



## PENGARUH PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH

Arni Fadilah<sup>1</sup>, Irwan Habibi Hasibuan<sup>2</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam (STEBI) Global Mulia Cikarang  
arnifadilah@gmail.com<sup>1</sup>, habibihhasibuan@globalmulia.ac.id<sup>2</sup>

### **Abstract**

*The influence of service plays an important role in a company, because the company's success in expanding the market is by producing goods or services according to predetermined quality standards, as well as providing excellent service in the service sector. And Customer Satisfaction is the level of one's feelings after comparing the performance that is felt in accordance with his expectations. The purpose of this study was to determine the effect of customer service on Islamic banking customer satisfaction in students of the STEBI Global Mulia Cikarang Islamic Banking Study Program. The method in this research is quantitative research. The population used in this study were STEBI Global Mulia students from the Islamic Banking study program batch 2018-2021, totaling 120 students. Data collection techniques using questionnaires, observation and documentation. The processed data is validity test, reliability test, classical assumption test and simple regression. The results of this study indicate that Islamic bank customer service with a known tcount value of the Customer service variable (X) is 9.404 and a ttable value of 1.990 means  $9.404 > 1.990$  thus  $H_a$  is accepted and  $H_o$  is rejected. As well as a significant value of 0.000 more than 0.05, it can be concluded that Islamic bank customer service (X) empirically has a positive effect on customer satisfaction at STEBI Global Mulia students.*

**Keywords:** *Customer Service, Customer Satisfaction*

### **Abstrak**

Pengaruh pelayanan memegang peranan penting dalam suatu perusahaan, karena keberhasilan perusahaan dalam memperluas pasar adalah dengan menghasilkan barang atau jasa sesuai standar kualitas yang telah ditentukan, serta memberikan pelayanan prima di bidang jasa. Dan Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh customer service terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah pada mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah STEBI Global Mulia Cikarang. Metode dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa STEBI Global Mulia program studi Perbankan Syariah angkatan 2018-2021 yang berjumlah 120 mahasiswa. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, observasi dan dokumentasi. Data yang diolah adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan regresi sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa customer service bank syariah dengan diketahui nilai thitung dari variabel Customer service (X) adalah 9,404 dan nilai ttabel 1,990 artinya  $9,404 > 1,990$  dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Serta nilai signifikan 0,000 lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa customer service bank syariah (X) secara empiris berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa STEBI Global Mulia.

**Kata kunci:** Layanan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

## PENDAHULUAN

Lahirnya perbankan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada 1991. Sebelumnya di Indonesia juga telah berdiri lembaga perbankan non-bank yang dalam kegiatannya menerapkan sistem syariah. Pemerintah kemudian membuat aturan untuk pelaksanaan bank syariah melalui Undang-Undang No. 7 Tahun 1992. Pada tahun 1998 pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) melakukan penyempurnaan Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tersebut menjadi Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, yang secara tegas menjelaskan bahwa terdapat dua sistem dalam perbankan di tanah air (*dual banking system*) yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah. Peluang ini di sambut oleh masyarakat perbankan, yang ditandai dengan berdirinya beberapa bank Islam lain, yakni Bank IFI, Bank Syariah Mandiri, Bank Niaga, Bank BTN, Bank Mega, Bank BRI, Bank Bukopin, BPD Jabar dan BPD Aceh dll.

Menurut undang-undang No. 21 Tahun 2008 pasal 1 ayat 7 disebutkan bahwa Bank Syariah adalah sebagai berikut : Bank Syariah adalah bank yang menjelaskan prinsip syariah dan menurut jenis nya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit atau pembiayaan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah (Sudarsono, 2012).

Sistem bank konvensional dan bank syariah memiliki perbedaan yaitu, Bank konvensional dalam operasionalnya sangat tergantung pada suku bunga yang berlaku, karena keuntungan utama bank konvensional berasal dari selisih antara bunga pinjam dengan bunga simpan, sedangkan bank syariah dalam operasionalnya berdasarkan pada Al-Qur'an dan Hadits. Dengan kata lain Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dengan lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasionalannya disesuaikan dengan prinsip dan syariat Islam (Wahyudi, 2013).

Perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dan signifikan. Ditandai dengan banyak berdirinya Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) dan banyaknya konvensional yang membuka kantor KCP syariah. Selain itu, berbagai undang-undang yang mengatur mekanisme perbankan syariah pun telah dikeluarkan oleh pemerintah. Perbankan syariah boleh saja disebut memiliki daya tahan menghadapi krisis atau menjadi harapan bagi industri keuangan di Indonesia yang mayoritas penduduknya muslim.

