



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK MUAMALAT KCP KOTA PASURUAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Pinky Anjeli Kusuma Cahyani

21801083074



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

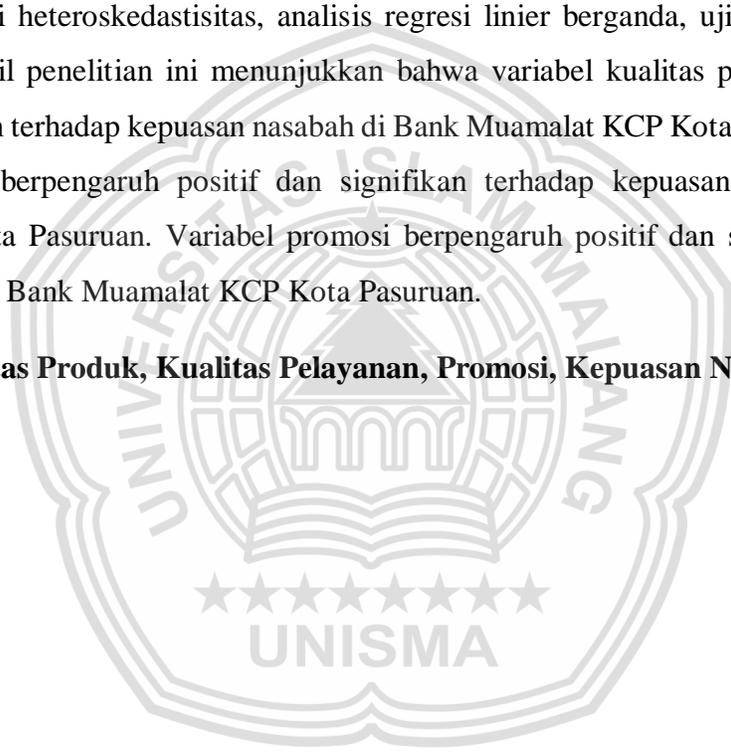
PRODI PERBANKAN SYARIAH

2022

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan sebanyak 10.000 nasabah dan teknik sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif korelasional dengan beberapa tahapan penelitian yang meliputi penyebaran kuesioner, pengumpulan data, dan analisis data. Kuesioner diuji dengan menggunakan uji validitas, uji realitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji F, uji determinasi (R^2), dan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi, Kepuasan Nasabah.



ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product quality, service quality and promotion on customer satisfaction at Bank Muamalat KCP Pasuruan City. The population in this study were all customers of Bank Muamalat KCP Pasuruan as many as 10,000 customers and the sample technique used was purposive sampling with a total sample of 100 respondents. The method used is a correlational quantitative method with several stages of research which include distributing questionnaires, data collection, and data analysis. The questionnaire was tested using validity test, reality test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, F test, determination test (R²), and t test. The results of this study indicate that the product quality variable has a positive and significant effect on customer satisfaction at Bank Muamalat KCP Pasuruan City. The service quality variable has a positive and significant effect on customer satisfaction at Bank Muamalat KCP Pasuruan City. The promotion variable has a positive and significant effect on customer satisfaction at Bank Muamalat KCP Pasuruan City.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Promotion, Customer Satisfaction.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penduduk Indonesia yang mayoritas Muslim adalah bagian dari peluang strategis dalam pengembangan ekonomi dan keuangan syariah. Lebih dari 227 juta jiwa adalah muslim yang merupakan pangsa pasar yang sangat menjanjikan. Berbagai produk kebutuhan muslim pun banyak dikembangkan di Indonesia, tidak sebatas makanan halal, kebutuhan lainnya meliputi kosmetik halal, fashion muslim, pariwisata halal, sampai produk jasa dari Lembaga Keuangan Syariah juga menjadi kebutuhan penduduk muslim di Indonesia. Perkembangan industri yang berbasis syariah di Indonesia pun juga semakin berkembang (Rambe, 2020).

