

# JIMMA

ISSN : 2088 - 0588

**Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh**

**Volume. 11 , Nomor. 1, Jan – Jun 2021**



1. **PENGARUH IKLAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PESAWAT**  
*Nara Pristiwa, Muhajir*
2. **PENGARUH PENERAPAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DAN KOMPETENSI PEGAWAI TERHADAP KINERJA PEGAWAI**  
*Amelia Rahmi, Sifa Rahma*
3. **PENGARUH BUDAYA ORGANISASI, KOMPETENSI DAN KEPUTUSAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA DINAS TENAGA KERJA DAN MOBILITAS PENDUDUK ACEH**  
*Agus Ariyanto, Windy Sartika Gilang Kencana*
4. **PENERAPAN SISTEM MANAJEMEN MUTU BERBASIS ISO 9001:2015 TERHADAP KINERJA MANAJERIAL PADA LEMBAGA PENGEMBANGAN PENDIDIKAN DAN PENJAMINAN MUTU UNIVERSITAS SYIAH KUALA**  
*Yuslaidar Yusuf, Ewi Mauliza*
5. **PENGARUH UPAH, INSETIF, JAMINAN SOSIAL, DAN TUNJANGAN KESEJAHTERAAN TERHADAP PRODUKTIVITAS PEGAWAI PADA DINAS SOSIAL PROVINSI ACEH**  
*Febyolla Presilawati, Riska Umaira*
6. **PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN MEREK LEMONILO DI BANDA ACEH**  
*Fani Sartika*
7. **PENGARUH KOMUNIKASI, LINGKUNGAN KERJA DAN PENGEMBANGAN KARIR TERHADAP KINERJA PEGAWAI DINAS PARIWISATA KOTA BANDA ACEH**  
*Husnaina Mailisa Safitri, Budiawan*
8. **PENGARUH LINGKUNGAN KERJA DAN KEPEMIMPINAN TERHADAP KEPUASAN KERJA PEGAWAI [ADA KANTOR CAMAT KEC. SAWANG, KAB. ACEH SELATAN**  
*Zuraidah, Fanny Maulida*
9. **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS NASABAH PT. BANK ACEH SYARIAH KANTOR CABANG PEMBANTU DARUSSALAM**  
*Suryani Murad, Sulfitra, Asriah Ani Chaidesar*
10. **PENGARUH CELEBRITY ENDORSMENT TERHADAP MINAT BELI YANG DIMEDIASI CITRA MEREK PADA BUTIK DIAN PELANGI DI BANDA ACEH**  
*Erlinda, Julinda Dwi Siska*

JIMMA	Volume 11	Nomor 1	Halaman 1-127	Banda Aceh 2021	ISSN : 2088-0588
-------	--------------	------------	------------------	--------------------	------------------

**DEWAN REDAKSI**

**PEMBINA**

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh
2. Para Pembantu Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh
3. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh

**Penanggung Jawab :**

Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh

**Ketua Penyunting :**

Hj. Nadiya, SE, M.Si.

**Wakil Ketua Penyunting :**

Zuraidah, SE, MM

**Penyunting Pelaksana :**

1. DR. Ramli Gadeng, M.Pd. (Univ. Syiah Kuala Banda Aceh)
2. DR. Dwi Cahyono, M.Si, Ak. (Univ. Muhammadiyah Jember)
3. DR. Sri Suyanta, M.Ag. (IAIN Ar-Raniry Banda Aceh)
4. Agus Ariyanto, SE, M.Si. (Univ. Muhammadiyah Aceh)
5. Tarmizi Gadeng, M.Si. (Univ. Muhammadiyah Aceh)
6. Sulfitra, S.Si, M.Si. (Univ. Muhammadiyah Aceh)
7. Syamsidar, SE, M, Si, Ak. (Univ. Muhammadiyah Aceh)
8. Eva Susanti, SE, M.Si, Ak. (Univ. Muhammadiyah Aceh)
9. Suryani Murad, SE, M.Si. (Univ. Muhammadiyah Aceh)
10. Dr. Erlinda. (Univ. Muhammadiyah Aceh)

**Staff Pelaksana :**

1. Editor : Husnaina Mailisa S, BM, MM.
2. Administrasi & Keuangan : Amyas, SE
3. Distribusi & Pemasaran : Rusnaldi, SE dan M. Iqbal
4. Pengelola IT : Abrar Habibi
5. Desain Cover & Layout : Luthfie

**Diterbitkan Oleh:**

**Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh  
Jl. Muhammadiyah No. 91 Gampong Batoh, Banda Aceh  
Telp. Fax. (0651) 21023**

## PENGANTAR REDAKSI

Assalammu'alaikum, Wr.Wb.