Loyalitas pelanggan merupakan keadaan yang diharapkan oleh setiap perusahaan, terutama perusahaan jasa seperti perbankan. Tingginya loyalitas perbankan dapat mengindikasikan keberhasilan sebuah perusahaan. Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai keinginan yang kuat dari pelanggan untuk membeli kembali produk atau jasa dan tidak akan berpindah ke perusahaan lain (Oliver, 1999)

Pelayanan nasabah atau *customer service* pada sebuah bank merupakan jasa pelayanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah pada khususnya dan masyarakat pada umumnya yang berkaitan dengan kegiatan usaha dan operasional bank sehari-hari, dengan kondisi persaingan disektor jasa yang semakin meningkat itu, perusahaan perbankan sebaiknya terus meningkatkan *customer service* (Afifah, 2020).

Secara umum pengertian *customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, yaitu dengan melalui pelayanan yang bermutu yang nantinya dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan setiap nasabahnya (Fernos, 2018).

Menurut Wickof (dalam Tjiptono, 2002:59), kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dalam hal ini ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik atau memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan

pelanggan, maka kualitas layanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Pada prinsipnya definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. (Hakim & Anwar, 2017)

Bagi sebagian mahasiswa memiliki pandangan yang harus lebih kritis terhadap melihat sesuatu masalah dan menyelesaikan dengan pemikiran yang jernih apalagi dengan pentingnya pelayanan suatu perbankan syariah karena menjadi peran penting untuk kemajuan perusahaan. Chen and Volpe (1998) menjelaskan bahwa mahasiswa yang memiliki pengetahuan rendah akan membuat keputusan salah dalam keuangan mereka.

Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam (STEBI) Global Mulia adalah salah satu perguruan tinggi swasta di Cikarang merupakan kampus pelopor dalam menyiapkan dan mengembangkan Sumber Daya Manusia yang profesional, handal, dan berakhlak mulia. Apalagi dengan adanya banyak cabang Bank Syariah di Cikarang yaitu Bank Syariah Indonesia penggabungan antara Bank BRI, Bank Mandiri dan Bank BNI menjadi satu dan Bank Syariah lainnya, membuat mahasiswa memakai produk jasa bank syariah dan dapat mengetahui bagaimana pengaruh pelayanan *customer service* pada bank syariah yang mereka miliki, dan menjadi kritis untuk dapat menilai bagaimana pelayanan yang mereka rasakan sebelum menjadi nasabah atau sudah menjadi nasabah.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pelayanan

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang. (Kasmir, 2011)(Kotler P. , 2002) menyatakan bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, dimana pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan konsumen atau pelanggan (Winarsih, 2005). Menurut (Kotler, Manajemen Pemasaran., 2008) bahwa pelayanan adalah aktivitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat mata, dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut.

Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas layanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Pada prinsipnya definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Anwar, 2017)

Pelayanan nasabah atau *customer service* pada sebuah bank merupakan jasa pelayanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah pada khususnya dan masyarakat pada umumnya yang berkaitan dengan kegiatan usaha dan operasional bank sehari-hari, dengan kondisi persaingan disektor jasa yang semakin meningkat itu, perusahaan perbankan sebaiknya terus meningkatkan *customer service* (Afifah, 2020)

### Indikator Pelayanan

Menurut (Risdayanti, 2016) terdapat beberapa ciri-ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan atau nasabah. Tersedianya karyawan yang baik, tersedianya sarana dan prasarana yang baik, bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi, memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, memiliki pengetahuan dan

kemampuan yang baik, berusaha memenuhi kebutuhan nasabah, mampu memberikan kepada nasabah bisnis apapun baik skala kecil, menengah ataupun besar selalu menawarkan tiga hal, yaitu produk berupa barang atau jasa, harga dan pelayanan.

### **Bentuk-bentuk Layanan**

Pertama pelayanan yang baik. Dalam melayani nasabah, hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Puas artinya nasabah akan merasa semua keinginan dan kebutuhannya dapat dilakukan secara tepat waktu. Berikut ini ciri-ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut : Tersedianya sarana dan prasarana yang baik. Tersedianya personil yang baik, kenyamanan nasabah juga tergantung dari petugas *customer service* yang melayaninya. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai dalam menjalankan kegiatan pelayanan. Mampu melayani secara cepat dan tepat. Mampu berkomunikasi. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik. Berusaha memahami kebutuhan nasabah.

### **Pelayanan Yang Tidak Baik**

Setiap hal tentu tidak lepas dari dua sisi, yang baik ada juga yang buruk. Pelayanan yang buruk tentu akan dapat akibat yang fatal bagi sebuah perusahaan, pada akhirnya perusahaan tidak akan mendapatkan kepercayaan dari para pelanggannya, perlahan-lahan pelanggan akan meninggalkan perusahaan tersebut apabila pelayanan yang diberikan tidak baik, berikut beberapa kriteria pelayanan yang tidak baik : Memberikan pelanggan menunggu lama. Membuat janji tapi tidak ditepati. Terlalu sok akrab hingga melewati batasan. Kurangnya keterampilan mengenai berkomunikasi. *Service* yang tidak konsisten, kadang bagus kadang buruk. Terlalu sering mengganti karyawan. Kurangnya keterampilan mengenai *complaint*. Tidak mengucapkan terimakasih di akhir transaksi. Kurangnya keterampilan menjual. Apabila pelayanan yang diberikan tidak baik kepada pelanggan maka akan berdampak buruk bagi perusahaan. Karena pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanannya.

