

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN PEMBUKAAN REKENING *ONLINE* PADA  
APLIKASI *MOBILE BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
(Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Kota Pekanbaru Sudirman 2)**

**Hanifah Rosana, Muhammad Lisman**

Universitas Muhammadiyah Riau

Email: [hanifahrosana9@gmail.com](mailto:hanifahrosana9@gmail.com), [muhammadlisman@umri.ac.id](mailto:muhammadlisman@umri.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan Pembukaan Rekening *Online* pada Aplikasi *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kota Pekanbaru Sudirman 2. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 97 responden yaitu Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kota Pekanbaru Sudirman 2. Berdasarkan hasil uji t, di peroleh nilai  $t_{hitung} 12,631 > t_{tabel} 1,985$  dan nilai signifikansi variabel Kualitas Layanan Pembukaan Rekening *Online* (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) sebesar  $0,000 < 0,05$  yang artinya pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Layanan Pembukaan rekening online terhadap Kepuasan Nasabah. Dengan hasil nilai uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 62,7 %.

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan, *Mobile Banking* dan Kepuasan Nasabah.

**ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of online account opening service quality in the mobile banking application on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia KC Pekanbaru City Sudirman 2. This research method uses quantitative methods and data collection techniques are carried out by distributing questionnaires to 97 respondents, namely customers of Bank Syariah Indonesia KC City of Pekanbaru Sudirman 2. Based on the results of the t test, the tcount value is  $12.631 > t_{table} 1.985$  and the significance value of the Quality of Online Account Opening Service variable (X) on Customer Satisfaction (Y) is  $0.000 < 0.05$ , which means a positive and significant influence between the variables Quality of Service Opening an online account on Customer Satisfaction. With the results of the coefficient of determination test ( $R^2$ ) of 62.7%.

**Keywords:** Service Quality, Mobile Banking and Customer Satisfaction

## PENDAHULUAN

Perbankan syariah dikenal dengan *Islamic Banking* yang awalnya dikembangkan sebagai suatu respon dari kelompok ekonomi dan praktisi yang berlingkup syariah (Ardianto dkk, 2021). Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah menjadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi syariah. Bank syariah pertama itu adalah Bank Muamalat Indonesia dan menjadi pioneer bagi bank syariah lainnya dan telah lebih dahulu menerapkan sistem ini di tengah menjamurnya bank-bank konvensional (Nofinawati, 2016). Upaya dalam peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah harus berorientasi pasar ataupun masyarakat sebagai pengguna jasa perbankan, hal ini berkaitan dengan harapan masyarakat, masyarakat ingin memiliki hubungan yang baik dengan bank dan nyaman agar mudah dalam melakukan transaksi. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan dalam memuaskan nasabah adalah hal penting yang tidak boleh diabaikan, karena kepuasan nasabah merupakan faktor yang sangat strategis untuk memenangkan persaingan dan juga dalam mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas (Rafidah, 2014). Kegiatan industri modern saat ini tingkat mobilitas dan kesibukan yang semakin meningkat mengakibatkan banyak orang yang membutuhkan alat yang bisa dengan cepat dan tepat dalam pemenuhan kebutuhan mereka, salah satunya adalah sektor industri perbankan (Filanti, 2019).

Era globalisasi di dunia perbankan mengalami perkembangan yang pesat khususnya dalam pelayanan *electronic banking* yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan (Romdoni dkk, 2018). Hadirnya teknologi informasi dan komunikasi (*Information and Communication Technology, ICT*) telah merevolusi cara hidup manusia di segala bidang cara berkomunikasi, cara bekerja, cara belajar, dan cara berbisnis. Dengan adanya ICT semua proses kerja dan konten akan ditransformasikan dari fisik yang statis menjadi digital, *Mobile*, virtual dan personal. Layanan perbankan yang berbasis ICT adalah *Mobile Banking* yang merupakan sebuah sistem layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk mengakses rekening dan informasi umum tentang produk dan jasa bank yang dapat diakses langsung dari *m-banking* di telepon selulernya (Filanti, 2019). *Mobile banking* ini merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan dalam kegiatan bank. Pengguna *mobile banking* dinilai menguntungkan bagi pihak bank dan juga nasabah (Hadi & Novi, 2015).

