

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN K-BANK BUKOPIN SYARIAH TERHADAP
KEPUASAN MAHASISWA
(Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah
Bandung 2021-2023)**

Sohibul ma'arif¹, Heni Mulyasari²

¹²Universitas Muhammadiyah Bandung

Email Korespondensi : sohibulmaarif18@gmail.com

Diterima: 03 Agustus 2024

Direview: 25 Agustus 2024

Dipublikasikan: 22 September 2024

Abstract

This research was conducted to determine the influence of K-Bank Bukopin Syariah Service Quality on Student Satisfaction, with the UMBandung sharia economics study program as the research object. The sampling technique used in this research is random sampling. The population used was 83 with a sample of 83 using a descriptive quantitative approach. The data analysis technique used is a simple linear regression test. The results of the research show that the t -count value of the service quality variable is $8.073 > t$ table of 1.989 and the significance value is $0.000 < 0.05$. And the magnitude of this influence is 44.6% influenced by service quality while the remaining 55.4% influenced by other variables outside that were not identified by the researcher.

Keywords: service quality, satisfaction, UMBandung students, K-bank Bukopin Syariah

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan K-Bank Bukopin Syariah terhadap Kepuasan Mahasiswa, dengan prodi ekonomi syariah UMBandung sebagai obyek penelitian. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *random sampling*. Populasi yang digunakan sebanyak 83 dengan sampel juga 83 menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Teknik analisis data yang digunakan ialah uji regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan nilai thitung variabel kualitas pelayanan sebesar $8,073 > t$ tabel sebesar $1,989$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dan besarnya pengaruh tersebut sebesar $44,6\%$ dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sedangkan sisanya sebesar $55,4\%$ dipengaruhi oleh variabel lain diluar yang tidak diidentifikasi oleh peneliti.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kepuasan, mahasiswa UMBandung, K-bank Bukopin Syariah

A. PENDAHULUAN

Usaha syariah masa kini mulai berkembang pesat, dibuktikan dengan banyaknya Perbankan Syariah, Pegadaian Syariah, Asuransi Syariah, serta Koperasi Syariah. Dibalik perkembangan tersebut yang dapat dinilai lebih unggul adalah Perbankan Syariah, dimana pertumbuhannya lebih cepat jika dibandingkan dengan Lembaga Keuangan Syariah lainnya

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN K-BANK BUKOPIN SYARIAH TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA

dan juga Lembaga Keuangan konvensional. Tingkat perkembangan industri serta ekonomi di Indonesia meningkat drastis bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya, hal ini membawa dampak positif bagi perbankan yang ada di Indonesia terutama bank syariah, dibuktikan dengan banyaknya permintaan nasabah mengingat didalamnya terdapat kecocokan keinginan serta permintaan dalam membawa kebaikan bersama. Hal tersebut dapat menciptakan kepuasan serta dampak loyalitas kepada nasabah (Lubis, 2016).

Nasabah merasa kecewa jika tidak mendapatkan layanan sesuai harapannya. Namun, apabila pelayanan yang bagus tidak akan berarti jika tidak didukung dengan adanya produk yang sesuai. Apabila itu terjadi maka akan mengakibatkan hasil yang mengecewakan bagi nasabah itu sendiri, begitu sebaliknya bila yang diberikan sesuai dengan harapan maka yang akan didapatkan adalah sebuah kegembiraan serta kebahagiaan (khoerul ummah, 2022).

Banyaknya bank di Indonesia yang berstatus non syariah dan syariah akan dapat memicu timbulnya daya saing diantara keduanya. Oleh karena itu, institusi diminta untuk memberikan suatu layanan yang terbaik terhadap nasabah agar terciptanya rasa puas akan penggunaan layanan produk maupun jasa dari bank itu sendiri. Munculnya persaingan dapat membuktikan ketangkasan sumber daya yang lebih baik serta cekatan dalam memberikan sebuah pelayanan tersebut (Atmojo, 2011). Di sisi lain fakta yang beredar dimasyarakat menunjukkan bahwa belum semua masyarakat mengenal perbankan syariah serta produk-produk yang ada di dalamnya, sehingga masih banyak menimbulkan keragu-raguan dalam kaidah prinsip keislaman (Saputra et al., 2018)

Sesuai data yang terhitung ditahun 2023, UUS (Unit Usaha Syariah) dan Bank Umum Syariah sebagai bagian dari bank syariah yang beroperasi di Indonesia masing-masing telah mencapai jumlah 20 dan 14 unit sehingga bisa dikatakan bahwa perkembangannya cukup signifikan (KNKS & Kementrian PPN/Bappenas, 2020).