### **Pelayanan dalam Perspektif Islam**

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam QS Al-baqarah ayat 267 : Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil-hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Karya lagi Maha Terpuji.

### **Strategi Pelayanan**

Strategi ini dimaksudkan sebagai kegiatan proses regulasi dalam mengimplementasikan strategi perusahaan sehingga output dari strategi tersebut dapat memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh perusahaan. Strategi jangka panjang adalah strategi yang diimplementasikan untuk beroperasi pada kemitraan yang kuat dan langgeng secara individu (Garbino & Johnshon, 1999), sementara itu untuk menjaga efisiensi ekonomi, model internalisasi berfokus pada masalah struktural dalam hubungan kinerja, dengan sedikit perubahan pada strategi kompetensi lain.

Burney (1991) menyatakan bahwa keunggulan strategi berasal dari kepemilikan atas sumber daya yang: berharga, langkah-langkah, tidak dapat ditiru dengan sempurna, tidak terdistribusikan dengan sempurna. Model berbasis sumber daya berfokus pada perlindungan terhadap sumber daya yang unik dan menerapkan FSR (Firm Specific Resources) untuk mendapatkan keuntungan (Kasmir, Pemasaran Bank., 2010).

### **Customer Service**

Kata *customer service* berasal dari dua kata yaitu "*customer*" yang berarti pelanggan, dan "*service*" yang berarti layanan. Waworontu dalam bukunya yang berjudul *Dasar-dasar Keterampilan Melayani Nasabah Bank* (1997) menyebutkan istilah *customer service* yang

diterjemahkan dalam bahasa Indonesia berarti melayani pelanggan, yang untuk bisnis secara umum didefinisikan sebagai layanan nasabah. Sementara Kasmir pada bukunya *Etika Customer Service* (Kasmir, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya., 2004), menyampaikan definisi umum tentang pelayanan pelanggan (*customer service*) yaitu setiap kegiatan yang dimaksudkan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui layanan, dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (Bankir I. , 2014).

Secara umum pengertian *customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditunjukkan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Seorang *customer service* memegang peranan yang sangat penting di samping memberikan pelayanan juga sebagai pembina hubungan dengan masyarakat atau *public relation* (Alauddin, 2011)

Pelayanan konsumen atau yang sering kita dengar sebagai *customer service* berasal dari dua kata yaitu *customer* yang berarti pelanggan dan *service* yang berarti pelayanan. Pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. *Customer service* harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara tepat dan tepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik.

*Customer service* yang baik harus diikuti dengan tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratannya pekerjaannya. Selain itu *customer service* dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya, agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan konsumen. Untuk itu seorang *customer service* harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh seperti etiket pelayanan, pengenalan produk, dan dasar-dasar lainnya. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap petugas *customer service* dibekali pengetahuan tentang dasar-dasar pelayanan yang sesuai dengan bidang pekerjaan yang dihadapinya (Kasmir, Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya., 2005).

Pelayanan nasabah atau *customer service* pada sebuah bank merupakan jasa pelayanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah pada khususnya dan masyarakat pada umumnya yang berkaitan dengan kegiatan usaha dan operasional bank sehari-hari, dengan kondisi persaingan disektor jasa yang semakin meningkat itu, perusahaan perbankan sebaiknya terus meningkatkan *customer service*. (Afifah, 2020)

### **Fungsi Customer Service**

Menurut (Bankir, 2014), *customer service* berfungsi untuk memberikan layanan kepada nasabah dalam hal memberikan informasi, mengakomodasi keluhan nasabah, *cross selling*, dan membantu nasabah untuk menyelesaikan masalah yang muncul. Berdasarkan fungsi ini fungsi *customer service* dapat dijabarkan lebih lanjut dalam kehidupan sehari-hari sebagai karyawan bank, yang fungsinya adalah sebagai berikut :

*Front Line Officer*. Keberadaan *customer service* berada dalam bagian depan suatu bank menjadi cerminan penilaian baik atau buruknya pelayanan suatu bank. Pelayanan yang dilakukan oleh *customer service* dapat mempengaruhi persepsi nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh suatu bank.

*Liasson Officer*. *Customer service* adalah suatu aparat yang menjadi perantara antara bank dengan nasabah. Orang pertama yang dihubungi nasabah sewaktu datang ke bank adalah petugas *customer service*, baik dalam meminta informasi maupun melaksanakan transaksi.

Pusat Informasi. *Customer service* adalah satu-satunya personel yang dapat dengan mudah dihubungi oleh nasabah pada kesempatan pertama, petugas *customer service* menjadi pusat dan narasumber informasi-informasi mengenai produk dan jasa bank. Oleh karenanya dituntut personel yang mempunyai pengetahuan dan wawasan yang cukup baik mengenai industri perbankan.