**P**embaca yang budiman, JIMMA (Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh) volume 11 dan nomor 1 mengulas tentang isu-isu mengenai manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan dan manajemen pemasaran secara aktual, yang disertai kasus-kasus menarik pada perusahaan-perusahaan maupun instansi dan lembaga pemerintahan sehingga sangat relevan bagi semua pihak yang berkecimpung dalam dunia akademis maupun professional untuk memperluas wawasan keilmuan maupun mendapatkan inspirasi baru terkait isu manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan dan manajemen pemasaran.

Ucapan terimakasih dan apresiasi setinggi-tingginya kepada civitas akademika di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh (UNMUHA) dan semua pihak yang telah memberikan kontribusinya secara nyata baik langsung maupun tidak langsung dalam penerbitan JIMMA volume 10 dan nomor 2 ini, sehingga jurnal ilmiah ini bisa hadir secara kontinyu dalam mewarnai khasanah intelektual dalam bidang manajemen di Aceh khususnya dan Indonesia pada umumnya.

Banda Aceh, Juni 2021

Pengelola

**SAMBUTAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH**

*Assalammu'alaikum, Wr, Wb.*

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberi Taufik, Hidayah dan Petunjuk-Nya kepada kita semua sehingga kita dapat melakukan sesuatu yang selalu mendapat Ridha dan Bimbingan-Nya. Selanjutnya salawat dan salam kita sampaikan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW. yang telah membawa kita dari alam kebodohan ke alam yang berilmu pengetahuan, mengajar dan mendidik umat manusia, sehingga mampu melaksanakan berbagai usaha kegiatan, yang bermanfaat bagi nusa dan bangsa.

Pada tahun 1991 Fakultas Ekonomi didirikan melalui Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. No. 0230/1991 tanggal 29 April 1991 terdiri dari 2 (dua) program studi yaitu Program Studi Manajemen dan Akuntansi dan terakhir perpanjangan izin operasional Program Studi Manajemen berdasarkan keputusan Direktur Jendral Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional No. 1629/D/T/K-I/2009 tanggal 27 Maret 2009. Program Studi Manajemen telah memperoleh Akreditasi oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) berdasarkan surat keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 018/BAN-PT/Ak-X/S1/VIII/2007.

Untuk itu, Prodi Manajemen membuat program pengembangan penelitian ilmiah yang dilaksanakan oleh dosen, mahasiswa dan peneliti-peneliti lainnya dalam bentuk jurnal yang dinamakan Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh (JIMMA) yang diterbitkan setiap 6 bulan sekali.

Pada penerbitan edisi volume 11 nomor 1 ini, kami juga menerima tulisan dan karya ilmiah guna dapat dimuat dalam penerbitan-penerbitan berikutnya. Selaku Dekan, kami menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunan JIMMA ini.

Akhirnya kami berharap semoga jurnal ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan semoga Allah SWT selalu memberi taufik dan hidayah-Nya kepada kita sehingga mampu menerbitkan jurnal JIMMA ini dengan sebaik-baiknya. Amin.

*Wassalammu'alaikum, Wr, Wb.*

Banda Aceh, Juni 2021  
Dekan,

Drs. Tarmizi Gadeng, SE, M. Si, MM

## PEDOMAN PENULISAN

1. **JIMMA**, Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh yang diterbitkan oleh Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh merupakan media untuk menerbitkan hasil penelitian yang orisinal, pemikiran dan pandangan pribadi dalam ilmu pengetahuan serta penyebarluasan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang ilmu ekonomi manajemen.
2. Judul harus ditulis secara ringkas, tetapi cukup informatif untuk menggambarkan isi tulisan. Huruf serta kata judul berupa huruf kapital.
3. Naskah dapat ditulis dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris dan ditulis rapi pada kertas berukuran A4, dan setiap lembar tulisan diberi nomor halaman dengan jumlah halaman 10-20 dengan 2 kolom dalam 1 halaman, jarak spasi 1,5 spasi. Model huruf yang digunakan adalah *Times New Roman* dengan *font* 12. Margin atas 4 cm, margin bawah 3 cm, margin kiri 4 cm, dan margin kanan 3 cm. Naskah diserahkan dalam bentuk *hard copy* dan *soft copy*.
4. Artikel yang ditulis dalam Bahasa Indonesia mencantumkan abstrak dalam Bahasa Inggris atau bahasa Indonesia. Kata kunci harus dipilih untuk menggambarkan isi artikel dan paling banyak 5 (lima) kata kunci. Kata-kata ini dapat diambil dari judul dan isi abstrak. Abstrak diketik dengan jarak 1 spasi, serta panjang abstrak tidak lebih dari 1 halaman.
5. Mencantumkan referensi yang lengkap dengan urutan sebagai berikut: nama pengarang (diurutkan secara alfabetis), tahun penerbitan, judul buku/tulisan, nama penerbit dan kota penerbit.
6. Format penulisan\*) naskah adalah sebagai berikut:  
JUDUL  
ABSTRAK/*ABSTRACT*  
BAB I : PENDAHULUAN  
BAB II : TINJAUAN KEPUSTAKAAN  
BAB III : METODE PENELITIAN  
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN  
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN  
DAFTAR PUSTAKA  
DAFTAR LAMPIRAN (JIKA ADA)  
\*) Jika naskah bukan dari hasil penelitian, format menyesuaikan
7. Nama penulis harus jelas dan lengkap (setiap penulis harus memberikan biodata singkat).
8. Alamat Redaksi “**JIMMA**” (Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh) : Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, Jalan Muhammadiyah No. 91 Desa, Bathoh, Banda Aceh  
No. Telp/Faks . (0651) 21023, e-mail : [jurnalfeunmuha@yahoo.com](mailto:jurnalfeunmuha@yahoo.com)
9. Naskah akan seleksi dari 3 unsur, yang meliputi kebenaran isi, derajat orisinalitas, relevansi isi serta kesesuaian dengan misi jurnal.

