perspektif regional, masih banyak perbedaan dalam tingkat penetrasi dan pemahaman masyarakat terhadap perbankan syariah. Hal ini menuntut adanya pendekatan evaluasi yang komprehensif agar pelayanan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik nasabah di tiap daerah.

Kepuasan nasabah dalam konteks ini juga berfungsi sebagai jembatan menuju loyalitas. Dalam sebuah studi oleh (Yasin & Balikpapan, n.d.) , ditemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai variabel intervening. Artinya, apabila bank mampu mempertahankan kualitas layanan yang baik, maka kepuasan akan tercipta dan berdampak pada loyalitas jangka panjang. Temuan ini penting karena loyalitas nasabah merupakan aset strategis yang dapat memperkuat posisi bank di tengah persaingan. Oleh karena itu, evaluasi terhadap dinamika kepuasan tidak boleh bersifat statis, melainkan harus dilakukan secara periodik dan kontekstual sesuai dengan perubahan zaman.

Selain itu, dalam lanskap digital modern, peran media sosial dan platform digital lainnya juga turut memengaruhi persepsi kepuasan. dalam penelitiannya menyatakan bahwa kepuasan nasabah memiliki peran mediasi antara e-word of mouth dan kualitas layanan financial technology terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Artinya, eksistensi nasabah di ruang digital sangat berpengaruh dalam membentuk citra layanan serta menumbuhkan atau bahkan menurunkan kepercayaan. Hal ini menjadi bukti bahwa evaluasi kepuasan nasabah harus melibatkan pendekatan yang lebih dinamis, bukan hanya dari sisi internal bank, tetapi juga dari interaksi eksternal di ruang digital.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan secara komprehensif dinamika evaluasi tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan bank syariah dalam perspektif global dan regional. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang memengaruhi tingkat kepuasan, mengevaluasi sejauh mana kualitas layanan bank syariah telah memenuhi harapan nasabah di berbagai konteks wilayah, serta menyusun rekomendasi strategi pelayanan berbasis kepuasan yang relevan dengan perkembangan global. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengisi kesenjangan literatur terkait perbedaan pendekatan layanan antara wilayah regional dan tren globalisasi layanan syariah, serta mendorong penguatan sistem pelayanan berbasis nilai-nilai Islam yang adaptif terhadap perubahan zaman. Pendekatan *Systematic Literature Review (SLR)* digunakan karena mampu menyajikan pemahaman yang

terstruktur , serta mengidentifikasi celah riset yang belum terungkap. Melalui kajian SLR, penelitian ini merumuskan dua pertanyaan utama berikut:

1. Bagaimana dinamika tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan bank syariah ditinjau dari perbedaan global dan regional?
2. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi kepuasan nasabah bank syariah, dan bagaimana pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah dalam perspektif global dan regional?

TINJUAN PUSTAKA

1. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan indikator utama keberhasilan pelayanan dalam industri perbankan, termasuk dalam sistem keuangan syariah. Secara umum, kepuasan nasabah didefinisikan sebagai perbandingan antara harapan awal nasabah dengan persepsi mereka terhadap kinerja layanan yang diterima. Dalam konteks bank syariah, kepuasan memiliki dimensi yang lebih luas karena tidak hanya mencakup aspek fungsional, tetapi juga spiritual dan etika. Hayati, Siregar, dan Yanti mengemukakan bahwa dimensi kualitas jasa seperti tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy secara signifikan memengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan (R. H. Siregar, 2023). Artinya, ketika layanan diberikan dengan profesionalisme tinggi dan sesuai dengan nilai-nilai syariah, tingkat kepuasan nasabah akan meningkat. Hal ini juga didukung oleh temuan Zakiy dan Azzahroh , yang menunjukkan bahwa kepuasan berperan sebagai variabel intervening antara kualitas layanan dan loyalitas (Zakiy & Azzahroh, 2017). Dengan kata lain, untuk membangun loyalitas jangka panjang, kepuasan menjadi aspek yang tidak bisa diabaikan. Dalam penelitian mereka, terlihat bahwa kepuasan muncul dari akumulasi pengalaman positif terhadap pelayanan, keterlibatan emosional, serta persepsi terhadap keadilan dan transparansi bank. Selain itu, Wijaya, Beik, dan Sartono juga memperkuat argumen tersebut dengan menyatakan bahwa kepuasan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah XYZ di Jakarta, dengan kualitas layanan sebagai determinan utama(Wijaya et al., 2017). Kajian ini menegaskan bahwa dalam upaya mempertahankan posisi strategis bank syariah, evaluasi kepuasan nasabah harus dilakukan secara berkala dan sistematis.