Pertumbuhan aset perbankan syariah dalam kurun waktu 5 tahun menunjukkan adanya kenaikan. Bank Umum Syariah naik menjadi 350,36 miliar rupiah, Unit Usaha Syariah naik menjadi 174,20 miliar rupiah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah naik menjadi 13,76 miliar. Dalam praktik dan penerapan ekonomi dan keuangan tentunya tidak berjalan mulus begitu saja, banyak hambatan dalam membumikan praktik ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia yang bukan merupakan negara berbasis agama Islam. Salah satu instrumen yang digunakan dalam menghadapi dan menyelesaikan hambatan - hambatan tersebut tentunya perlu dukungan dari pemerintah yaitu dalam hal regulasi, kebijakan dan peraturan lainnya (Fikriyah, 2021).

Bank Muamalat Indonesia didirikan pada tanggal 1 November 1991 atau 24 Rabi'us Tsani 1421 H dan mulai beroperasi pada Mei 1992. Pendirian

Bank Muamalat Indonesia diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), yang kemudian didukung oleh sekelompok pengusaha dan ulama Muslim. Bank Muamalat Indonesia merupakan bank pertama di Indonesia yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah. Bank Muamalat Indonesia mengelola operasinya dengan tujuan menghasilkan keuntungan di bawah perlindungan dan bimbingan Bank Indonesia, beroperasi berdasarkan hukum syariah, memiliki prinsip yang harus diikuti, yaitu melarang penggunaan instrumen suku bunga (Rambe, 2020).

Bank Muamalat Indonesia telah mendorong berdirinya bank-bank syariah lainnya dan memprakarsai penggunaan sistem bagi hasil. Pada tahun 1998, pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat melakukan penyempurnaan UU No. 7/1992 tersebut menjadi UU 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 disambut hangat masyarakat perbankan, yang ditandai dengan berdirinya beberapa bank-bank syariah lain, yakni Bank IFI, Bank Syariah Mandiri, Bank Niaga, Bank BTN, Bank Mega, Bank BRI, Bank Bukopin, BPD Jabar dan BPD Aceh dll.

Perkembangan aset bank syariah di Indonesia pun dari data OJK dari tahun ke tahun menunjukkan perkembangan yang sangat positif dan terus bertumbuh, artinya banyaknya respon positif masyarakat Indonesia dengan jasa bank syariah di Indonesia. Perkembangan aset data perbankan syariah 5 tahun terakhir bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1 Perkembangan Aset Perbankan Syariah

2017	2018	2019	2020	2021
288.027	316.691	350.364	397.476	441.789

Sumber data (OJK, 2021)(dalam miliar)

Terlebih lagi saat ini juga adanya gebrakan dan perubahan yang telah dilakukan. Dibawah naungan Menteri BUMN salah satunya yang paling fenomenal adalah penggabungan 3 Bank syariah BUMN besar menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) yang diresmikan pada tanggal 1 Februari 2021.

Perkembangan jumlah nasabah bank syariah di Indonesia juga dari tahun ke tahun mengalami pertumbuhan yang positif. Perkembangan jumlah nasabah perbankan syariah pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah Nasabah Perbankan Syariah

2017	2018	2019	2020	2021
334.719	371.828	416.558	465.977	536.993

Sumber data (OJK, 2021) (dalam miliar)

Sedangkan dilihat dari data pertumbuhan aset di Bank Muamalat Indonesia, mengalami naik turun setiap tahunnya. Banyaknya isu-isu mengenai akan bangkrutnya Bank Muamalat Indonesia, dikarenakan beberapa tahun lalu mencatatkan kinerja keuangan yang kurang mengembirakan.

Perkembangan aset di Bank Muamalat Indonesia 5 tahun terakhir bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.3 Perkembangan Aset Bank Muamalat

2017	2018	2019	2020	2021
61.696.920	57.277.276	50.555.519	51.241.304	58.899.174

Sumber data (Bank Muamalat Indonesia, 2021)(dalam jutaan)

Pada perkembangan jumlah nasabah bank Mualamat Indonesia pun juga mengalami naik turun. Data perkembangan jumlah nasabah bank Muamalat Indonesia dari tahun ke tahun yaitu:

Tabel 1.4 Perkembangan Jumlah Nasabah Bank Muamalat

2017	2018	2019	2020	2021
56.151.553	53.305.609	46.618.341	47.274.694	54.912.825

Sumber data (Bank Muamalat Indonesia, 2021) (dalam jutaan)

Ditengah kondisi industri naik turunnya Bank Muamalat Indonesia, persaingan didalamnya juga semakin ketat dengan terus bertambahnya bank-bank syariah di Indonesia. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat dan kompetitif, kepuasan nasabah menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan. Kepuasan nasabah menjadi kunci kesuksesan bank karena kepuasan nasabah memainkan peran penting dalam mempertahankan nasabah yang sudah dilayani oleh bank (Ayu, 2021). Dengan demikian, kemampuan manajemen dalam memberikan kepuasan dan pelayanan terbaik kepada nasabahnya akan menentukan tercapainya visi dan misi perusahaan.