Covid-19 juga sebagai faktor pendorong bagi perbankan dalam melakukan transformasi pelayanan, karena adanya covid-19 ini akibatnya membuat pelayanan terhadap nasabah di bank kurang maksimal karena dibatasinya nasabah yang masuk kedalam bank membuat antrian diluar menempuk (Rumiyati & Syafarudin, 2021). Menurut Sasaki, Kuroda, dkk (2020), dimasa pandemi Covid-19 tentu saja evaluasi dan standar kinerja yang ditetapkan oleh perusahaan banyak berubah dengan cara menyesuaikan kondisi dan lingkungan, seperti mematuhi protocol kesehatan (Natalia dkk, 2021). Menurut Reza (2020), Perbankan dalam kondisi ini memanfaatkan internet yang bergerak dengan pesat. Saat tatap muka harus dibatasi nasabah tidak perlu lagi ke bank cukup mengakses dari *handphone* saja dengan menggunakan BSI *Mobile*, nasabah dapat mengakses layanan perbankan. Bank juga berkomitmen dalam menjaga kenyamanan nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile* dimana nasabah dapat melakukan semua transaksi tanpa harus keluar rumah (Rumiyati & Syafarudin, 2021).

Dimasa pandemi Covid-19 ini semua aktivitas yang dilakukan sekarang semuanya serba *online* oleh sebab itu BSI terus menerus mengembangkan teknologi informasi yang berguna untuk menguatkan akses digital banking agar dapat memberikan kenyamanan, kemudahan dan kepuasan kepada setiap nasabah yang melakukan semua transaksi secara *online*. Jenis-jenis layanan perbankan syariah yang ada di *mobile banking* relatif sama dengan internet banking, contohnya seperti transfer dana antar rekening maupun antar bank lain, informasi saldo dan mutasi rekening (Fransiska, 2021).

Hasil dari observasi yang telah dilakukan peneliti mengamati semenjak adanya Covid-19 hampir semua kegiatan yang berhubungan dengan transaksi perbankan dilakukan secara *online* termasuk juga dalam pembuatan rekening sudah bisa melalui *handphone*, yang dulunya saat pembuatan rekening nasabah harus mengisi form secara manual dan datang ke bank sekarang tidak lagi nasabah bisa membuat rekening melalui *handphone* nasabah sendiri. Bukan hanya remaja saja yang membuka rekening *online* tetapi juga orang tua ataupun lansia yang kurang mengikuti perkembangan teknologi. Hal inilah yang menjadil alasan penelitian dilakukannya penelitian yang mendalam terkait sejauh mana pengaruh kualitas layanan pembukaan rekening *online* pada aplikasi *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kota Pekanbaru.

### **Kualitas Layanan**

Menurut Kotler dan Keller (2012) menyatakan kualitas layanan adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang menanggung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Rumiyati & Syafarudin, 2021). Dari hasil penelitian Othman dan Owen (Zakia, 2021) mengembangkan model dalam mengukur kualitas pelayanan bank syariah yang dikenal dengan model CARTER (*Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, dan Responsiveness*). Definisi keenam dimensi ini di jabarkan sebagai berikut:

1. *Compliance* (Kepatuhan Syariah) adalah kemampuan untuk memenuhi hukum islam dan beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi dan perbankan Islam.
2. *Assurance* (Jaminan) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya nasabah kepada perusahaan.
3. *Reliability* (Kehandalan) merupakan kemampuan untuk memberikan jasa atau pelayanan sebagaimana yang di janjikan dengan akurat dan terpercaya.
4. *Tangible* (Berwujud) adalah aspek yang terlihat secara fisik contohnya seperti peralatan, personel, bahan-bahan komunikasi, penampilan fisik yang menarik dan transaksi yang cepat dan efisien.
5. *Empathy* (Perhatian) adalah kemampuan karyawan untuk peduli dan memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan seperti memberikan bantuan dan perhatian khusus, serta dapat menangani masalah dengan baik.
6. *Responsiveness* (Daya Tanggap) yaitu keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat, serta ketanggapan dan

penangankaryawan terhadap kebutuhan nasabah.