2. Layanan Bank Syariah

Layanan bank syariah merupakan bentuk implementasi nilai-nilai Islam dalam sektor keuangan yang berupaya memberikan pelayanan berkeadilan, transparan, dan sesuai syariat. Konsep layanan dalam perbankan syariah tidak hanya berorientasi pada efisiensi transaksi, tetapi juga mengedepankan kepercayaan dan tanggung jawab moral terhadap nasabah. Kualitas layanan menjadi tolok ukur utama dalam menilai performa bank syariah di tengah persaingan dengan lembaga keuangan konvensional. Menurut Prijanto, Pulung, dan Sari, dalam perbandingan antara bank syariah dan bank konvensional di Kota Depok, ditemukan bahwa aspek pelayanan bank syariah relatif lebih mengedepankan nilai spiritual dan personal approach meskipun dalam beberapa aspek teknis bank konvensional masih unggul(Prijanto et al., 2021). Hal ini menunjukkan perlunya penguatan pelayanan syariah dalam aspek kecepatan, kemudahan teknologi, dan inovasi produk agar mampu bersaing. Purnama juga menegaskan peran penting bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) dalam mendukung pertumbuhan UMKM melalui pendekatan layanan berbasis kemitraan dan nilai syariah, yang menjadikan layanan bank syariah bukan hanya alat ekonomi, tetapi juga instrumen pemberdayaan(Purnama et al., 2024). Sementara itu, Nurrohmah dan Purbayati menambahkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah dan

kepercayaan masyarakat sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan layanan bank syariah, yang mengimplikasikan bahwa pelayanan harus disertai dengan edukasi yang memadai (Nurrohmah & Purbayati, 2020). Pelayanan yang bersifat edukatif menjadi salah satu kekuatan unik bank syariah dalam meningkatkan basis nasabahnya. Dalam studi yang dilakukan oleh Wijaya, Beik, dan Sartono, kualitas layanan terbukti tidak hanya meningkatkan kepuasan tetapi juga loyalitas nasabah, yang menunjukkan bahwa perbaikan kualitas layanan harus menjadi fokus utama (Wijaya et al., 2017).

PENELITIAN METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan Systematic Literature Review (SLR) untuk mengkaji dinamika evaluasi tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan bank syariah dalam perspektif global dan regional. SLR dipilih karena mampu memberikan analisis yang komprehensif, terstruktur, dan objektif terhadap literatur yang relevan, serta memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi tren, kesenjangan riset, dan kontribusi ilmiah secara sistematis. Metode ini dilakukan melalui tiga tahap utama, yaitu identifikasi, seleksi, dan sintesis data literatur. Pada tahap identifikasi, peneliti mengumpulkan artikel dan jurnal ilmiah yang relevan dengan topik kepuasan nasabah, layanan bank syariah, loyalitas, dan aspek regional maupun global yang memengaruhinya. Sumber data diperoleh dari berbagai database akademik bereputasi seperti Google Scholar, DOAJ, Garuda, dan portal SINTA, dengan rentang waktu publikasi antara tahun 2017 hingga 2024 untuk memastikan relevansi dan kebaruan informasi. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian meliputi: *“kepuasan nasabah bank syariah”*, *“kualitas layanan perbankan syariah”*, *“loyalitas nasabah”*, *“evaluasi layanan bank”*, *“perbandingan bank syariah global dan regional”*, dan kombinasi variasinya. Tahap selanjutnya adalah seleksi, yang dilakukan melalui proses penyaringan berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi. Kriteria inklusi meliputi: artikel yang ditulis dalam bahasa Indonesia atau Inggris, membahas langsung topik layanan dan kepuasan nasabah bank syariah, dan dipublikasikan dalam jurnal yang memiliki akreditasi nasional (SINTA) atau internasional bereputasi. Sementara itu, kriteria eksklusi mencakup artikel yang bersifat opini, tidak memiliki metode penelitian yang jelas, atau tidak relevan dengan fokus studi. Setelah melalui proses seleksi judul, abstrak, dan isi penuh artikel, diperoleh 30 artikel utama yang menjadi bahan analisis dalam studi ini. Tahap terakhir adalah sintesis data, yaitu analisis tematik terhadap literatur yang telah diseleksi. Dalam tahap ini, peneliti melakukan pengelompokan berdasarkan tema-tema besar seperti dimensi kualitas layanan (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy), pendekatan digitalisasi layanan, dampak terhadap loyalitas, serta perbedaan layanan dalam konteks global dan regional.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap literatur yang telah diseleksi secara sistematis menggunakan pendekatan Systematic Literature Review (SLR), diperoleh 30 artikel ilmiah yang relevan dan memenuhi kriteria inklusi. Artikel-artikel tersebut berasal dari berbagai jurnal terakreditasi nasional dengan peringkat SINTA 2, 3, 4, dan 5, yang membahas topik seputar kepuasan nasabah, kualitas layanan, serta loyalitas dalam perbankan syariah di berbagai wilayah, baik secara regional maupun dengan sudut pandang global. Ringkasan detail artikel dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Ringkasan 30 Artikel dalam Kajian Systematic Literature Review