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah menurut Hasibuan (2017) yaitu promosi dan kualitas pelayanan. Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Menurut Yuliatwati (2019) faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Menurut Furqon (2021) faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yang terdiri dari kualitas pelayanan, keunggulan produk, rasa percaya, nilai nasabah dan citra perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, keunggulan produk dan nilai nasabah berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada variabel rasa percaya dan citra perusahaan berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah.

Kualitas produk merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan, Semakin tinggi kualitas produk, semakin tinggi kepuasan nasabah (Pratiwi *et al.*, 2021). Produk yang baik adalah yang sesuai dan diharapkan oleh nasabah tentunya lebih berinovasi dari produk yang sudah ada, sehingga hal tersebut diharapkan mampu untuk menarik nasabah untuk memilih bank syariah.

Kualitas pelayanan yang berkualitas dan terpenuhi akan memberikan kepuasan kepada nasabah sehingga tercipta loyalitas pada nasabah untuk tidak berpaling pada produk sejenis pesaing perusahaan. Jika kinerja bank memenuhi harapan nasabah, maka nasabah merasa puas, sehingga dapat dilihat bahwa ketika kualitas pelayanan tinggi maka kepuasan nasabah akan tinggi (Septiani, 2019).

Promosi merupakan salah satu variabel yang sangat penting dalam memasarkan produk jasa. Sehingga semakin banyak promosi diharapkan memberikan dampak positif pada kepuasan nasabah. Tanpa adanya promosi yang dilakukan oleh bank syariah, maka masyarakat tidak akan mengenal bank tersebut (Ortega, 2017).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS**

PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK MUAMALAT KCP KOTA PASURUAN”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan?
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan?
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan?
4. Bagaimana Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan?

1.3 Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka dirumuskan tujuan sebagai berikut:

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan.

4. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam menabuh wawasan, pengetahuan, serta memperdalam kajian tentang kepuasan nasabah yang diterapkan pada nasabah di bank Muamalat KCP Kota Pasuruan dengan memperhatikan faktor-faktor kepuasan nasabah seperti kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi.

a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya sebagai referensi atau acuan untuk melakukan penelitian dengan topik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah di perbankan syariah.

b. Bagi Pengembangan Bidang Ilmu

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan dalam penelitian lebih lanjut terkait dengan Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah di bank Muamalat KCP Kota Pasuruan serta dapat menjadi acuan atau referansi bagi bidang ilmu dengan mata kuliah Manajemen Bank Syariah.

2. Secara Praktis

a. Bagi Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi Lembaga keuangan sebagai pertimbangan dalam mengetahui Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan, serta

dapat dijadikan pedoman untuk melakukan perbaikan saat ini maupun di masa yang akan datang.

b. Bagi Masyarakat Muslim

Penelitian ini diharapkan menjadi pengetahuan bagi masyarakat muslim agar menggunakan Lembaga keuangan syariah.

c. Bagi OJK

Diharapkan mampu berkontribusi dan memberikan pengawasan terhadap lembaga keuangan syariah yang berkompeten dalam pengawasan khususnya terhadap nasabah lembaga keuangan syariah.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Kota Pasuruan. Berdasarkan analisis data dengan menggunakan analisis regresi berganda, maka disimpulkan :

1. Secara simultan (Uji F) artinya penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.
2. Secara parsial (Uji t) menjelaskan sebagai berikut:
 - a. Variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Nasabah.
 - b. Variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Nasabah.
 - c. Variabel Promosi secara pasial berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Nasabah.