*Sales* (Penjual). *Customer service* dapat berfungsi sebagai penjual produk dengan menjual berbagai produk yang ada pada bank, seperti berbagai jenis tabungan, giro, deposito, kredit, serta mengetahui keluhan dan keberatan masalah.

*Servicing* (Pelayanan). Sesuai dengan fungsinya *customer service* menjadi perwakilan bank untuk menerima dan menyambut baik kedatangan nasabah dan selanjutnya akan mengerjakan kebutuhan nasabah sampai seluruh transaksinya dapat dirampungkan.

*Financial Advisor/Konsultan*. Dalam melayani nasabah tidak jarang pula *customer service* dibekali pengetahuan dan wawasan yang bijak sehubungan dengan perencanaan pengelolaan keuangan nasabah.

*Maintenace Customer* (Pembinaan Nasabah). Permasalahan pembinaan nasabah baru (Solisitasi). Seorang petugas *customer service* adalah *account assistant* atau pembina bagi setiap *account* atau rekening nasabah non kredit. Hal ini merupakan perpanjangan dan pengembangan fungsi kedua yaitu *Liasson Officer*.

Penanganan Masalah. Apabila dalam operasioannya nasabah tidak puas, karena terdapat ketidakcocokan atau kesepakatan, komplain, dan lain-lain sebagainya, orang pertama yang dihubungi adalah petugas *customer service*. Dalam hal ini *customer service* dituntut tidak saja dapat menangani keluhan akan tetapi juga diharapkan dapat memecahkan masalah dengan baik sebagai *troubleshooter*.

### Tugas dan Tanggung Jawab Customer Service

#### Tugas Customer Service

**Tabel I. Tugas Customer Service**

Jenis Tugas	Detai Perincian Tugas
Pembukaan, pemeliharaan dan penutupan rekening	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menerima permohonan pembukaan/pengkinian data nasabah/penutupan rekening dan pencabutan fasilitas.</li> <li>b. Memeriksa kebenaran dan kelengkapan dalam pengisian formulir.</li> <li>c. Mengadministrasikan data <i>customer</i> dalam pembukuan rekening.</li> <li>d. Menyerahkan bukti kepemilikan rekening dan kartu yang terkait dengan rekening serta <i>bilyet</i> deposito kepada nasabah.</li> <li>e. Menerima permintaan pembayaran bunga deposito.</li> <li>f. Melaksanakan aktivasi PIN dari kartu yang berkaitan dengan rekening yang telah diserahterimakan kepada nasabah.</li> </ul>
Pelayanan informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memberikan penjelasan kepada nasabah mengenai produk dan jasa bank, secara pengisian formulir, kurs transaksi, tingkat suku bunga serta biaya administrasi.</li> <li>b. <i>Cross selling</i> produk dan jasa bank.</li> </ul>
Pelayanan keluhan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menerima keluhan dari nasabah, mencatat, memeruskan, dan memonitor ke unit kerja taerkait. Kemudian memberikan informasi penyelesaian keluhan kepada nasabah.</li> </ul>
Pelayanan administrasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memberikan arahan kepada nasabah yang sesuai dengan tujuannya</li> <li>b. Melayani nasabah terkait : <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Tentang saldo dan mutasi rekening.</li> <li>2. Pengambilan Rekening Koran, Nota Kredit, Nota Debit, buku cek/BG, SP Deposito, Counter Cek, warkat tolakan kriling, Surat Keterangan Penolakan, dan tolakan inkaso.</li> </ul> </li> <li>c. Melaksanakan pencetakan buku tabungan.</li> <li>d. Memproses permohonan dan pencabutan status blokir, stop bayar, buku hilang.</li> </ul>
Pekerjaan administratif	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menyediakan dan mengelola buku tabungan.</li> <li>b. Menyediakan brosur dan slip transaksi.</li> <li>c. Menyimpan kartu rekening yang telah di cetak kemudian diserahkan kepada nasabah.</li> </ul>
Pelayanan solusi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menggali kebutuhan nasabah atau calon nasabah.</li> </ul>

Jenis Tugas	Detail Perincian Tugas
	<ul style="list-style-type: none"> <li>b. Memberikan informasi jenis dan tepat yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.</li> <li>c. Memberikan solusi produk atau layanan bank yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.</li> <li>d. Melanjutkan kebutuhan investasi atau kredit kepada unit yang terkait dan proses layanan kepada nasabah berjalan dengan baik.</li> <li>e. Memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah terkait dengan permintaan atau keluhan nasabah serta selalu menginformasikan kepada nasabah mengenai solusi dan memastikan masalah tersebut diselesaikan sampai tuntas.</li> <li>f. Membuat referensi dan konfirmasi saldo terkait dengan permohonan nasabah.</li> </ul>