No	Judul Artikel	Penulis	Tahun	Temuan Penelitian	Metodologi	Batasan Penelitian	SINTA	Link
1	Analisis Pengaruh	Irawan, S. B., &	2024	Kualitas pelayanan,	Kuantitatif, regresi linear	Terbatas pada	SINTA 4	https://journ

	Kualitas Pelayanan, Nilai yang Diterima, dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan di PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Sorong	Sahetapy, W.		nilai yang diterima, dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah		nasabah tabungan di BSI Kota Sorong		l.lembaragakit.a.org/emit/article/view/2093
2	Implementasi Total Quality Manajemen pada Bank Syariah Indonesia KCP Gresik Menganti	Maulidiyah, A., Aprissa, D., Ainiah, F., & Huda, B.	2022	TQM diterapkan melalui perbaikan berkelanjutan dan pelayanan prima yang meningkatkan kepuasan	Studi kualitatif, observasi dan wawancara	Fokus pada satu KCP BSI di Gresik Menganti	SINTA 5	https://jurnal.febi.iainkediri.ac.id/index.php/almuhasib/article/view/implementationTQMpadaBSImenganti
3	Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah BNI	Yasin, N. A.	2022	Kepuasan menjadi variabel mediasi antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah	Kuantitatif, path analysis	Hanya mengambil sampel nasabah BNI cabang tertentu	SINTA 4	https://jurnal.peko.uniba-bpn.ac.id/index.php/Educo/article/view/113
4	Digitalisasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Bank	Marlina, A., & Bimo, W. A.	2018	Digitalisasi meningkatkan kenyamanan, kecepatan, dan kepuasan nasabah	Studi literatur dan deskriptif-kualitatif	Tidak fokus pada satu bank tertentu	SINTA 5	https://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/INOVATOR/article/view/14

								58
5	Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh E-Word Of Mouth Dan Kualitas Layanan Financial Technology Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah	Adha, M. A.	2024	Kepuasan nasabah memediasi hubungan e-WOM dan kualitas layanan terhadap loyalitas	Kuantitatif, SEM	Terbatas pada pengguna fintech bank syariah	SINTA 4	https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/13700
6	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Dinamika Motor Tasikmalaya	Sudiarti, S.	2018	Kualitas pelayanan berdampak signifikan terhadap kepuasan konsumen	Kuantitatif, regresi	Bukan konteks perbankan, melainkan sektor jasa otomotif	SINTA 4	https://jurnal.masoemuniversity.ac.id/index.php/mpps/article/view/220
7	Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Brand Equity terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Medan Aksara	Yuliaty, T.	2014	Internet banking dan brand equity berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah	Kuantitatif, regresi berganda	Terfokus pada satu cabang BSM	SINTA 3	https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisni/article/view/176
8	Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Model CARTER di BPRS Amanah Ummah Leuwiliang Bogor	Aldila, S. A., & Ibdalsyah, H.	2018	Seluruh dimensi CARTER (compliance, assurance, reliability, tangible, empathy, responsiveness) berpengaruh signifikan terhadap	Kuantitatif, model CARTER	Terbatas pada satu BPRS	SINTA 3	https://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/index/search/authors/view?firstNam