## DAFTAR ISI

DEWAN REDAKSI JURNAL ILMIAH MANAJEMEN MUHAMMADIYAH ACEH.....	i
PENGANTAR REDAKSI .....	ii
SAMBUTAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI.....	iii
PEDOMAN PENULISAN .....	iv
DAFTAR ISI.....	v

### Jurnal

<b>1. PENGARUH IKLAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PESAWAT</b> Nara Pristiwa, Muhajir .....	1-8
<b>2. PENGARUH PENERAPAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DAN KOMPETENSI PEGAWAI TERHADAP KINERJA PEGAWAI</b> Said Firdaus, Amelia Rahmi, Sifa Rahma.....	9-22
<b>3. PENGARUH BUDAYA ORGANISASI, KOMPETENSI DAN KEPUTUSAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA DINAS TENAGA KERJA DAN MOBILITAS PENDUDUK ACEH</b> Agus Ariyanto, Windy Sartika Gilang Kencana.....	23-32
<b>4. PENERAPAN SISTEM MANAJEMEN MUTU BERBASIS ISO 9001:2015 TERHADAP KINERJA MANAJERIAL PADA LEMBAGA PENGEMBANGAN PENDIDIKAN DAN PENJAMINAN MUTU UNIVERSITAS SYIAH KUALA</b> Yuslaidar Yusuf, Ewi Mauliza.....	33-42
<b>5. PENGARUH UPAH, INSETIF, JAMINAN SOSIAL, DAN TUNJANGAN KESEJAHTERAAN TERHADAP PRODUKTIVITAS PEGAWAI PADA DINAS SOSIAL PROVINSI ACEH</b> Febyolla Presilawati, Riska Umaira.....	43-50
<b>6. PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN MEREK LEMONILO DI BANDA ACEH</b> Fani Sartika.....	51-56
<b>7. PENGARUH BUDAYA ORGANISASI, KOMPETENSI DAN KERJA KONDISI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. SABENA BANDA ACEH</b> Husnaina Mailisa Safitri, Budiawan .....	57-64
<b>8. PENGARUH LINGKUNGAN KERJA DAN KEPEMIMPINAN TERHADAP KEPUASAN KERJA PEGAWAI [ADA KANTOR CAMAT KEC. SAWANG, KAB. ACEH SELATAN</b> Zuraidah, Fanny Maulida .....	65-76
<b>9. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS NASABAH PT. BANK ACEH SYARIAH KANTOR CABANG PEMBANTU DARUSSALAM</b> Suryani Murad, Sulfitra, Asriah Ani Chaidesar.....	77-86
<b>10. PENGARUH <i>CELEBRITY ENDORSMENT</i> TERHADAP MINAT BELI YANG DIMEDIASI CITRA MEREK PADA BUTIK DIAN PELANGI DI BANDA ACEH</b> Erlinda, Julinda Dwi Siska .....	87-92



## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS NASABAH PT. BANK ACEH SYARIAH KANTOR CABANG PEMBANTU DARUSSALAM

*Suryani Murad<sup>1</sup>, Sulfitra<sup>2</sup>, Asriah Ani Chaidesar<sup>3</sup>*

<sup>1</sup>*Dosen Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Aceh*

<sup>2</sup>*Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam, pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam, baik langsung maupun tidak langsung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian *accidental sampling*, sampel yang diambil adalah para nasabah tabungan PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam dengan jumlah sample sebanyak 99 (sembilan puluh sembilan) responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dibangun dalam model penelitian ini mempengaruhi kepuasan nasabah PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah juga mempengaruhi loyalitas nasabah PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam, kepuasan berperan sebagai variabel mediasi secara parsial diantara hubungan kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam. Indikator kualitas pelayanan yang berperan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam terdiri atas kondisi gedung dan fasilitas, kemampuan petugas dalam proses pelayanan dan pencatatan dokumen, pengetahuan yang baik dalam pemberian informasi, perhatian personal kepada nasabah, dan pelayanan sesuai waktu yang ditetapkan. Dimensi kualitas pelayanan yang lemah dari kualitas pelayanan sehingga tidak mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam adalah responsivitas (*responsiveness*).