Gambar 1. Jumlah Perbankan di Indoensia tahun 2023

Sumber: <https://kneks.go.id>

Bank syariah mempunyai peranan penting saat ini dalam memajukan perekonomian masyarakat Indonesia serta dalam kegiatan pemenuhan kebutuhan. Oleh karena itu kehadirannya memunculkan warna sendiri dalam masyarakat, melihat potensi populasi umat Islam saat ini (Atmojo, 2011). Dalam situasi sekarang dengan munculnya banyak persaingan yang begitu padat bank syariah sendiri diminta untuk memberikan pelayanan yang baik agar nantinya mendapatkan nilai positif serta menumbuhkan kepercayaan yang tinggi dari nasabah terkait pelayanan yang ada.

Rasa puas yang muncul dalam diri setiap nasabah terhadap bank tidak akan pernah menjamin nasabah tersebut akan selalu menggunakan layanan terus menerus. Untuk itu, rasa puas yang diberikan haruslah ditambah sedikit demi sedikit agar nantinya bisa muncul rasa kepuasan baru yang dimana dapat juga digunakan sebagai daya saing usaha itu sendiri. (Saputra et al., 2018).

Kotler menguraikan bahwasanya kepuasan merupakan suasana hati baik senang maupun kecewa dalam diri seseorang muncul melalui adanya kesan terdapat suatu pekerjaan maupun wujud dari barang yang diinginkan. Para nasabah cenderung merasa kurang puas apabila kinerjanya di bawah harapan mereka, hal ini dapat menyebabkan munculnya dampak negatif bagi perbankan syariah dimana dampak tersebut dapat menyebabkan penurunan jumlah nasabah yang mengakibatkan tidak adanya kepercayaan terhadap penggunaan jasa perbankan dan menurunkan laba perusahaan (SukContoh Blssa JTabarearno et al., 2019).

Kepuasan serta ketidakpuasan nasabah menjadikan faktor utama atas penilaian nasabah atas sesuatu yang diinginkannya. Keinginan tersebut dibandingkan dengan pendapat nasabah terhadap kenyataan serta ekspektasi yang nasabah peroleh dari perbankan. Parasuraman menyatakan bahwasanya ketika konsumen merasakan pengalaman pelayanan yang sesuai kepinginan mereka, maka pelayanan tersebut dikatakan berkualitas dan juga baik (Sinollah & Masruro, 2019). Dalam mendapatkan kualitas tersebut ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi akan munculnya suatu kualitas tersebut, yaitu kenyataan, kesesuaian, kemampuan, jaminan serta simpati.

Di dalam penelitian yang dilakukan oleh Tianxiang Sheng dan Chunlin Liu meyakini bahwasanya kualitas pelayanan mampu memberikan manfaat yang potensial dan strategis kepada seluruh pihak seperti halnya muncul kepercayaan nasabah, meningkatnya perusahaan serta loyalitas nasabah terhadap perbankan (Yaqin Ainul & Aniek Maschudah Ilfitriah, 2014). Fenomena yang ada memperlihatkan bahwa tidak semua mahasiswa Ekonomi Syariah menggunakan layanan pada K-Bank Bukopin Syariah. Hal ini menjadi sebuah pertanyaan besar. Sehingga menjadi dasar dari dilakukannya penelitian yang berfokus pada variabel pengaruh pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa serta seberapa besar pengaruhnya dalam hubungan dua variabel tersebut.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Teori dasar pertama kali yang mendukung analisis dalam fenomena ini ialah teori kepuasan konsumen. Teori ini merupakan teori yang pertama kali dicetuskan oleh Howard di tahun 1963. Kemudian dikembangkan lagi menjadi istilah Theory of Buyer Behavior. Kotler menjadi tokoh sentral dalam pengembangan teori ini di tahun-tahun berikutnya. Menurut asumsi Kloter, istilah yang seharusnya digunakan ialah keputusan konsumen, yakni menjelaskan suatu perasaan bahagia maupun ketidaksukaan yang didapatkan ketika membandingkan suatu hasil dari sebuah barang atau jasa dengan dampak yang diinginkan.

