



PENGARUH *SERVICE EXCELLENT* DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP KINERJA BANK SYARIAH INDONESIA KCP JAKARTA CILANDAK

Mega Silvia¹, Prasetyo Ariwibowo², Deasy Nurmalasari F³

Universitas Indraprasta PGRI, Indonesia

megasilvia525@gmail.com¹, wibowoprasetyo648@gmail.com², deasyunindra@gmail.com³

Abtrak

Sumber daya manusia adalah faktor produksi yang paling menentukan dibanding dengan fasilitas atau perangkat lain yang ada di suatu perusahaan. Hal tersebut disebabkan perangkat yang serba canggih di perusahaan tidak dioperasikan oleh manusia. Suatu kegiatan perusahaan tidak dapat berjalan lancar tanpa sumber daya manusia di dalam suatu perusahaan. Suatu organisasi atau perusahaan akan berjalan dengan baik apabila didukung dengan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan kerja sesuai dengan tugasnya. E. Penelitian ini bertujuan untuk memastikan Pengaruh Service Excellent dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kinerja Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Cilandak. Metode Pengumpulan data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara random sampling, dengan populasi sebanyak 100 nasabah dan sampel sebanyak 50 responden. Penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel yaitu: Service Excellent (X^1), Kepuasan Nasabah (X^2), dan Kinerja (Y). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif dengan alat ukur skala likert dengan teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda menggunakan SPSS. Uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service excellent* dan kepuasan nasabah berpengaruh terhadap kinerja bank. Secara parsial kepuasan nasabah berpengaruh dominan terhadap kinerja bank. Sebaiknya pimpinan PT. Bank Syariah Indonesia meningkatkan semangat dan disiplin kerja pada karyawan bank sehingga akan meningkatkan kinerja bank.

Kata Kunci: Service Excellent, Kepuasan Nasabah, Kinerja

Abstract

Human resources are the most decisive factor of production compared to other facilities or devices in an enterprise. This is because the sophisticated devices in the company are not operated by humans. A company's activities cannot run smoothly without human resources within a company. An organization or company will run well if it is supported by human resources who have the ability to work in accordance with their duties. E. This study aims to ensure the Effect of Excellent Service and Customer Satisfaction on the Performance of Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Cilandak. The data collection methods used are primary and secondary data sources. The sampling technique is carried out by random sampling, with a population of 100 customers and a sample of 50 respondents. This study uses 3 (three) variables, namely: Excellent Service ($X1$), Customer Satisfaction ($X2$), and Performance (Y). The research method used is a descriptive quantitative method with Likert scale measuring instruments with data analysis techniques using multiple linear regression using SPSS. Test the hypothesis using t test and F test. The results showed that excellent service and customer satisfaction affect bank performance. Partially, customer satisfaction has a dominant effect on bank performance. We recommend the leadership of PT. Bank Syariah Indonesia increases morale and work discipline in bank employees so that it will improve bank performance.

Keywords: *Excellent Service, Customer Satisfaction, Performance*

(*) Corresponding Author: Mega Silvia¹, megasilvia525@gmail.com¹, 083805942748

INTRODUCTION

Suatu kegiatan perusahaan tidak dapat berjalan lancar tanpa sumber daya manusia di dalam suatu perusahaan. Suatu organisasi atau perusahaan akan berjalan dengan baik apabila didukung dengan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan kerja sesuai dengan tugasnya. Selain kemampuan kerja, ada hal lain dalam menunjang tercapainya produktivitas perusahaan secara maksimal. Hal tersebut adalah *service excellent*, sebuah pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan bagi sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan untuk memenangkan persaingan.

Oleh sebab itu, pihak manajemen perusahaan harus mampu mengelola sumber daya manusia secara terarah dan hal ini sangat berpengaruh dengan sumber daya manusia tersebut. Dari *service excellent* sebuah perusahaan dapat dilihat kepuasan dari nasabah. Kepuasan nasabah merupakan sebuah perbandingan dari apa yang diharapkan nasabah dengan apa yang telah diterima oleh nasabah. Apabila yang didapatkan oleh nasabah melebihi harapannya maka pelanggan tersebut dapat meraih kepuasan, dan sebaliknya apabila harapan pelanggan lebih tinggi dari yang didapatkan maka pelanggan tersebut belum terpuaskan.

Maka dari itu kinerja karyawan harus lebih ditingkatkan kembali, karyawan harus lebih semangat dan antusias dalam bekerja. Agar apa yang didapatkan nasabah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah. Dari segi interaksi terhadap nasabah juga harus diperhatikan, karena jika dari segi interaksi sudah tidak baik maka nasabah tidak akan tertarik dan tidak akan merasa puas dengan service atau pelayanan yang bank berikan. Interaksi atau kontak merupakan suatu hal yang sangat penting untuk dilakukan oleh setiap bank dan nasabah, karena tindakan tersebut berpengaruh langsung kepada nasabah itu sendiri. Bank harus dapat melayani nasabah dengan baik dan penuh kesabaran agar nasabah merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan. Untuk lebih spesifiknya, bank dapat berinteraksi secara personal dengan nasabah. Gunanya agar pihak bank mampu mengenali karakter nasabah secara mendalam dan bank harus melayani dengan setulus hati. Artinya harus dapat atau mudah memaafkan nasabah jika nasabah melakukan kesalahan dan tidak meminta imbalan apapun dari nasabah.