5.2 Keterbatasan

Adapun keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan 100 responden dari banyaknya nasabah di bank Muamalat KCP Kota Pasuruan.
2. Sisa dari nilai Adjusted R Square sebesar 16% kepuasan nasabah dipengaruhi variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

3. Penelitian ini hanya dilakukan di bank Muamalat KCP Kota Pasuruan tidak pada bank Muamalat secara keseluruhan.
4. Data penelitian dari responden yang disampaikan secara tertulis dengan bentuk kuisisioner mungkin mempengaruhi validitas hasil. Menurut Sukardi (2012) kekurangan metode kuisisioner yaitu peneliti tidak bisa melihat reaksi responden ketika memberikan informasi melalui isian kuisisioner dan responden dapat saja memberikan jawaban asal-asalan. Persepsi responden belum tentu mencerminkan keadaan yang sebenarnya.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian diatas, maka penulis memberikan saran antara lain;

1. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya menyebar kuisisioner yang lebih banyak lagi agar mendapat hasil penelitian yang lebih akurat.
2. Untuk peneliti selanjutnya, dapat mempertimbangkan penambahan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah seperti penerapan nilai islam dan keputusan menabung.
3. Memperluas lokasi pengambilan sampel tidak hanya di bank Muamalat KCP Kota Pasuruan saja, seperti halnya mengambil objek penelitian pada bank Muamalat KCU Malang atau bank Muamalat se-Jawa Timur, sehingga bisa mengetahui hasil yang lebih luas lagi.
4. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan teknik lain selain kuisisioner, seperti wawancara dalam mengumpulkan data mengenai kepuasan nasabah. Kelebihan wawancara menurut Bailey (2010) pewawancara dapat memperoleh jawaban atas seluruh pertanyaan yang diajukan serta dapat merekam jawaban yang spontan yang lebih



informatif dan lebih jujur dari responden. Sehingga jawaban yang diperoleh dari responden terkait pertanyaan yang diajukan saat penelitian bisa lebih akurat.



DAFTAR PUSTAKA

- Afni, N. O. (2021) *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank Muamalat KC Palangka Raya*.
- Aprilia, R. (2021) *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keputusan Menabung terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo, Core.Ac.Uk*. Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/349495173.pdf>.
- Ayu, A. (2021) 'Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Pada PT Bank Rakyat Indonesia Unit Kintamani (PERSERO) TBKDI Kintamani', pp. 0–27.
- Bank Muamalat Indonesia (2021) 'Laporan Keuangan Bank Muamalat Indonesia', 2020, p. 12940.
- Cahyanti, R. (2020) 'Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Cabang Makassar'.
- Doni (2019) *6 Jenis Media Promosi, Fungsi, Contoh, Manfaat dan Tujuannya, RAPIKAN.COM*. Available at: <https://www.rapikan.com/jenis-media-promosi/> (Accessed: 25 March 2022).
- Dwi, S. E. (2014) *Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Tulungagung*. Available at: <https://123dok.com/document/y8r8vn5q-pengaruh-pelayanan-keunggulan-terhadap-kepuasan-nasabah-muamalat-tulungagung.html> (Accessed: 23 July 2022).
- Fandy, T. (2011) *Service, Quality and Satisfaction*.
- Febriansyah, E., Fratnesi, F. and Pratiwi, I. (2021) 'Analisis Karakteristik Kualitas Produk Perbankan Syariah Dalam Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Di

Bank Bni Syariah', *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), pp. 15–28. doi: 10.37676/ekombis.v9i1.1098.

Fikriyah&Yudha Alam (2021) 'Perkembangan Keuangan Syariah dalam Realitas Politik di Indonesia', *AKTUALITA jurnal penelitian sosial dan keagamaan*, 11(Juni), pp. 1–14. Available at: <http://www.ejournal.an-nadwah.ac.id/index.php/aktualita/article/view/239>.

Furqon, M., Rahayu, S. and Astiati, D. I. (2021) 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang', *Adminika*, 7(1), pp. 1–19. Available at: <http://poltekanika.ac.id/journal/index.php/adm/article/view/209>.

Ghozali, I. (2016) 'Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)'.

Ghozali, I. (2018) 'Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9'.

Hasibuan, Y. (2017) *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan*.

Hestanto (2022) *Kualitas Produk* / *hestanto personal website*, *Hestanto personal website*. Available at: <https://www.hestanto.web.id/kualitas-produk/> (Accessed: 4 April 2022).