### Tanggung Jawab *Customer Service*

Dalam menjalankan tugasnya, *customer service* bertanggung jawab penuh untuk melayani nasabah sehingga nasabah merasa puas dengan pekerjaan *customer service*, selain merasa puas nasabah juga akan merasa nyaman dan hubungannya akan baik dengan bank. Berikut adalah tugas *customer service* yang terperinci : Harus mengenal siapa nasabah yang sedang dilayani. Melayani nasabah dengan baik dan benar. Merahasiakan identitas data diri nasabah dan bank tersebut. Selalu menjaga kerapian dan kebersihan meja kerja. Selalu menggunakan keamanan alat identitas *customer service*, seperti *user ID*, *password*, anak kunci *cash box* dan laci. Agar kelancaran operasi cabang dapat berjalan dengan baik, maka seluruh tugas yang disuruh atau diberikan oleh atasan harus diselesaikan dengan baik. Mematuhi seluruh peraturan dan tata tertib yang berlaku di perusahaan.

### Syarat Seorang *Customer Service*

Menurut Awaludin *Manajemen Bank Syariah* untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah yang terpenting adalah kualitas pelayanan. Petugas *customer service* dan karyawan lainnya memiliki peranan yang sangat penting. Agar pelayanan yang berkualitas perlu ada beberapa persyaratan bagi seseorang untuk menjadi *customer service*. Berikut persyaratan untuk menjadi seorang *customer service* :

**Persyaratan Fisik.** Seorang *customer service* harus memiliki ciri-ciri fisik yang menarik seperti tinggi ideal dengan berat. Memiliki wajah yang menarik dan menawan, petugas harus memiliki jiwa yang sehat.

**Persyaratan Mental.** *Customer service* harus memiliki perilaku yang baik seperti sabar, ramah dan murah senyum. Hindarkan petugas *customer service* yang cepat marah atau emosi dan cepat putus asa.

**Persyaratan Kepribadian.** Syarat lain *customer service* harus memiliki kepribadian yang baik seperti murah senyum, sopan, lemah lembut, simpatik, lincah, enerjik, menyenangkan, berjiwa bisnis, dan memiliki rasa humor serta berkeinginan maju. Dalam melayani nasabah harus mengesankan yang perlu ditunjukkan.

**Persyaratan Sosial.** *Customer service* harus mampu memiliki jiwa sosial yang tinggi, bijaksana, berbudi pekerti yang halus, pandai bergaul, pandai berbicara fleksibel. *Customer service* juga harus cepat menyesuaikan diri, mudah bekerja sama, tenang dan tabah.

## **Kepuasan Nasabah**

Kata kepuasan (*Satisfacion*) berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai” atau “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”.

Menurut (Giese & Cote, 2016) mereka mengidentifikasi 20 definisi yang diacu dalam riset kepuasan pelanggan selama periode waktu 30 tahun. Meskipun definisi-definisi tersebut bervariasi (bahkan beberapa diantaranya saling kesamaan dalam hal tiga komponen utama: (1) kepuasan pelanggan merupakan respon (emosional atau kognitif); (2) respon tersebut menyangkut fokus tertentu (ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi, dan seterusnya); dan (3) respon terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemilihan produk atau jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif, dan lain-lain).

Kualitas layanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) pelanggan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas layanan tersebut akan dianggap baik dan memuaskan (Parasuraman, 1985) Pelayanan yang ramah, fasilitas yang bersih, kesesuaian layanan dengan prinsip syariah, serta penampilan fisik yang menarik dari karyawan bank syariah maka meningkatkan kepuasan nasabah bank syariah.

Kepuasan nasabah merupakan indikator utama terjadinya loyalitas nasabah. Nasabah yang merasa puas terhadap layanan bank syariah akan mentransformasikan perasaannya tersebut menjadi loyalitas yang ditunjukkan dengan pembelian kembali secara konsisten dan menyarankan kepada orang lain untuk membeli produk dan layanan dari bank syariah. Pelanggan yang merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa maka besar kemungkinan pelanggan tersebut akan menjadi loyal dalam waktu yang lama (Umar, 2000)

Nasabah akan menetap di bank tersebut jika layanan yang diberikan oleh bank sangat memuaskan untuk nasabah, karena layanan yang memuaskan akan menentukan keberadaan nasabah di bank tersebut. Akan tetapi, jika suatu bank memiliki layanan yang buruk maka nasabah tidak segan-segan untuk berpindah ke bank lain yang memiliki layanan yang lebih baik dari bank sebelumnya. Untuk itu dalam praktiknya, pembagian nasabah terbagi dalam tiga kelompok (Khasmir, Etika Customer Service, 2008)

Nasabah Baru. Nasabah jenis ini adalah yang pertama kali datang ke sebuah perusahaan, yang kedatangannya hanya untuk mendapatkan informasi atau bersedia melakukan transaksi. Jika kedatangan awal hanya ingin mendapatkan informasi tetapi karena sikap kita yang baik bukan tidak mungkin nasabah akan melakukan transaksi.