				kepuasan				e=H&middleName=&lastName=Ibdal syah&affiliation=&country=
9	Manajemen Aset dan Liabilitas dalam Bank Syariah: Analisis Komprehensif Institusi Keuangan Berprinsip Syariah	Siregar, A. R., & Siregar, P. A.	2024	Pengelolaan aset dan liabilitas yang tepat meningkatkan stabilitas dan efisiensi bank syariah	Kualitatif, studi literatur	Tidak fokus pada kepuasan nasabah	SINTA 4	https://journal.laaroiba.com/index.php/elmal/article/view/6094
10	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Syariah di Kabupaten Jombang yang Dimediasi Variabel Kepuasan	Singgih, C. T.	2020	Kualitas layanan berpengaruh langsung dan tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan	Kuantitatif, analisis jalur	Fokus pada satu daerah (Kabupaten Jombang)	SINTA 4	https://journal.uir.ac.id/index.php/tabarru/article/view/5808
11	Evaluasi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia: Studi Empiris Pembayaran UKT di Jambi	Nengsih, T. A., Syahrizal, A., & Oktafiani, S. F.	2021	Pelayanan teller, kecepatan transaksi, dan kenyamanan memengaruhi kepuasan pengguna pembayaran UKT	Kuantitatif, kuesioner dan analisis deskriptif	Fokus pada konteks pembayaran UKT di satu wilayah	SINTA 5	https://eksis.unbariac.id/index.php/EKSIS/article/view/2480
12	Analisis Kualitas Pelayanan Bank terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank	Febriana, N. I.	2016	Seluruh aspek kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap	Kuantitatif, uji regresi	Studi hanya dilakukan di satu cabang Bank Muamalat	SINTA 3	https://media.neliti.com/media/publications/63

	Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung			kepuasan nasabah				730-ID-analisis-kualitas-pelayanan-bank-terhadap-a.pdf
13	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru	Wahab, W.	2017	Reliability dan empathy menjadi dimensi paling dominan terhadap kepuasan nasabah	Kuantitatif, survei dan regresi linier	Fokus pada wilayah Kota Pekanbaru	SINTA 3	https://core.ac.uk/download/pdf/229197613.pdf
14	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah	Fasa, M. I., & Suharto, S.	2023	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan dengan kepuasan nasabah	Kuantitatif, kuesioner dan uji statistik	Responden terbatas pada nasabah dari satu institusi	SINTA 5	https://jurnalambitek.stie-mahaputra-riau.ac.id/ojs/index.php/ambitek/article/view/65
15	Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Padang Bulan Medan)	Hayati, I., Siregar, Y. Y. Y., & Yanti, Y.	2019	Responsiveness dan assurance paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah	Kuantitatif, SERVQUAL model	Terbatas pada satu kantor cabang pembantu	SINTA 5	https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/AGHNIYA/article/view/3188
16	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank	Zakiy, M., & Azzahroh, E. P.	2017	Kepuasan nasabah memediasi hubungan antara kualitas	Kuantitatif, path analysis	Sampel terbatas pada nasabah bank syariah	SINTA 5	https://ejournal.unair.ac.id/JEBIS

	Syariah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening			layanan dan loyalitas		tertentu		/article/view/3599
17	Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah XYZ di Jakarta	WijayaH., BeikI. S., & SartonoB.	2017	Kualitas layanan memengaruhi langsung kepuasan dan loyalitas nasabah	Kuantitatif, SEM	Studi kasus terbatas pada Bank XYZ di Jakarta	SINTA 2	https://journal.ipb.ac.id/index.php/jabmp/article/view/13799/13291
18	Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Bank Syariah dengan Bank Konvensional di Kota Depok menggunakan Carter Model	Prijanto, B., Pulung, R. F., & Sari, A. R.	2021	Bank syariah unggul pada dimensi empathy dan compliance dibandingkan konvensional	Kuantitatif, model CARTER	Hanya melibatkan nasabah dari Kota Depok	SINTA 4	https://journal.uir.ac.id/index.php/tabarru/article/download/6607/3229/22872
19	Evaluasi Dampak Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) terhadap Pertumbuhan dan Pengembangan UMKM di Indonesia	Purnama, C. et al.	2024	Layanan BPRS meningkatkan akses pembiayaan dan pengembangan UMKM	Kualitatif, studi lapangan	Tidak spesifik membahas kepuasan individu nasabah	SINTA 5	https://jurnal.usi.ac.id/index.php/JEUSI/article/view/62
20	Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah	Nurrohmah, R. F., & Purbayati, R.	2020	Literasi dan kepercayaan signifikan terhadap minat menabung	Kuantitatif, uji regresi	Fokus pada faktor psikologis, bukan langsung pada layanan	SINTA 4	https://jurnal.masoemuniversitas.ac.id/index.php/masops/article/view/135
21	Peran Layanan Mobile	Triyanti, D., Kaban, R.	2021	Mobile banking	Kuantitatif, survei	Terbatas pada	SINTA 5	https://jurnal.