### **Kepuasan Nasabah**

Kepuasan nasabah adalah salah satu faktor penentu bagi kesuksesan bank. Kepuasan nasabah harus dijadikan salah satu tujuan dari strategi perusahaan bagi bank yang akan berorientasi jangka panjang (Antasari, 2013). Menurut Kotler (2005:70), kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan (Atmaja, 2018).

### **Indikator-Indikator Kepuasan Nasabah**

Menurut Fandy Tjiptono (2000), terdapat beberapa indikator kepuasan nasabah, yaitu: (Imayanti, 2021).

1. Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*) Kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ ketidakesesuaian antara harapan nasabah dengan kinerja actual produk perusahaan.
2. Minat pembelian ulang (*repurchase intent*) Kepuasan nasabah diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah nasabah akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan kembali.
3. Kesediaan merekomendasikan (*willingness to recommend*) Kesediaan nasabah untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

### **RESEARCH METHOD**

Jenis penelitian ini yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian kuantitatif ini dilakukan secara random pengumpulan data digunakan dalam instrument penelitian. Adapun pendekatan penelitian ini adalah dengan penelitian *survey*, karena penelitian ini informasi yang dikumpulkan mengambil sampel dari satu populasi atau sampel menggunakan kusioner/angket sebagai alat pengumpulan data. Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia KC Kota Pekanbaru Sudirman 2 yang berada di Jalan Jend. Sudirman No.484 Kec. Sukajadi Kota Pekanbaru Riau 28121.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang telah membuka rekening *online* pada aplikasi *mobile banking* di Bank BSI KC Kota Pekanbaru Sudirman 2. Karena jumlah populasi tidak diketahui maka teknik pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Cochran, yaitu:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$
$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$
$$n = 96,04$$

Jadi, untuk pengambilan sampel pada penelitian ini adalah 97 responden nasabah yang melakukan pembukaan rekening *online* dengan aplikasi *mobile banking*.

**PEMBAHASAN**

Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan Pembukaan Rekening *Online* (X)

**Tabel 1.1**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas**  
**LayananPembukaan Rekening *Online* (X)**

No	Item Pertanyaan	r hitung	r table	Keteran gan
1	X1	.652	0.199	VALID
2	X2	.621	0.199	VALID
3	X3	.716	0.199	VALID
4	X4	.763	0.199	VALID
5	X5	.666	0.199	VALID
6	X6	.715	0.199	VALID
7	X7	.714	0.199	VALID
8	X8	.738	0.199	VALID
9	X9	.794	0.199	VALID
10	X10	.761	0.199	VALID
11	X11	.723	0.199	VALID
12	X12	.797	0.199	VALID
13	X13	.771	0.199	VALID
14	X14	.768	0.199	VALID
15	X15	.829	0.199	VALID
16	X16	.772	0.199	VALID
17	X17	.786	0.199	VALID
18	X18	.821	0.199	VALID
19	X19	.810	0.199	VALID
20	X20	.757	0.199	VALID
21	X21	.794	0.199	VALID

Sumber : Data Olahan SPSS 20, 2022.

Berdasarkan tabel diatas hasil rekapitulasi uji validitas disetiap item pernyataan diatas dapat dilihat bahwa *Corrected Item Total Correlation* atau nilai  $r_{hitung}$  disetiap item  $> 0.199$ . Maka ini menunjukkan bahwa data tersebut valid karen memenuhi asumsi Uji Validitas.

### Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel berikut ini adalah hasil uji validitas item pertanyaan variabel kepuasan nasabah berdasarkan kuesioner sebagai berikut:

**Tabel 1.2**

**Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)**

No	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterang an
1	Y1	.892	0.19 9	<b>VALID</b>
2	Y2	.897	0.19 9	<b>VALID</b>
3	Y3	.898	0.19 9	<b>VALID</b>
4	<b>Y4</b>	<b>.872</b>	<b>0.19 9</b>	<b>VALID</b>

Sumber : Data Olahan SPSS 20, 2022

Berdasarkan tabel diatas hasil rekapitulasi uji validitas disetiap item pernyataan diatas dapat dilihat bahwa *Corrected Item Total Correlation* atau nilai  $r_{hitung}$  disetiap item  $> 0.199$ . Maka ini menunjukkan bahwa data tersebut valid karen memenuhi asumsi Uji Validitas.

**Tabel 1.3**

**Hasil Uji Reliabilitas**

Variab el	<i>Reliability Correlation</i>	<i>Alph a</i>	Keterang an
<b>X</b>	21 Item	.764	<b>Reliabel</b>
<b>Y</b>	<b>4 Item</b>	<b>.838</b>	<b>Reliabel</b>

Sumber : Data Olahan SPSS 20, 2022

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui seluruh nilai *Cronboach's alpa* penelitian  $> 0.60$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrument penelitian reliabel.

**Gambar 1.4**

**Hasil Uji Normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov***

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0E-7
	Std. Deviation	1,54243061
Most Extreme Differences	Absolute	,113
	Positive	,099
	Negative	-,113
Kolmogorov-Smirnov Z		1,115
Asymp. Sig. (2-tailed)		,166

a. Test distribution is Normal.

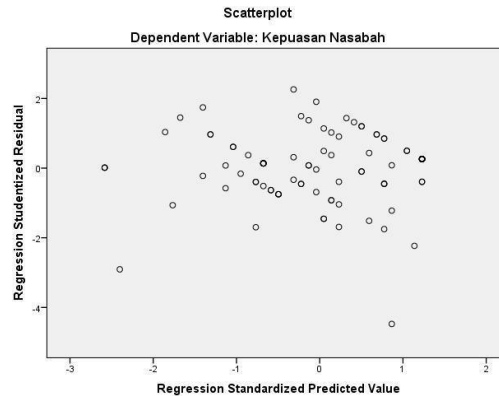
b. Calculated from data.

Sumber: Data Olahan SPSS 20, 2022

Berdasarkan Uji *Kolmogorov-Smirnov* pada gambar 4.3 diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar  $0.166 > 0.05$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai residual seluruh variabel tersebut berdistribusi normal.

**Gambar 1.5**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Data Olahan SPSS 20, 2022

Berdasarkan hasil SPSS pada gambar 4.4 menurut (Widana & Muliani, 2020) jika tampilan *scatterplot* titik-titik menyebar diatas, bawah serta disekitar angka 0, tidak menggumpal dan penyebaran titik-titik tidak membentuk pola bergelombang melebar dan menyempit, maka dapat dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas, dapat dilihat bahwa diagram tampilan *scatterplot* menyebar dantidak membentuk pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 1.6**  
**Hasil Uji Regresi Linear Sederhana**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,552	1,323		,417	,677
1 Kualitas Layanan Pembukaan Rekening Online	,181	,014	,792	12,631	,000

Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Olahan SPSS 20, 2022.

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji regresi linear sederhana diatas, makadiperoleh persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y = 0.552 + 0.181X$$

Hasil perhitungan yang telah dilakukan menghasilkan suatu persamaan menunjukkan besarnya nilai X merupakan regresinya yang diestimasika sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) adalah 0.552 artinya jika variabel independen yaitu kualitas layanan pembukaan rekening *online* adalah nol (konstan), maka besarnya kepuasan nasabah adalah 0.552.
2. Nilai koefisien regresi (b) kualitas layanan pembukaan rekening *online* bernilai positif yaitu 0.181, jadi dapat diartikan bahwa setiap peningkatan dari layanan pembukaan rekening *online*, maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0.181.

**Tabel 1.7**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,552	1,323		,417	,677
1 Kualitas Layanan Pembukaan Rekening Online	,181	,014	,792	12,631	,000

Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Olahan SPSS 20, 2022

Berdasarkan hasil SPSS diatas, diperoleh  $t_{hitung} (12.631) > t_{tabel} (1.985)$  dan  $Sig 0.000 < 0.05$ . Maka  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak dan, artinya terdapat pengaruh signifikan kualitas layanan pembukaan rekening *online* pada aplikasi *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah.