Nasabah Biasa. Ini artinya nasabah yang sudah berurusan dengan kita, tetapi tidak rutin. Jadi kedatangannya adalah untuk melakukan transaksi. Hanya saja sefrekuensi transaksi dan kedatangan tidak terlalu sering.

Nasabah Utama (*primer*). Ini berarti bahwa nasabah yang sudah berhubungan dengan kami pelanggan atau nasabah utama selalu membuat kami nomor satu dalam hubungan. Pelanggan ini tidak lagi meragukan kesetiannya dan sikap kita terhadap mereka harus selalu dipupuk.

## **Indikator Kepuasan Nasabah**

Indikator kepuasan nasabah menurut Risdayanti Harun : Kepuasan karena ekspektasi, yaitu kesesuaian antara harapan dengan kenyataan. Kepuasan karena penggunaan produk, yaitu pelanggan akan merasakan puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Kepuasan karena keseluruhan, yaitu kepuasan berdasarkan pengalaman selama menjadi nasabah.



### **Strategi Meningkatkan Kepuasan Nasabah**

Ada beberapa strategi untuk meningkatkan kepuasan nasabah yaitu : *Relationship marketing strategy* (strategi pemanasan berkesinambungan). Menjalin hubungan yang baik secara terus menerus (berkesinambungan) dengan nasabah, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi juga hubungan jangka panjang. Nasabah puas dan loyal pada bank. Oleh karena itu bank harus terus menerus memelihara dan meningkatkan pelayanannya sesuai dengan yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah. Bank harus menjalin tali silaturahmi yang baik dengan nasabah, agar nasabah merasa bank sebagai rumah kedua mereka. Hal ini akan mampu meningkatkan loyalitas nasabah kepada bank, dan menimbulkan *word of mount* yang positif (Suryanto, 2001)

Strategi pelayanan prima. Strategi ini dimaksudkan sebagai kegiatan proses regulasi dalam mengimplementasikan strategi perusahaan sehingga output dari strategi tersebut dapat memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh perusahaan. Strategi jangka panjang adalah strategi yang diimplementasikan untuk beoprasi pada kemitraan yang kuat dan langsung secara individu (Johnson, 2020) Menawarkan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing. Usaha ini biasanya membentuk biaya yang cukup besar, tetapi juga memberikan dampak yang sangat besar (positif) kepada nasabah.

### **Sifat-Sifat Nasabah**

Sewaktu memebantu pelanggan/nasabah, *customer service* harus dapat memahami sifat nasabah. Karena setiap nasabah punya karakteristik tidak sama, seperti budaya, pengalaman, daerah asal, pendidikan, dan agama. Umumnya, tiap nasabah punya kehendak serupa, yang diisi dengan kehendak dan kebutuhan mereka untuk mendapatkan perhatian.

Berikut ini adalah karakteristik nasabah yang harus diketahui (Kasmir, Kewirausahaan., 2013): Nasabah dianggap sebagai raja. Mau untuk dipenuhi keinginan kebutuhannya. Tidak mau debat dan tidak mau disinggung. Nasabah mau diperhatikan. Nasabah merupakan pendapatan bank

### **Sebab-Sebab Nasabah Meninggalkan Bank**

Meskipun layanan yang diberikan maksimal, terkadang nasabah msih tidak puas, sehingga pada akhirnya ia malah melarikan diri ke bank lain. Oleh karena itu, setiap karyawan bank khususnya petugas *customer service* harus dapat memahami alasan nasabah yang melarikan diri dari bank dan bagaimana cara mencegahnya (Kasmir, Pemasaran Bank., 2010). Berikut adalah beberapa alasan nasabah meninggalkan bank, yaitu: Layanan tidak memuaskan. Produk buruk. Ingkar janji dan tidak tepat waktu. Dan Biaya yang relatif mahal

### **Perbankan Syariah**

Menurut Undang-undang nomor 10 tahun 1998, yang dimaksud dengan bank adalah *badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya yang dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak*. Adapaun ketentuan perbankan syariah diatur dalam undang-undang perbankan syariah nomor 21 tahun 2008 yang menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. (Masrurroh, 2015) Menurut Sudarsono “Bank Syariah adalah lembaga keuangan negara yang memberikan kredit dan jasa-jasa lainnya di dalam lalu lintas pembayaran dan juga peredaran uang yang beroperasi dengan prinsip-prinsip syariah atau islam.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa maksud dari Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang di dalamnya menganut unsur islami dan bebas dari riba atau tidak menguntungkan sebelah pihak, melainkan saling menguntungkan.

### **Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional**

Bank syariah merupakan bank yang tidak ada unsur riba dan berdasarkan marjin keuntungan, dan investasi hanya pada bidang usaha yang halal pengoperasionalannyapun harus

sesuai dengan arahan dewan pengawas syariah, sedangkan Bank konvensional adalah bank yang memakai metode bunga dan hubungan dengan nasabah dalam bentuk-bentuk kreditur. Tidak membendakan investasi yang halal dan haram, dan tidak memiliki dewan pengawasan.