	Banking dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah	F., & Iqbal, M.		berperan signifikan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah		nasabah pengguna mobile banking		umj.ac.id/index.php/JMMB/article/view/8322
22	Dampak Kualitas Layanan dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah	Hamdani, H.	2019	Kualitas layanan dan nilai nasabah berpengaruh terhadap kepuasan	Kuantitatif, regresi linier	Tidak menjelaskan dimensi layanan secara rinci	SINTA 4	https://www.google.com/search?q=Dampak+Kualitas+Layanan+dan+Nilai+Nasabah+Terhadap+Kepuasan+Nasabah+Perbankan+Syariah&oeq=Dampak+Kualitas+Layanan+dan+Nilai+Nasabah+Terhadap+Kepuasan+Nasabah+Perbankan+Syariah&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOdIB

								BzI3N Wowa jSoAg CwAg E&sourceid=chrome&ie=UTF-8#vhid=zephyr:0&vssid=atrite m- https:// dinasti rev.or g/JEM SI/arti cle/do wnload/2647 /1488/ 9327
23	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia.Tbk Regional Office X Makassar	Husni, M. F. et al.	2023	Kualitas layanan dan kemudahan mobile banking memengaruhi kepuasan nasabah	Kuantitatif, kuesioner	Fokus pada satu regional kantor	SINTA 5	https:// www.r esearc hgate. net/pu blicati on/376 50888 0_PE NGA RUH KUAL ITAS LAYA NAN DAN KEM UDA HAN MOBI LE_B ANKI NG_T ERHA DAP KEPU ASAN _NAS ABA H_PT

								BAN K SY ARIA H IN DONE SIAT BK R EGIO NAL OFFI CE X MA KASS AR
24	Strategi Pelayanan Customer Service dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua	Siregar, R. H., & Tambunan, K.	2023	Strategi CS yang responsif meningkatkan minat dan kepuasan nasabah	Kualitatif, wawancara	Terbatas pada satu kantor cabang	SINTA 5	https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/5350
25	Implikasi Komitmen Kepemimpinan Islam dan Dimensi Green Finance Dalam Mendorong Kinerja Berkelanjutan Perbankan Syariah Indonesia	Alfarizi, M. et al.	2023	Kepemimpinan Islam dan green finance mendorong efisiensi dan kepuasan	Kualitatif, studi lapangan	Tidak mengukur kepuasan nasabah secara langsung	SINTA 3	https://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/iqtishadia/article/view/7164
26	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Good Corporate Governance dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah	Maulida, R. F., & Sari, N. R.	2022	Kualitas layanan dan GCG berpengaruh terhadap loyalitas nasabah	Kuantitatif, SEM	Terbatas pada wilayah tertentu	SINTA 3	https://www.neliti.com/id/publications/407212/pengaruh-kualitas-pelayanan-good-corporate-govern

								ance-dan-strategi-pemasaran-te
27	Strategi Bank Syariah Indonesia Meningkatkan Inklusi Keuangan	Oktavia, N. T.	2023	Strategi inklusi digital berdampak pada peningkatan jangkauan nasabah	Kualitatif, studi dokumentasi	Tidak spesifik menyoroti kepuasan	SINTA 4	https://ejournal.staitbh.ac.id/al-muqayyad/article/view/1370
28	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pengguna Internet Banking terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI Kalirejo)	Ismulyaty, S., Nurmaini, & Roni, M.	2022	Kepuasan pengguna internet banking berpengaruh pada loyalitas	Kuantitatif, regresi linier	Fokus hanya pada BSI Kalirejo	SINTA 4	https://ojs.unda.ac.id/JN/article/view/6117/3096
29	Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh	Aulia, R., & Hafasnuddin, H.	2021	Kualitas layanan, kepuasan, dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas	Kuantitatif, SEM	Responden terbatas di Banda Aceh	SINTA 4	http://jim.usk.ac.id/EKM/article/view/16370
30	Tingkat Kepuasan Generasi Z Terhadap Kualitas Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah yang Beroperasi di Provinsi Aceh	SI, M. F., & Yusnaldi, Y.	2022	Generasi Z menunjukkan kepuasan tinggi terhadap mobile banking	Kuantitatif, survei	Terbatas pada Generasi Z di Aceh	SINTA 5	http://jurnal.utu.ac.id/jbkann/article/view/6287