**Tabel 1.8**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi R (R<sup>2</sup>)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,792 <sup>a</sup>	,627	,623	1,551

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan Pembukaan Rekening Online

Sumber: Data Olahan SPSS 20, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 0.627 dapat diartikan 62.7% kepuasan nasabah dipengaruhi oleh variabel kualitas layanan pembukaan rekening *online*. Sisanya sebesar 37.3% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini. Variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini adalah variabel *Fulfillment*, variabel *Sytem Availability*, variabel *Privacy*, variabel *Contact*, variabel *Compensation*.

## DISKUSI

Pengaruh kualitas layanan terhadap nasabah dapat dilihat dari hasil, pengujian hipotesis. Misalnya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya variabel kualitas layanan pembukaan rekening *online* (X) dengan menggunakan model carter berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh positif yaitu sebesar 12.631 artinya berpengaruh positif dan signifikan. Penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian yang menyatakan bahwa kualitas layanan pembukaan rekening *online* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Riski, Nurul dan Ratna (2018) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan *M-Banking* Dan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Negara Indonesia (PERSERO) Tbk. Cabang Tanjung Pinang yang menyatakan bahwa variabel pengaruh kualitas layanan *M-Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Negara Indonesia Cabang Tanjung Pinang hal ini karena dalam akses *mobile banking* terlihat tidak sering mengalami kegagalan terlihat dari jawaban para responden. Dan juga *mobile banking* sudah dapat diterima dikalangan pekerja karena kemudahan yang diterima pengguna.

## **KESIMPULAN**

Demikian peneliti menarik kesimpulan bahwa proses pembukaan rekening online pada aplikasi mobile banking lebih mudah dilakukan dan Bank Syariah Indonesia dapat menjamin keamanan data nasabah yang diinput secara *online* hal ini membuat nasabah merasa puas karena pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan nasabah. Jadi, semakin baik kualitas layanan pembukaan rekening *online* yang diberikan kepada nasabah maka nasabah akan semakin merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia. Maka apabila pelanggan atau konsumen puas dengan layanan akan terciptanya loyalitas pelanggan dan akan memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan sebuah bisnis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Antasari, A. S. (2013). Pengaruh Penggunaan Internet. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 8.
- Ardianto, R., Achmad, L., & Kurniawati, R. (2021). ANALISIS STRATEGI MARKETING LAYANAN PAYROLL (Studi Kasus Bank BNI Syariah KCP Jababeka-Cikarang). *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(01), 65–76.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63.
- Filanti. (2019). *Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Syariah Mandiri ( BSM ) Mengenai Kualitas Layanan BSM Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BSM NURDINA NISAA FILANTI Program Studi Ekonomi Islam Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia J. 1–22.*
- Fransiska, D. (2021). *BRIS ONLINE PADA BSI KANTOR CABANG SKRIPSI Oleh : Dita Fransiska NIM 210817189 Pembimbing : Tiara Widya Antikasari , M . M . JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS.*
- Hadi, S., & Novi, N. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(1), 55.
- IMAYANTI, I. (2021). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Siliwangi).*
- Natalia, D., Tantonno, N. E., Selvia, S., Santoso, T. P., Safitri, V. A., & Elgeka, H. W. S. (2021). Seminar Online Pelayanan Bank X di Masa Pandemi Covid-19. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 12(4), 729–735.
- Nofinawati, N. (2016). Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)*, 14(2), 168.
- Rafidah. (2014). "Kualitas Layanan Islami Dalam Perbankan Syariah". *Nalar Fiqih: Forum Kajian Hukum Keluarga Vol. 10 No. 2. Fakultas Syariah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi .*
- Rumiyati, & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Bauran Pemasaran , Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Era Covid-19. *Insight Management Journal*, 1(2), 32–42.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Zakia, N. *Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTER dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Wilayah DKI Jakarta (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta).*