Ibnu (2021) *Promosi Adalah: Pengertian dari Ahli, Jenis, dan Contohnya - Accurate Online*, *accurate*. Available at: <https://accurate.id/marketing-manajemen/promosi-adalah/> (Accessed: 25 March 2022).

Ikrom Zauwinjul (2020) 'Pengaruh Pengetahuan Produk, Kualitas Produk Dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada Masyarakat Kabupaten Kendal)'.

Imam Ghozali (2006) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan

Penerbit Universitas Diponegoro.

Jamal Nur Shaid (2022) *Apa Itu Promosi: Pengertian, Tujuan, Jenis, dan Fungsinya*, *Kompas.com*. Available at: <https://money.kompas.com/read/2022/02/19/181905526/apa-itu-promosi-pengertian-tujuan-jenis-dan-fungsinya> (Accessed: 25 March 2022).

Jufrizen, J. and Sitorus, T. S. (2021) 'Pengaruh Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Dengan Disiplin Kerja Sebagai Variabel Intervening', *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial dan Humaniora*, 1(1), pp. 841–856.

Kasmir (2012) *Ciri-ciri pelayanan yang baik*.

Kotler, P. (2008) 'Konsep Kepuasan'.

Kotler, P. (2018) *Principles of Marketing*.

Notoatmodjo (2010) *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Nurphi, M. (2021) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Tanggamus'.

OJK (2021) 'Statistik Perbankan Syariah 2021', *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., pp. 10–27.

Oliver, S. (2006) *Strategi Public Relations*.

Ortega, D. and Alhifni, A. (2017) 'Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah', *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), pp. 87–98.

Puji, M. (2020) 'Pengaruh Kualitas Produk, Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan mahasiswa menabung di bank Syariah', 4(1), pp. 81–97.

- Rambe, I. (2020) 'Analisis Kinerja Keuangan Pada Pt Bank Muamalat Indonesia Tbk', *Jurnal Al-Iqtishad*, 16(1), p. 18. doi: 10.24014/jiq.v16i1.9044.
- Rianto, M. N. (2010) *Dasar dasar pemasaran Bank syariah*. Alfabeta.
- Risky, M. A.-A. (2021) 'Pengaruh Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balaikota', (1), pp. 97–109.
- Sanusi Anwar (2014) *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Septiani, R. (2019) 'Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo'.
- Sholichah, A. M. (2021) *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi*.
- Simarmata, B. T. (2019) 'Mengukur tingkat kepuasan nasabah dengan Net Promoter Score pada PT. BPD Jawa Barat dan Banten, Tbk. Cabang Medan', *Jurnal Ilmiah Skylandsea*, 3(2), pp. 257–264.
- Sufiati, M. (2019) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh)', 45(45), pp. 95–98.
- Sugiyono (2012) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.
- Sugiyono (2015) *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2018) 'Metode Penelitian Kuantitatif', p. 8.

Susilana, R. (2015) 'Modul Populasi dan Sampel', *Modul Praktikum*, pp. 3–4. Available at:
http://file.upi.edu/Direktori/DUAL-MODES/PENELITIAN_PENDIDIKAN/BBM_6.pdf.

Wardana, R. (2022) *5 Produk Bank Syariah di Indonesia dan Akad-Akadnya*, lifepal. Available
at: <https://lifepal.co.id/media/produk-bank-syariah/> (Accessed: 20 April 2022).

Widarti, D. A. (2019) 'Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah di
BRI Syariah Cabang Madiun', 4(1), pp. 1–23.

Yovita (2022) *Definisi, Prinsip, dan Jenis Produk Bank Syariah / Midtrans*, midrans. Available
at: <https://midtrans.com/id/blog/produk-bank-syariah> (Accessed: 4 April 2022).

Yuhanna (2018) *Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam*, 123dok. Available at:
<https://123dok.com/article/kualitas-pelayanan-dalam-perspektif-islam.zlj2p8ry>
(Accessed: 4 April 2022).

Yulawati, A. P. (2019) 'Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam
Pelayanan Di Bank Muamalat KCP Ponorogo'. Available at:
<http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/7590>.

Zouari, G. and Abdelhedi, M. (2021) 'Customer satisfaction in the digital era: evidence from
Islamic banking'. doi: 10.1186/s13731-021-00151-x.