**Kata Kunci:** *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah*

### PENDAHULUAN

Sejalan dengan berkembangnya perekonomian suatu negara, banyak kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis yaitu pada cara membagi pasar dan cara mengoptimalkan pasar. Seperti dalam situasi kompetisi pada saat ini, perusahaan dihadapkan pada kebutuhan untuk mengubah strategi pemasarannya. Perubahan dan kemajuan secara tidak langsung akan mempengaruhi suatu perubahan dalam mempertahankan pangsa pasar, akibatnya timbul persaingan antar perusahaan dalam menawarkan produknya dipasar. Persaingan

bisnis yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini semakin ketat sehingga menuntut manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi pemasaran agar dapat memenangkan persaingan yang semakin kompetitif.

Menghadapi perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik bisnis yang bergerak dibidang manufaktur maupun jasa. Oleh karena itu setiap perusahaan yang ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya haruslah dapat dapat menyesuaikan diri dengan perubahan yang ada dan harus memiliki keunggulan

kompetitif, Cannon, Renault, Mc Cartiny (2008:8). Keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui penjualan barang yang berkualitas, harga yang relatif murah, dan pelayanan yang baik sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai. Sumber daya manusia yang berkualitas akan menjadi kekuatan bagi perusahaan untuk dapat mempertahankan perusahaannya, terutama dari persaingan yang semakin ketat.

Pelayanan pada dasarnya adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan juga dapat diartikan dengan kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.

Secara umum, pelayanan di Indonesia masih dinilai kurang baik sehingga menimbulkan masalah yang harus diperbaiki oleh perusahaan dan lembaga lainnya untuk merubah citra buruk tersebut menjadi lebih baik. Begitu juga dalam dunia perbankan, perkembangan teknologi yang semakin maju membuat keunggulan suatu produk sulit untuk dipertahankan, karena pada dasarnya produk lebih mudah untuk ditiru. Jadi, pelayanan yang baik dan berkualitas sangat diperlukan agar dapat memberikan pelayanan yang prima dan kualitas sesuai yang diinginkan serta membuat nasabah merasa puas.

Menurut Parasuraman, et al, Kualitas pelayanan mengidentifikasikan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau mereka harapkan terhadap atribut pelayanan suatu perusahaan.

Menurut Philip Kotler (2009:42) Kepuasan adalah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi, kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Dengan bisnis perbankan yang merupakan bisnis berdasarkan azas kepercayaan, masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan ini. Karena berhasil atau tidaknya suatu bisnis perbankan tergantung pada kepuasan nasabahnya. Jika nilai dalam perbankan bagi nasabah adalah kemudahan bertransaksi, maka kepuasan nasabah akan didapat pada bank yang mampu memberikan kemudahan dalam bertansaksi finansial yang dilakukan (Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah : 194).

Dalam hal ini, PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam merupakan salah satu instansi pelayanan jasa dalam dunia perbankan dan terus memberikan kualitas pelayanan yang prima dan lengkap berbasis TI untuk semua segmen nasabah, terutama sektor usaha kecil, menengah, sektor pemerintah maupun korporasi dan menjadi Bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan skateholders untuk menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif merupakan salah satu dari misi perusahaan yang didukung dengan motto kepercayaan dan kemitraan sehingga akan menciptakan nasabah-nasabah yang loyal.

Seperti yang kita ketahui, Bank Syariah di Indonesia sesungguhnya telah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Seiring perkembangan tersebut, perbankan syariah tentunya juga harus didukung oleh sumber daya insani yang memadai, baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya. Namun realitas yang ada menunjukkan bahwa masih banyak sumber daya insani yang



selama ini terlibat di institusi syariah tidak memiliki pengalaman akademis maupun praktis dalam perbankan syariah. Sehingga kondisi ini dapat mempengaruhi produktivitas dan profesionalisme perbankan syariah itu sendiri.

## LANDASAN TEORI

### Loyalitas (*Loyalty*)

Loyalitas adalah salah satu hal yang tidak dapat dibeli. Loyalitas hanya bisa didapatkan, namun tidak bisa dibeli. Mendapatkan loyalitas dari seseorang bukanlah sesuatu pekerjaan yang mudah. Sedangkan, menghilangkan loyalitas seseorang justru menjadi hal yang sangat mudah untuk dilakukan.