### **Ciri-ciri Bank Syariah**

Bank syariah memiliki beberapa ciri-ciri dan karakteristik antara lain : Berdimensi keadilan. Adanya pemberlakuan jaminan. Menciptakan rasa kebersamaan. Bersifat mandiri. Persaingan secara sehat. Adanya dewan pengawasan syariah. Produk Bank Syariah, seperti : *Al-Wadi'ah* (Simpanan), Pembiayaan dengan Bagi Hasil *Al-Musyarakah*, *Al-Mudharabah*, *Al-Muzara'ah*, *Al-Musaqah*, *Bai'al Murabahah*, *Bai'as Salam*, *Bai'Al-Istisna*, *Al-Ijarah* (*Leasing*), *Al-wakalah* (Amanat), *Al-Kafalah* (Garansi), *Al-Hawalah* dan *Ar-Rahn*.

### **Prinsip-Prinsip Dasar Operasional Bank Syariah**

Dalam syariah islam hubungan ekonomi ditentukan oleh akad, yang secara umum terdiri dari lima konsep dasar akad. Bank syariah dan bank konvensional memiliki produk-produk yang bersumber dari lima konsep akad untuk dioperasionalkan. Kelima konsep yang bermaksud yaitu: (1) sistem simpanan (2) bagi hasil (3) margin keuntungan (4) sewa (5) *fee* (jasa) (Muhamad, 2014).

#### **Prinsip Simpanan Murni (*al-wadiah*)**

Ciri ini seiring dengan pasal 8 UU Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan, yang berbunyi: "dalam memberikan kredit, bank umum wajib mempunyai keyakinan atas kemampuan dan kesanggupan debitur mengambilkan uangnya, anggunan dapat hanya berupa barang, proyek atau hak tagih yang dibiayai dengan kredit yang bersangkutan.." (Awaludin, 2011). Menciptakan rasa kebersamaan..Dalam operasionalnya bank syariah berupaya menciptakan kebersamaan antara dirinya sebagai pemilik modal dengan nasabahnya sebagai pengelola modal. (Antonio, 1997)

### **Prinsip-Prinsip Dasar Operasional Bank Syariah**

Dalam syariah islam hubungan ekonomi ditentukan oleh akad, yang secara umum terdiri dari lima konsep dasar akad. Bank syariah dan bank konvensional memiliki produk-produk yang bersumber dari lima konsep akad untuk dioperasionalkan. Kelima konsep yang bermaksud yaitu: (1) sistem simpanan (2) bagi hasil (3) margin keuntungan (4) sewa (5) *fee* (jasa) (Muhamad, 2014).

**Prinsip Simpanan Murni (*al-wadiah*).** Prinsip simpanan murni merupakan fasilitas yang diberikan oleh Bank Islam untuk memberikan kesempatan kepada pihak yang kelebihan dana untuk menyimpan dananya dalam bentuk *wadiah*

**Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*).** Sistem ini adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini adalah *murabahah* dan *musyarakah*.

**Prinsip Jual Beli (*At-Tijarah*).** Prinsip ini merupakan suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli barang terlebih dahulu barang atas nama bank, kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan (margin).

**Prinsip Sewa (*al-ijarah*).** Prinsip ini secara garis besar terbagi kepada dua jenis: (1) *Ijarah*, sewa murni, seperti halnya penyewaan traktor dan alat-alat.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif dimana penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran dan menguji secara empiris (Penguji hasil penelitian berdasarkan pengamatan atau pengalaman). Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikan perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti. Pada umumnya penelitian kuantitatif merupakan penelitian sample besar (Azwar, 2007)

Penelitian kuantitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kuantitatif, peneliti adalah instrument. Oleh karena itu peneliti harus memiliki bekal

teori dan wawasan yang luas yang dapat menjadikan analisis dan mengkonstruksi objek yang diteliti menjadi lebih jelas. Penelitian ini lebih menekankan pada makna dan nilai dari teori yang dimiliki.

Hakikat penelitian kuantitatif adalah mengamati orang dalam lingkungan hidupnya berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya, mendekati atau berinteraksi dengan orang-orang yang berhubungan dengan fokus penelitian dengan tujuan mencoba memahami, menggali dan pengalaman mereka untuk mendapat informasi atau data yang diperlukan (Iskandar, 2014).

Metode penelitian kuantitatif yaitu sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme, rasional dan sistematis (Sugiyono, Metode Penelitian Manajemen., 2017). Kuantitatif ialah penelitian yang dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian juga pemahaman akan kesimpulan penelitian disertai dengan tabel grafik, bagian atau tampilan lainnya (Suharsimi, 2006) Penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis, yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah.

### **Jenis dan Sumber Data**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, deskriptif yakni penelitian yang mengumpulkan data sebanyak-banyaknya mengenai Pengaruh Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah.