Kotler juga menjelaskan bahwa dalam mencapai sebuah kepuasan konsumen, konsumen terlebih dahulu harus melalui proses Keputusan (Berliana, 2021). Hal tersebut sesuai firman Allah berikut ini:

بِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ
فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: *“Maka disebabkan Rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.*(Qs.Al- Imran ayat159).

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN K-BANK BUKOPIN SYARIAH TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA

Kualitas Pelayanan

Kotler menyebutkan suatu layanan ialah segala bentuk kegiatan yang diberikan dari satu ke yang lain, yang dimana dasar dari kegiatannya tidak terlihat bentuknya dan tidak berakibat atas kepunyaan pribadi (Arfandy, 2016). Tijptono mengatakan kualitas pelayanan ialah keadaan dinamis terkait hubungannya dengan suatu produk, makhluk hidup dengan keadaan dalam memenuhi ekspektasi. Sedangkan Alma mendefinisikan pelayanan konsumen ialah jasa yang diberikan kepada konsumen atas hubungan produk tertentu (Octavia, 2019).

Dalam Islam apabila kita hendak memberi suatu barang ataupun hendaklah berikan kepada orang lain sebaiknya berilah sesuatu yang baik dan janganlah sesekali kalian memberikan hal yang kurang baik/buruk (Lestari, 2021). Firman Allah dalam Qs. Al- Baqarah ayat 267:

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari harta hasil usahamu yang baik-baik dan segala 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 memicingkan mata terhadapnya dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”*. (Qs-Al Baqarah 267).

Parasuraman menjelaskan bahwasanya dalam suatu layanan terdapat beberapa indikator yang mempengaruhinya diantaranya; (Parasuraman A Parsu et al., 1988)

1. Tangiabel (kenyataan)
Dalam bentuk wujud nyata seperti keadaan ruangan, kebersihan dan yang lainnya.
2. Reliability (Keandalan)
Kesesuaian atas apa yang di tawarkan.
3. Responsiveness (Daya tanggap)
Kemampuan dalam memberikan masukan maupun jalan keluar apabila terjadi sebuah keluhan nasabah.
4. Assurance (Jaminan)
Suatu proses pemberian keamanan atas kekhawatiran terkait transaksi yang telah dilakukan ataupun ingin dilakukan.
5. Empati
Memahami serta memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabah.

Kepuasan

Kepuasan menurut Kotler dan Gari Amstrong menyatakan kepuasan sebagai tingkatan dari pemenuhan akan keinginan atas pembelian. Menurut Markenis kepuasan merupakan bagian dari kesenangan hati dan kekecewaan yang timbul atas dasar perbandingan keinginan dan ekspektasi (Yaqin Ainul & Aniek Maschudah Ilfitriah, 2014). Kepuasan konsumen menjadikan faktor penting atas keberadaan, kelangsungan, serta perkembangan perusahaan (Ivantan et al., 2020). Bagi institusi keuangan seperti bank, pemenuhan atas kepuasan nasabah sangatlah penting dan tidak bisa diabaikan begitu saja.

Menurut Kotler & Keller dalam menetapkan kepuasan pelanggan terdapat beberapa indikator pengukuran antara lain (Lestari, 2021):

1. Kesesuaian harapan Ekspektasi yang sesuai dengan harapan pelanggan

2. Minat berkunjung Kembali Ketertarikan untuk datang kembali atas adanya kepuasan dari manfaat barang yang didapatkan.
3. Ketersediaan rekomendasi seseorang yang merekomendasikan agar tertarik terkait produk dimana beberapa situasinya menyatakan bahwa masyarakat membeli karena pertimbangan pada fasilitas yang memadai, nilai konsumsi dan manfaat dari barang yang dibeli.