Loyalitas nasabah merupakan ukuran kedekatan nasabah pada sebuah merek, nasabah menyukai merek, merek menjadi *top of mind* (merek pertama yang muncul) jika mengingat sebuah kategori produk, komitmen merek yang mendalam memaksa preferensi pilihan untuk melakukan pembelian, membantu nasabah mengidentifikasi perbedaan mutu, sehingga ketika berbelanja akan lebih efisien

### Kepuasan Nasabah

Kepuasan berasal dari kata puas, menurut Soeharno dan Retno ningsih dalam Kamus Bahasa Indonesia Lengkap (2007:398), puas diartikan “merasa senang, merasa lega atas pelayanan yang baik”. Adapun indikator kepuasan nasabah menurut Woodruff dan Jenkins dalam Tjiptono (2005:169) adalah:

1. Rasa percaya nasabah
2. Rasa keakraban nasabah
3. Rasa puas nasabah terhadap jaminan layanan
4. Tidak ada complain dari nasabah
5. Kinerja bank sesuai harapan

Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi. Nasabah biasa disebut pelanggan atau konsumen yang setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan kemampuan yang mendorong untuk melakukan sesuatu. Sedangkan kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama dengan harapan pelanggan. Ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan, Tjiptono dalam Noviyantie (2001).

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah ketika mendapatkan pelayanan jasa adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh nasabah tersebut. Didalam lingkungan yang kompetitif, indikator yang dapat menunjukkan kepuasan nasabah adalah apakah nasabah tersebut akan memiliki sifat loyalitas terhadap Perbankan yang telah melayani.

Menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2013:35), kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya dan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, nasabah akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja biasa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

### Kualitas Pelayanan

Kualitas menurut ISO 9000, adalah “*degree to which a set of inherent characteristics fulfills*

requirements” (derajat yang dicapai oleh karakteristik yang bersatu padu dalam memenuhi persyaratan). Persyaratan dalam hal ini adalah: “need or expectation that is stated, generally implied or obligatory”(yaitu, kebutuhan atau harapan yang dinyatakan biasanya tersirat atau wajib). Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001). Konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif, yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi.

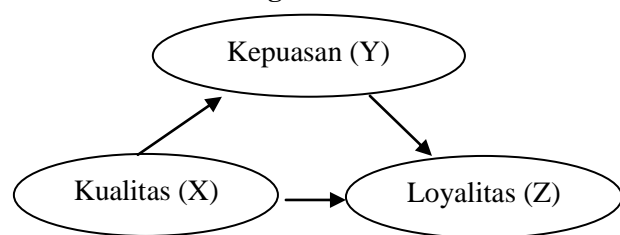
Sedangkan pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler).

Komponen pelayanan dalam bisnis tidak dapat dipisahkan dengan perusahaan jasa maupun dagang. Untuk perusahaan jasa, pelayanan ini sebagai produk yang berdiri sendiri, sedangkan pada perusahaan dagang dan industri sebagai produk tambahan yang selalu melekat pada produk utamanya (Rambat Lupiyoadi & A. Hamdanu, Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2, h. 175-177).

Sehingga Kualitas pelayanan adalah sebuah prestasi atau pencapaian dalam layanan pelanggan atau sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.

## Kerangka Pemikiran

Gambar 1.  
Kerangka Pemikiran



## Hipotesis

Berdasarkan tujuan penelitian dan kerangka pemikiran maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian adalah:

- H<sub>1</sub> : Kualitas pelayanan (*service quality*) berpengaruh secara langsung, positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam.
- H<sub>2</sub>: Kualitas pelayanan (*service quality*) berpengaruh secara langsung, positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam.
- H<sub>3</sub>: Kepuasan nasabah berpengaruh secara langsung, positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam.
- H<sub>4</sub>: Terdapat pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) dari variabel kualitas pelayanan secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi oleh kepuasan nasabah tabungan PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam.

## METODE PENELITIAN

### Lokasi dan Objek Penelitian

Dengan mempertimbangkan dan membatasi penelitian, maka lokasi penelitian dan unit analisis dalam penelitian ini ditentukan dengan sengaja (*purposive*) yang akan dilakukan di PT. Bank Aceh

Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam. Objek penelitian mengenai kualitas, kepuasan dan loyalitas nasabah PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam.

### Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan desain penelitian pendekatan kuantitatif dengan sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Penelitian dilakukan pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam.

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan peneliti terdahulu.

### Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Widiyanto (2010:5) Populasi merupakan suatu kelompok atau kumpulan objek atau objek yang akan digeneralisasi dari hasil penelitian. Sedangkan menurut Hartono (2011:46) Populasi dengan kataestik tertentu ada yang jumlahnya terhingga dan ada yang tidak terhingga. Penelitian hanya dapat dilakukan pada populasi yang terhingga saja.

Responden dalam penelitian ini nasabah PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam dengan jumlah populasi sebanyak 11.567 orang.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dijadikan sebagai objek dan sumber data serta informasi dalam penelitian yang dianggap mewakili dari suatu penelitian. Menurut Gulo (2010:78) Sampel adalah himpunan bagian atau subset dari suatu populasi, sampel memberikan gambaran yang benar tentang populasi.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini dengan mengambil pendapat Slovin (2012 : 135) jumlah pengambilan sampel yaitu :

$$\frac{N}{1+N(d)^2}$$

dimana :

N = besar populasi

n = besar sampel

d = tingkat kepercayaan atau ketepatan yang diinginkan 10% (0,10)

Maka sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned} &= \frac{11.567}{1 + 11.567(0,10)^2} \\ &= \frac{11.567}{116.67} \\ &= 99,14 \\ &= 99 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Dari hasil rumus di atas maka pengambilan sampel sebesar 99 orang adalah nasabah PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono (2011:77), *Accidental Sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Teknik ini biasanya dilakukan karena keterbatasan waktu, tenaga, dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar. Keuntungan dari pada teknik ini adalah terletak pada ketepatan peneliti memilih sumber data sesuai dengan variabel yang diteliti.

### Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data di dalam membahas permasalahan ini, penulis melakukan serangkaian kegiatan pengumpulan data, melalui wawancara, kuesioner dan studi kepustakaan.

### Definisi dan Operasional Variabel

Kualitas Pelayanan (X1) dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen, Tjiptono (2007). loyalitas merek (Y) yang mencerminkan loyalitas pelanggan pada merek tertentu, Dharmmesth (2009).

Kepuasan (Z) berasal dari kata puas, menurut Soeharno dan Retnoningsih dalam Kamus Bahasa Indonesia Lengkap (2007:398), puas diartikan “merasa senang, merasa lega atas pelayanan yang baik”

### Metode Analisis Data

Menurut (Bogdan dalam Sugiyono, 2013:244) Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini digunakan analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur merupakan suatu metode yang digunakan untuk melihat pengaruh langsung dan tidak langsung dari yang telah dilakukan atau disebut *Standardized* suatu variabel yang dihipotesiskan sebagai penyebab terhadap variabel yang diperlakukan sebagai akibat. Koefisien regresi *coefficients*. Persamaan matematis untuk diagram jalur substruktur I adalah:

$$Y = \rho_{yx}X + e_1$$
$$Z = \rho_{yx}X + \rho_{yz}Y + e_2$$

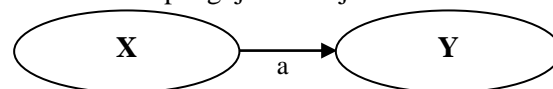
dimana :

- Y = Loyalitas Nasabah
- Z = Kepuasan Nasabah
- X = Kualitas Pelayanan
- $\rho$  = Koefisien Jalur
- $e_1 e_2$  = *Structural error*

Baron dan Kenny (2014) telah mendiskusikan 4 tahap untuk menetapkan pemediasian.

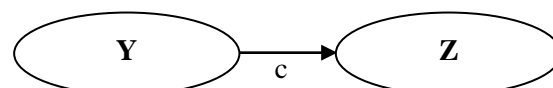
#### 1. Langkah 1

Langkah pertama bertujuan untuk menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berhubungan dengan variabel dependen yaitu kepuasan (Y), maka selanjutnya dilakukan estimasi dan pengujian atas jalur a.



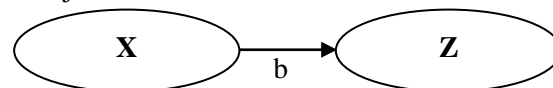
#### 2. Langkah 2

Langkah kedua bertujuan untuk menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X) berhubungan dengan variabel dependen yaitu loyalitas nasabah (Z). maka dilakukan estimasi dan pengujian jalur c. Langkah ini bertujuan untuk menetapkan bahwa ada pengaruh yang mungkin dimediasi.



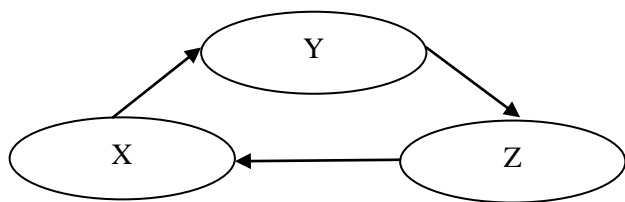
#### 3. Langkah 3

Dalam konteks penelitian ini, langkah ketiga bertujuan menunjukkan bahwa kepuasan (Y) mempengaruhi loyalitas nasabah (Z), maka selanjutnya dilakukan estimasi dan pengujian atas jalur b.



#### 4. Langkah 4

Untuk menetapkan bahwa kepuasan (Y) sepenuhnya memediasi hubungan kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah. Jika ketiga langkah pertama terpenuhi, tetapi langkah keempat tidak, maka hal ini merupakan indikasi adanya pemediasian parsial.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan dan dampaknya pada loyalitas nasabah PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam, dilakukan analisis regresi untuk mengetahui hubungan linear antar variabel. Analisis regresi menggunakan 3 variabel yaitu Kualitas Pelayanan (X), loyalitas (Z) dengan kepuasan (Y) sebagai variabel mediasi. Satu variabel akan mempengaruhi variabel lainnya sebagai jalur hubungan antar variabel. Pengaruh antar variabel dari output SPSS dapat dilihat pada beberapa tabel berikut :