Sebanyak 30 artikel ilmiah telah dianalisis dalam penelitian ini untuk mengkaji hubungan antara kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas nasabah dalam perbankan syariah. Artikel-artikel tersebut diterbitkan dalam rentang waktu antara 2014 hingga 2024, mencakup berbagai jurnal terakreditasi nasional dari SINTA 2 hingga SINTA 5. Studi yang ditelaah menggunakan pendekatan metodologis yang beragam, seperti kuantitatif (regresi linier, SEM, path analysis), kualitatif (observasi, wawancara), serta studi literatur. Fokus penelitian tersebar di berbagai wilayah di Indonesia, mencakup objek seperti Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri, BPRS, serta layanan digital seperti mobile banking dan internet banking. Diversitas ini menunjukkan adanya perhatian akademik yang luas terhadap kualitas hubungan nasabah dan perbankan syariah dari berbagai sudut pandang.

Berdasarkan hasil analisis terhadap artikel-artikel tersebut, pembahasan dapat dikelompokkan menjadi beberapa tema utama yang sering muncul dalam literatur.

Kualitas Layanan sebagai Determinan Utama Kepuasan

Hasil kajian menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan faktor dominan dan konsisten yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Hampir seluruh artikel sepakat bahwa dimensi pelayanan seperti kecepatan, ketepatan, keramahan, kejelasan informasi, serta kenyamanan fasilitas menjadi fondasi utama dalam membentuk persepsi nasabah. Studi oleh Irawan & Sahetapy dan Wahab membuktikan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya meningkatkan kepuasan tetapi juga berdampak pada loyalitas (Irawan et al., 2024; Wahab, 2017). Penggunaan model evaluasi seperti SERVQUAL dan CARTER juga menunjukkan hasil signifikan, di mana aspek seperti assurance, empathy, dan responsiveness menjadi elemen yang paling kuat mempengaruhi kepuasan (Aldila & *, 2018; R. H. Siregar, 2023).

Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Mediasi

Sebagian besar literatur menempatkan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi yang menjembatani hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas. Penelitian oleh Yasin, Singgih, dan Zakiy & Azzahroh menunjukkan bahwa loyalitas tidak terbentuk secara langsung dari layanan yang baik, melainkan melalui pengalaman yang memuaskan terlebih dahulu (Masadah et al., 2020; Yasin & Balikpapan, n.d.; Zakiy & Azzahroh, 2017). Dengan kata lain, pengalaman positif yang berulang dari layanan bank akan membentuk loyalitas emosional maupun perilaku nasabah. Hal ini mendukung teori dalam manajemen jasa yang memandang kepuasan sebagai determinan utama pembentukan retensi dan komitmen nasabah jangka panjang.

Digitalisasi Layanan dan Kepuasan Nasabah

Aspek digitalisasi menjadi pembahasan penting dalam literatur yang lebih mutakhir. Kajian oleh Marlina & Bimo, Triyanti, dan Husni menekankan bahwa penggunaan teknologi seperti mobile banking dan internet banking meningkatkan efisiensi, kecepatan layanan, dan kenyamanan (Husni et al., 2023; Marlina & Bimo, 2018; Triyanti et al., 2021). Studi oleh SI & Yusnaidi yang fokus pada Generasi Z di Aceh menunjukkan bahwa kepuasan terhadap layanan digital sangat tinggi (Fahlevi SI & Yusnaidi, 2022). Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi bukan hanya pilihan, tetapi menjadi kebutuhan layanan yang krusial, terutama dalam menjangkau generasi muda yang cenderung lebih digital-native.