Sedangkan kuantitatif ialah penelitian yang dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian juga pemahaman akan kesimpulan penelitian disertai dengan tabel grafik, bagan atau tampilan lainnya (Suharsimi Arikunto: 2002).

### **Sumber Data**

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Data Primer. Data Primer yaitu data statistik yang diperoleh atau bersumber dari tangan pertama (*Frist hand data*), yaitu sumber memang benar mewakili atau berhak memberikan informasi data (Dr. Supriadi 2017). Sumber data primer diperoleh langsung berdasarkan jawaban responden dari kuesioner yang dibagikan kepada subyek penelitian.

Data Sekunder. Data sekunder merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian. Karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak mendapatkan data yang memenuhi sumber data yang digunakan penelitian.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data menurut (Sugiyono, 2019) dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari settingnya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (*natural setting*), pada laboratorium dengan metode eksperimen di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, di jalan dan lain-lain. Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut: Observasi , Kuesioner (Angket) dan Dokumentasi

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam memberikan pelayanan tentu mewajibkan seluruh karyawan dan personal yang ada di dalamnya untuk memberikan pelayanan yang terbaik khususnya pelayanan *customer service* dikarenakan *customer service* adalah personal yang lebih banyak menerima keluhan-keluhan dari nasabah. Selain itu *customer service* lebih banyak berinteraksi terhadap para nasabah terutama mengenai produk perbankan. Dengan demikian *customer service* harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik, agar nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan.

Dari hasil perolehan persamaan model regresi sederhana diketahui bahwa variabel pelayanan *customer service* (X) menunjukkan nilai koefisien regresi positif, hal tersebut menunjukkan adanya arah positif antara variabel pelayanan *customer service* (X) dengan kepuasan nasabah (Y). hal ini dapat diartikan bahwa jika semakin baik pelayanan *customer service* maka kepuasan nasabah akan semakin besar. Begitu pula sebaliknya jika pelayanan *customer service* kurang maka kepuasan nasabah akan buruk. Penelitian ini memiliki data yang signifikansi valid dan reliabel. Pada penelitian ini juga uji normalitas juga signifikansi, data ini juga terbebas dari gejala heteroskedastisitas dan multikolinearitas.

Hasil penelitian ini menunjukkan pelayanan *customer service* dengan diketahui nilai  $t_{hitung}$  variabel pelayanan *customer service* (X) 9,404 dan nilai  $t_{tabel}$  1,990 maka  $9,404 > 1,990$  dengan demikian maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Serta nilai sigifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa pelayanan *customer service* Bank Syariah (X) secara empiris berpengaruh positif pada kepuasan nasabah (Y) mahasiswa di Bank Syariah. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan *customer service* berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah.

Pada penelitian milik (Harun, 2016) dengan judul yang sama dan variabel yang sama juga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah

**Tabel II. Hipotesis**

	<b>Hipotesis</b>	<b>Kesimpulan</b>
H	Pengaruh Pelayanan <i>Customer Service</i> terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah	Diterima

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan hasil analisa data, pengujian hipotesis dan pembahasannya, maka disimpulkan bahwa variabel X (Pelayanan *Customer Service*) berpengaruh positif dan signifikan sebesar 49,3% *R Square* terhadap variabel Y (Kepuasan Nasabah) pada mahasiswa STEBI Global Mulia Cikarang di Bank Syariah. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil analisis data yang di uji menggunakan uji t yang menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  variabel Pelayanan *customer service* (X) pada output sebesar  $9,404 > 1,990$

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah. (2020). *Pengaruh pendapatan mahasiswa dan pengetahuan tentang bank syariah terhadap minat menabung di bank syariah*.
- Alauddin. (2011). *Alauddin University Press*.
- Awaludin. (2011). *Manajemen Bank Syariah, Alauddin University Press*. Makasar.
- Azwar, S. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Antonio, K. P. (1997). *Apa dan Bagaimana Bank Islam*. Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf.
- Bankir. (2014). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Fernos. (2018). *Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah*.
- Giese&Cote. (2000). *Service Quality dan Satifaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Harun, R. (2016). Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Syariah KCP Sungguminasa. *UIN Alauddin Makasar*.
- Iskandar. (2014). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Gaung Persada (GP Press).
- Masruroh. (2015). *Manajemen Produk Dan Jasa Layanan Perbankan Syariah*. Ciputat.
- Moleong, L. J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Oliver. (1999). *whence customer loyalty*. *Journal of Marketing*.
- Parasuraman. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research*. *Journal of Marketing*.

- Sudarsono. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonosia.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif. R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supardi. (2017). *Statistik Penelitian Pendidikan*. Bandung: Raja Grafindo.
- Suryanto, S. d. (2001). *Pelayanan Prima*. Jakarta: LAN.
- Magister, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro*. Semarang.
- Tjiptono. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.
- Tjiptono(Giese&Cote), F. (2016). *Service Quality dan Satisfacion*. Yogyakarta: ANDI.