**Tabel 1**  
**Hasil Analisis Regresi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan**

Item	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
Konstanta	2,837	0,358		7,934	0,000
Kualitas Pelayanan	0,324	0,082	0,373	3,958	0,000
Koefisien korelasi [R]	0,373				
R Square	0,139				
F Hitung	15,665				
Sig	0,000				

Dari hasil output SPSS pada tabel di atas dapat dibuat garis persamaan linier adalah sebagai berikut:

$$Y = \rho_{yx} X + e$$

$$Y = 0,373X$$

Persamaan di atas menjelaskan sebagai berikut:

1. Koefisien regresi beta pengaruh kualitas pelayanan sebesar = 0,373, dengan demikian, jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor

Cabang Pembantu Darussalam akan meningkat pula.

2. Koefisien determinasi  $R^2 = 0,139$  menjelaskan peran variabel kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam 13,9%.

**Tabel 2**  
**Hasil Analisis Regresi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah**

Item	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
Konstanta	2,084	,414		5,037	0,000
Kualitas Pelayanan	0,486	,095	0,462	5,127	0,000
Koefisien korelasi [R]	0,462				
R Square	0,213				
F Hitung	26,291				
Sig	0,000				

Dari hasil output SPSS pada tabel di atas dapat dibuat garis persamaan linier adalah sebagai berikut:

$$Z = \rho_{yx} X + e$$

$$Z = 0,462X$$

Persamaan di atas menjelaskan sebagai berikut:

1. Koefisien regresi beta pengaruh Kualitas Pelayanan sebesar = 0,462, dengan demikian, jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka loyalitas akan meningkat pula.
2. Koefisien determinasi  $R^2 = 0,213$  menjelaskan peran variabel kualitas pelayanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam 21,3%,

**Tabel 3**  
**Hasil Analisis Regresi Pengaruh Loyalitas Nasabah Terhadap Kepuasan**

Item	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
Konstanta	2,634	0,314		8,395	0,000
Loyalitas nasabah	0,384	0,074	0,465	5,169	0,000
Koefisien korelasi [R]	0,465				
R Square	0,216				
F Hitung	26,720				
Sig	0,000				

Dari hasil output SPSS pada tabel di atas dapat dibuat garis persamaan linier adalah sebagai berikut:

$$Y = \rho_{zy}Y + e_2$$

$$Y = 0,465Y$$

Persamaan di atas menjelaskan sebagai berikut:

1. Koefisien regresi beta pengaruh loyalitas nasabah sebesar = 0,465, dengan demikian, jika kepuasan ditingkatkan maka loyalitas PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam akan meningkat pula.
2. Koefisien determinasi  $R^2 = 0,216$  menjelaskan peran variabel loyalitas nasabah ditingkatkan terhadap kepuasan pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam 21,6%.

**Tabel 4**  
**Hasil Analisis Regresi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Melalui Loyalitas Nasabah**

Item	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
Konstanta	2,198	0,377		5,825	0,000
Kualitas Pelayanan(X)	0,175	0,087	0,201	2,016	0,047
Loyalitas(Z)	0,307	0,082	0,372	3,726	0,000
Koefisien korelasi [R]	0,498				
Adjusted R Square	0,232				
F Hitung	15,814				
Sig	0,000				

Dari hasil output SPSS pada tabel di atas dapat dibuat garis persamaan linier adalah sebagai berikut:

$$Z = \rho_{yx} X + \rho_{zy} Y + e_2$$

$$Z = 0,201X + 0,372Y$$

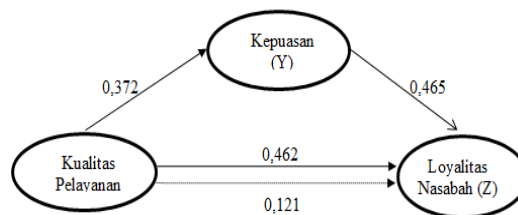
Persamaan diatas menjelaskan sebagai berikut :

1. Koefisien Regresi beta pengaruh kualitas pelayanan sebesar = 0,175, dengan meningkatnya kualitas pelayanan akan meningkatkan pula loyalitas nasabah PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam.
2. Koefisien Regresi beta pengaruh loyalitas sebesar = 0,307, dengan demikian meningkatnya

loyalitas akan meningkatkan pula loyalitas PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam.

3. Koefisien Determinasi (Adjusted  $R^2$ ) = 0,232 Peran variabel kualitas pelayanan (X) bersama-sama dengan variabel kepuasan (Y) dalam meningkatkan loyalitas (Z) PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam sebesar 23,2%..
4. Berdasarkan beberapa model persamaan regresi tersebut, maka dapat dibentuk diagram model persamaan jalur yang menjelaskan hubungan langsung maupun tidak langsung.