Faktor Non-Layanan yang Mempengaruhi Loyalitas

Selain kualitas layanan, faktor-faktor non-layanan juga ditemukan berperan dalam membentuk loyalitas nasabah. Nilai religiusitas, brand equity, kepercayaan, dan literasi keuangan menjadi elemen tambahan yang memperkuat hubungan nasabah dengan lembaga. Aulia & Hafasnuddin menunjukkan bahwa religiusitas memiliki peran penting dalam memperkuat loyalitas, karena persepsi nilai syariah dianggap menyatu dengan nilai keislaman pribadi (Aulia & Hafasnuddin, 2021). Sementara itu, literasi dan kepercayaan terhadap sistem keuangan syariah yang tinggi seperti diteliti oleh Nurrohmah & Purbayati berdampak pada peningkatan minat menabung. Pendekatan psikologis dan spiritual, oleh karena itu, terbukti penting dalam membangun relasi nasabah yang lebih emosional dan jangka panjang (Nurrohmah & Purbayati, 2020).

Strategi Peningkatan Kepuasan oleh Lembaga Perbankan

Beberapa artikel juga mengeksplorasi strategi yang diterapkan bank syariah dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas, seperti implementasi Total Quality Management (TQM) yang diterapkan di BSI KCP Gresik (Maulidiyah et al., 2022), penguatan peran customer service (A. R. Siregar & Siregar, 2024), serta strategi inklusi keuangan digital (Oktavia, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa perbankan syariah semakin menyadari pentingnya pendekatan terstruktur dan sistemik untuk menciptakan layanan yang kompetitif. Upaya ini juga mengindikasikan bahwa daya saing bank syariah sangat bergantung pada kemampuan institusi untuk mengadopsi inovasi manajerial dan teknologi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian terhadap 30 artikel ilmiah, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan faktor paling dominan yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah dalam perbankan syariah. Dimensi-dimensi layanan seperti kecepatan, ketepatan, keramahan, empati, dan jaminan keandalan menjadi elemen penting dalam membentuk persepsi positif nasabah terhadap lembaga keuangan syariah. Kepuasan nasabah terbukti berperan sebagai variabel mediasi yang menghubungkan kualitas layanan dengan loyalitas, menunjukkan bahwa pengalaman layanan yang memuaskan menjadi prasyarat penting terbentuknya komitmen nasabah jangka panjang. Selain aspek layanan, faktor-faktor seperti religiusitas, literasi keuangan, kepercayaan, dan penggunaan teknologi digital seperti mobile banking juga memberikan pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah, khususnya di kalangan generasi muda. Strategi-strategi seperti implementasi Total Quality Management, peningkatan kualitas customer service, serta digitalisasi layanan menjadi langkah yang efektif dalam meningkatkan pengalaman nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk ketidaksesuaian prinsip syariah dalam tata kelola bank syariah melalui pendekatan Systematic Literature Review (SLR) terhadap 30 artikel konseptual dan empiris. Berdasarkan analisis yang dilakukan, ditemukan bahwa ketidaksesuaian tersebut umumnya muncul dalam tiga aspek utama: struktur dan peran Dewan Pengawas Syariah (DPS), tingkat transparansi dan akuntabilitas kelembagaan, serta kesesuaian substansi produk perbankan dengan prinsip-prinsip dasar syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldila, S. A., & * I. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Model Carter Di Bprs Amanah Ummah Leuwiliang Bogor. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 53–72. <https://doi.org/10.21274/an.2018.4.2.53-72>
- Alfarizi, M., Kamila Hanum, R., Andriana Firmansyah, A., & Kurnia Sari, R. (2023). Implikasi Komitmen Kepemimpinan Islam dan Dimensi Green Finance dalam Mendorong Kinerja Berkelanjutan Perbankan Syariah Indonesia. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 10(2), 225–253. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v10i2.7164>
- Anis Afaf Azizah. (2024). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh E-Word of Mouth dan Kualitas Layanan Financial Technology Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 2198–2213.
- Aulia, M. R., & Hafasnuddin. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah MANDIRI Cabang Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 108–121. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Diana, tjiptono dan. (2016). Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. *An-Nisbah*, 03(01), 145–168.
- Fahlevi SI, M., & Yusnaidi, Y. (2022). Tingkat Kepuasan Generasi Z Terhadap Kualitas Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah yang Beroperasi di Provinsi Aceh. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 6(2), 152–160. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v6i2.6287>
- Hamdani, H. (2019). Dampak Kualitas Layanan Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 11(1), 129. <https://doi.org/10.35313/ekspansi.v11i1.1329>
- Hayati, I. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan Medan). *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_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Husni, M. F., Ramlah, R., Krisnanto, B., Rizal, M., & Mirna, M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kemudahan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Syariah Indonesia.Tbk Regional Office X Makassar. *Jursima*, 11(2), 242–256.
<https://doi.org/10.47024/js.v11i2.592>