Ekonomi Islam

Dalam islam terdapat tiga pilar utama yaitu Aqidah sebagai bahan atas keyakinan terhadap tuhan. Ke-2 syariah merupakan bagian dari islam terkait aturan yang mewajibkan seorang muslim baik dalam bidang ibadah maupun hubungan antar manusia. Ketiga akhlak merupakan suatu perilaku yang mencirikan pribadi seseorang (Churiyah, 2011). Ekonomi islam merupakan ilmu pengetahuan sosial dimana didalamnya terdapat paham-paham ekonomi dengan diilhami nilai-nilai islam (Titin, 2022). Dalam ekonomi islam terdapat sistem bagi hasil yang membedakannya dengan ilmu-ilmu lainnya. Dikalangan Masyarakat Indonesia sekarang, sistem bagi hasil bukanlah hal baru melainkan hal yang sudah lama diketahui (Andika Danang, 2023).

C. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang didalamnya menggunakan angka, dimulai dari proses pengumpulan data sampai dengan interpretasi data.

Operasionalisasi Variabel

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Skala
Kualitas Pelayanan	a. <i>Tangible</i> /Bukti fisik b. Reliability/Keandalan c. Responsiviness/Daya tangkap d. Assurance/Jaminan e. Emphaty/Empati	<i>Likert</i>
Kepuasan Mahasiswa	a. Kesesuaian harapan b. Minat berkunjung kembali c. Ketersediaan merekomondasikan	<i>Likert</i>

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Bandung yang beralamat Jl. Soekarno Hatta No.752, Cipadung Kidul, Kecamatan Panyileukan, Kota Bandung, Jawa Barat 40614. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2024.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah general yang terdiri dari suatu objek/subjek dimana memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulan (Lubis, 2016). Adapun jumlah populasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah mahasiswa ekonomi syariah UMBandung 2021-2023 sebanyak 83 mahasiswa.

Sampel merupakan suatu bagian populasi dimana jumlah dan karakteristiknya akan dipilih sebagai perwakilan dari populasinya (Aryanto, 2018). Pengambilan sampel dalam

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN K-BANK BUKOPIN SYARIAH TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA

penelitian ini menggunakan sample jenuh, merupakan teknik pengambilan sampel dengan mengambil seluruh jumlah populasi, mengingat populasinya sedikit. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian merupakan teknik analisis regresi linear sederhana yang diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 25.

D. HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwasanya seluruh item pernyataan variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel kepuasan mahasiswa (Y) dinyatakan valid, karena nilai dari $t_{hitung} > t_{tabel}$. Adapun hasil uji reliabilitas, seluruh item pernyataan dianggap reliabel dimana nilai dari Cronbach Alpha $> 0,60$. Persamaan regresi yang diperoleh yakni $Y=9,690 + 0,525X$. Interpretasi dari koefisien arah (0.525X) menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa memiliki arah positif.

Pada uji t didapatkan besaran nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan sebesar 8,073, dimana jumlahnya lebih besar dari t_{tabel} yang memiliki angka sebesar 1,989. Tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Adapun nilai koefisien determinan (R^2) sebesar 0,446. Hal ini memperlihatkan bahwa variasi pelayanan yang dapat dijelaskan oleh persamaan $Y= 9,690 + 0,525X$ adalah sebesar 44,6% . Sisanya sebesar 55,5% dijelaskan oleh faktor lain di luar variabel pada persamaan regresi tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dalam beberapa tahap, didapatkan bahwasanya nilai t_{hitung} pada variabel kualitas pelayanan sebesar 8,073. T_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yang memiliki angka 1,989. Adapun tingkat signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dengan besaran pengaruhnya 44,6% dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan sisanya 55,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Adapun besaran hubungan antar variabel bernilai 0,668, menunjukkan hubungan yang kuat.

Penelitian ini didukung oleh Dewi Retno (Date & Search, 2019) dengan judul Pengaruh Service Quality dan Customer Value Terhadap Kepuasan Menabung Di BRI Syariah KC Madiun. Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa service quality dan customer value berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan menabung.

Menurut hasil penelitian Inas Mawardah (Saputra et al., 2018) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Customer Value Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kaksus Pada Bank Syariah Bukopin), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan customer value berpengaruh secara parsial dan simulative berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Bukopin. Sutikno (SukContoh Blssa JTabarearno et al., 2019) dalam penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT. Bank Bukopin cabang Yogyakarta menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah serta kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian dari Muhammad Rahmad Lubis (Lubis, 2016) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan relationship marketing berpengaruh terhadap kepuasan nasabah serta kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah sedangkan relationship marketing tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, penting bagi Lembaga perbankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan mengingat kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan pengaruh kepuasan pada nasabah.

E. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengelolaan data disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Hal tersebut dapat dilihat pada hasil uji t yang dimana nilai t-hitung sebesar 8,073 dimana jumlahnya besar dibandingkan t-tabel yang memiliki angka 1,989 dengan tingkat signifikansinya adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil uji koefisien determinan (R^2), didapatkan nilai R^2 sebesar 0,446. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 44,6% , sisanya sebesar 55,4% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an, Surat Al-Baqarah:267, Al Halim, Cetakan pertama Tahun 2014
- Andika Danang, A. J. (2023). Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia. *D. S. Priyarsonoa*, 13(1), 1–2.
- Arfandy, W. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Pajak Daerah Pada Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Serdang Begadai. *Repository.Uma.Ac.Id*, 1–23. <https://repository.uma.ac.id/handle/123456789/1403>
- Aryanto, U. (2018). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 1, 32–41.
- Atmojo, A. P. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah. *Studi Kasus Pada BNI Syariah Cabang Semarang*" <https://core.ac.uk/download/pdf/11725382.pdf>
- Berliana, N. (2021). Landasan Teori ادیدج. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, 18.
- Churiyah, M. (2011). Mengenal Eknomi Syariah. *Surya Pena Gemilang*.
- Date, R., & Search, Q. (2019). "Pengaruh Service Quality dan Customer Value terhadap kepuasan Nasabah Manabung di BRI Syariah KC Madiun," 1–154.
- Ivantan, I., Ariyanto, A., & Purwanti, P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bpr Syariah X. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(3), 415–422. <https://doi.org/10.32493/jee.v2i3.6805>
- khoerul ummah. (2022). "Pengaruh digitalisasi perbankan melalui self service teknologi terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah indonesia" Negara no. 8.5.2017 (2002): 2003-5
- KNKS, & Kementrian PPN/Bappenas. (2020). Trend Konversi Ke Bank Syariah Tingkatkan Efisiensi dan Probuktivitas Bisnis. *INSIGHT: Buletin Ekonomi Syariah*, 9, 1–22. [https://kneks.go.id/storage/upload/1580002526-KNKS Insight Edisi 8 \(Januari\)-1.pdf](https://kneks.go.id/storage/upload/1580002526-KNKS%20Insight%20Edisi%208%20(Januari)-1.pdf)
- Lestari, I. (2021). Fakultas agama islam universitas muhammadiyah sumatera utara medan 2021. *Core.Ac.Uk*. <https://core.ac.uk/download/pdf/225829261.pdf>
- Lubis, M. R. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan relationship marketing terhadap kepuasan nasabah serta dampaknya pada loyalitas nasabah (Bank Syariah Bukopin). In *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/53903>
- Octavia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 35–39. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.35-39>
- Saputra, A. D., Nursalim, M., & Arumsari, G. P. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Customer Value Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah. *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 73–98.

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN K-BANK BUKOPIN SYARIAH TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA

- Sinollah, & Masruro. (2019). Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kapanjen). *Jurnal Dialektika*, 4(1), 45–64.
- SukContoh Blissa JTabarearno, N. M., Wirawan, P. W., Adhy, S., Andi, S., Mukhlasin, H., Muhaemin, M., Nurhayati, S., Untuk, D., Salah, M., Syarat, S., Gelar, M., Teknik, S., Studi, P., Elektro, T., גרינבלט, י, Martinench, A., Network, N., Php, W., Algoritma, M., ... Adhitya Putra, D. K. T. (2019). "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas PT Bank Bukopin TBK Cabang Yogyakarta" *Rabit : Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Univrab*, 1(1), 2019.
- Titin, T. (2022). Konsep Dan Peran Strategis Ekonomi Syariah Terhadap Isu Kemiskinan. *Jurnal Ekonomi-Qu*, 12(2), 210. <https://doi.org/10.35448/jequ.v12i2.17500>
- Yaqin Ainul, & Aniek Maschudah Ilfitriah. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 4(2), 245–260.