**Gambar 2**  
**Model Persamaan Jalur**



Melalui model persamaan jalur tersebut maka akan menunjukkan pengaruh langsung dan tidak langsung, yang dapat dijelaskan pada tabel berikut:

**Tabel 5**  
**Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Diagram Jalur**

No	Pengaruh Antar variabel	Model	Beta
	Pengaruh langsung		
1	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan	X-Y	0,372
2	Pengaruh kualitas terhadap loyalitas nasabah	X-Z	0,462
3	Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah	Y-Z	0,465
<b>Pengaruh tidak langsung</b>			
4	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan	X-Y-Z	(0,201 x 0,372) = 0,121

Tabel 5 menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh langsung dalam meningkatkan kepuasan, kemudian kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap peningkatan loyalitas nasabah selanjutnya kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap meningkatnya loyalitas nasabah.



Pengujian hipotesis menggunakan model analisis regresi untuk mengetahui pengaruh antar variabel, meliputi (1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan (2) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas (3) pengaruh kepuasan terhadap loyalitas dan (4) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai variabel mediasi.

**Tabel 6**  
**Pengujian Hipotesis**

No	Pengaruh Antar variabel	Beta	Sig	Keterangan
1	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan	0,373	0,000	Menolak Ho Menerima Ha
2	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah	0,462	0,000	Menolak Ho Menerima Ha
3	Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah	0,465	0,000	Menolak Ho Menerima Ha
4	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai variabel mediasi	0,121		Menolak Ho Menerima Ha

Berdasarkan pada Tabel 6, maka dapat dijelaskan bahwa :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan dengan nilai beta 0,373 pada tingkat signifikan 0,000 atau  $< 0,05$  dengan demikian Ha diterima dan menolak Ho..
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas nasabah dengan nilai beta 0,462 pada tingkat signifikan 0,000 atau  $< 0,05$  dengan demikian Ha diterima dan menolak Ho.
3. Loyalitas nasabah berpengaruh signifikan pada kepuasan dengan nilai beta 0,465 pada tingkat signifikan 0,000 atau  $< 0,05$  dengan demikian Ha dapat diterima dan menolak Ho.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam melalui loyalitas nasabah sebagai variabel mediasi secara parsial dengan demikian Ha dapat diterima dan menolak Ho.

Hal ini sesuai dengan teori menurut Baron dan Kenny (1986) apabila pengaruh variabel dependen terhadap variabel pemediasi signifikan dan pengaruh variabel independen terhadap variabel pemediasi juga signifikan maka dapat dikatakan bahwa hasil temuan penelitian ini mendukung pengaruh mediasi secara parsial (*partially mediated*)

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian, pengolahan, dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan dengan nilai beta 0,373 pada tingkat signifikan 0,000 atau  $< 0,05$  dengan demikian Ha diterima dan menolak Ho..
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas nasabah dengan nilai beta 0,462 pada tingkat signifikan 0,000 atau  $< 0,05$  dengan demikian Ha diterima dan menolak Ho.
3. Loyalitas nasabah berpengaruh signifikan pada kepuasan dengan nilai beta 0,465 pada tingkat signifikan 0,000 atau  $< 0,05$  dengan demikian Ha dapat diterima dan menolak Ho.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam melalui loyalitas nasabah sebagai variabel mediasi secara parsial dengan demikian Ha dapat diterima dan menolak Ho.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmadi, A., Narbuko, C. 2009. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Al Arif, M. Nur Rianto, 2012, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : CV. Alfabeta,
- Assauri, Sofjan, 2005, *Manajemen Pemasaran*, Liberty Yogyakarta.
- Cannon, Renault, McCarthy. 2008. *Pemasaran Dasar, Pendekatan Manajerial Global*. Edisi 16. Salemba Empat, Jakarta.
- Dharmmesta., B. Swastha. 2009. *Loyalitas Pelanggan : Sebuah Kajian Konseptual sebagai Panduan Bagi Peneliti*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia. Yogyakarta.
- Exmawati, Septiana, Dwi, 2014. Skripsi. *Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Tulungagung*. Jawa Timur.
- Fidiyanti, Irma, 2013. Skripsi. *Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kcp Perak Surabaya*. Surabaya.
- Insight, MarkPlus. 2016. *Youth Women Netizen Monitoring*. Jakarta: Marketeers.
- Islamiati, Sri, 2016, Tugas Akhir. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang A. Rivai*. Palembang.
- Khatimah, Husnul, 2011. Skripsi. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Nasabah BRI Cabang Semarang Pattimura*. Semarang.
- Kotler, Philip, 2009, *Marketing Management*, Prentise Hall Inc. USA. New Jersey.
- Kotler, Philip. Kevin, Lane, Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jakarta.
- Sugiyono. 2011. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J., 2007, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. Anastasia, Diana. 2003. *Total Quality Manajemen*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andy.
- Umammah, Choirotul, 2016. Tugas Akhir. *Pengaruh Kualitas Layanan Mobil Kas Keliling terhadap kepuasan Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang*. Palembang.