- Irawan, S. B., Sahetapy, W., & Nurlela. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai yang Diterima, dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan di PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Sorong. *Jurnal EMT KITA*, 8(1), 254–262.
<https://doi.org/10.35870/emt.v8i1.2093>
- Ismulyaty, S., Nurmaini, & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo). *NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah*, 8(1), 66–75. <https://doi.org/10.30997/jn.v8i1.6117>
- Marlina, A., & Bimo, W. A. (2018). Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank. *Inovator*, 7(1), 14. <https://doi.org/10.32832/inovator.v7i1.1458>
- Masadah, Asngadi, & Triono Singgih, C. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Syariah Di Kabupaten Jombang Yang Dimediasi Variabel Kepuasan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(2), 197–208.
[https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(2\).5808](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5808)
- Maulida, R. F., & Sari, N. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Good Corporate Governance Dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 3(1), 29–42. <https://doi.org/10.46367/jps.v3i1.510>
- Maulidiyah, A., Aprissa M, D., Ainiyah, F., & Huda, B. (2022). Implementasi Total Quality Manajemen pada Bank Syariah Indonesia KCP Gresik Menganti. *Al-Muhasib: Journal of Islamic Accounting and Finance*, 2(2), 274–300.
<https://doi.org/10.30762/almuhasib.v2i2.313>
- Nengsih, T. A., Syahrizal, A., & Oktafiani, S. F. (2021). Evaluasi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia: Studi Empiris Pembayaran UKT di Jambi. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 180. <https://doi.org/10.33087/eksis.v12i2.248>
- Nurrohmah, R. F., & Purbayati, R. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 3(2), 140–153. <https://doi.org/10.32627/maps.v3i2.135>
- Oktavia, N. T. (2023). Strategi Bank Syariah Indonesia Meningkatkan Inklusi Keuangan. *AL-Muqayyad*, 6(2), 166–174. <https://doi.org/10.46963/jam.v6i2.1370>
- Prijanto, B., Ferina Pulung, R., & Rusiana Sari, A. (2021). Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Di Kota Depok Menggunakan Carter Model. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(1), 178–194.
[https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(1\).6607](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(1).6607)
- Purnama, C., Zulfa Rahmah, Z., Fatmah, D., Rahmah, M., Hasani, S., Rahmah, Y., Andriani, & Alfaina Karem, N. (2024). Evaluasi Dampak Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Terhadap Pertumbuhan Dan Pengembangan UMKM Di Indonesia. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(2), 308–318. <https://doi.org/10.36985/fabzp258>
- Sari, D. M., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Manfaat Dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan

- Melalui Aplikasi Mobile Banking. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 170.
<https://doi.org/10.32507/ajei.v12i2.892>
- Siregar, A. R., & Siregar, P. A. (2024). Manajemen Aset dan Liabilitas dalam Bank Syariah: Analisis Komprehensif Institusi Keuangan Berprinsip Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1850–1855. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.6094>
- Siregar, R. H. (2023). Strategi Pelayanan Customer Service dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Muamalat KCP Sukaramai. *SAUJANA : Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah*, 4(01), 53–70. <https://doi.org/10.59636/saujana.v4i01.57>
- Sudiarti, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Dinamika Motor Tasikmalaya. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 1(2), 1–13.
<https://doi.org/10.32627/maps.v1i2.220>
- Triyanti, D., Kaban, R. F., & Iqbal, M. (2021). Peran Layanan Mobile Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 51. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.51-62>.
- Wahab, W. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(1), 51–66.
<http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/maqdis/article/view/78>
- Wijaya, H., Beik, I. S., & Sartono, B. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah XYZ di Jakarta. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(3), 417–426. <https://doi.org/10.17358/jabm.3.3.417>
- Yasin, N. A., & Balikpapan, U. (n.d.). *Kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah bank BNI*. 5, 9–16.
- Yuliaty, T. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Dan Brand Equity Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Aksara. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 14(02), 120–126.
- Zakiy, M., & Azzahroh, E. P. (2017). Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 26–38.