Service Excellent (Pelayanan Prima) menurut Rahmayanty (2012) pelayanan prima adalah pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan, pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (*quality nice*), pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (*handal*), pelayanan yang memenuhi kebutuhan praktis (*practical needs*) dan kebutuhan emosional (*emotional needs*) pelanggan, biasanya yang sering melakukan pelatihan semacam ini adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa misalnya saja perbankan (Soeprajitno, Edy Djoko., Setyawan, Wawan Herry., Wihara, 2019).

Kepuasan pelanggan merupakan sebuah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui antara apa yang diharapkan dengan apa yang dirasakan pelanggan (Gultom, Dedek Kurniawan., Arif, Muhammad., Fahmi, 2020). Berbeda dengan Oliver (Aryani & Rosinta, 2011) kepuasan pelanggan merupakan konstruk yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas layanan. Sedangkan menurut (Normasari, Selvy., Kumadji, Srikandi., Kusumawati, 2013) kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima sesuai dengan harapan pelanggan.

Kemudian kinerja menurut Wibowo (dalam Abdullah Ma'ruf, 2014) kinerja berasal dari kata *performance* yang berarti hasil pekerjaan atau prestasi kerja, bukan sekedar hasil pekerjaan atau prestasi kerja, tetapi juga mencakup bagaimana proses pekerjaan itu berlangsung. Sedangkan pendapat dari Mathis kinerja mempengaruhi seberapa banyak mereka memberi kontribusi kepada organisasi yang antara lain termasuk kuantitas output, kualitas output, jangka waktu output, kehadiran di tempat kerja, sikap kooperatif (Supatmi, Mamik Eko., Nimram, Umar., Utami, 2012).

METHODS

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Menurut Sudjana dan Ibrahim (2004:64) penelitian kuantitatif deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang berupa

angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Jayusman, 2020:15). Peneliti menggunakan metode ini karena metode penelitian ini cocok untuk lebih menekankan pada keluasan informasi pada populasi yang luas dengan variabel yang terbatas, data yang diambil dari populasi tersebut dengan *probability sampling* (random). Variabel terikat yaitu Kinerja (Y), variabel bebas meliputi *Service Excellent* (X₁) dan Kepuasan Nasabah (X₂). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Cilandak. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 50 nasabah, dengan teknik *simple random sampling*, dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono 2017:82). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yakni menggunakan kuesioner dengan skala likert. Selanjutnya data dianalisis menggunakan analisis uji statistik yaitu uji F dan uji t untuk melihat pengaruh variabel *service excellent* dan kepuasan nasabah terhadap kinerja bank baik secara parsial maupun simultan.

RESULTS & DISCUSSION

Results

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Cilandak. Dari penyebaran kuesioner mendapatkan jumlah responden sesuai dengan jumlah sampel yang akan digunakan untuk penelitian ini yakni sebanyak 50 responden. Dalam penelitian ini responden diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki dan perempuan. Setelah melakukan pengumpulan data primer, selanjutnya akan dilakukan tabulasi data sesuai dengan karakteristik responden yang telah ditentukan. Kemudian melakukan analisis data yang telah terkumpul menggunakan SPSS 25.0.

Uji Validitas

Pada uji validitas ini tingkat signifikan telah ditentukan yakni sebesar 5% dan N (jumlah responden) sebanyak 50 maka nilai dalam r tabel adalah 0,1966. Hasil uji validitas menunjukkan nilai *Pearson Correlation* (r_{hitung}) lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel}, jadi setiap indikator pada setiap variabel layak dijadikan sebagai alat untuk pengumpulan data yang akurat dalam penelitian ini. Dibawah ini merupakan ringkasan hasil perhitungan uji validitas:

Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas *Service Excellent* (X₁)

Sistem Pernyataan	Nilai Validitas		
	R-hitung	R-tabel	Keterangan
<i>Service Excellent</i> (X ₁)			
Butir Item 1	0,925	0,279	Valid
Butir Item 2	0,899	0,279	Valid
Butir Item 3	0,906	0,279	Valid
Butir Item 4	0,924	0,279	Valid
Butir Item 5	0,868	0,279	Valid
Butir Item 6	0,905	0,279	Valid
Butir Item 7	0,921	0,279	Valid
Butir Item 8	0,897	0,279	Valid
Butir Item 9	0,921	0,279	Valid
Butir Item 10	0,92	0,279	Valid

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas Kepuasan Nasabah (X₂)

Sistem Pernyataan	Nilai Validitas		
	R-hitung	R-tabel	Keterangan
Kepuasan Nasabah (X ₂)			
Butir Item 11	0,934	0,279	Valid
Butir Item 12	0,916	0,279	Valid
Butir Item 13	0,956	0,279	Valid
Butir Item 14	0,931	0,279	Valid
Butir Item 15	0,93	0,279	Valid
Butir Item 16	0,912	0,279	Valid
Butir Item 17	0,913	0,279	Valid
Butir Item 18	0,92	0,279	Valid
Butir Item 19	0,936	0,279	Valid
Butir Item 20	0,898	0,279	Valid

Tabel 3. Hasil Pengujian Validitas Kepuasan Nasabah (X₃)

Sistem Pernyataan	Nilai Validitas		
	R-hitung	R-tabel	Keterangan
Kinerja (Y)			
Butir Item 21	0,905	0,279	Valid
Butir Item 22	0,912	0,279	Valid
Butir Item 23	0,876	0,279	Valid
Butir Item 24	0,854	0,279	Valid
Butir Item 25	0,953	0,279	Valid
Butir Item 26	0,905	0,279	Valid
Butir Item 27	0,821	0,279	Valid
Butir Item 28	0,931	0,279	Valid
Butir Item 29	0,878	0,279	Valid
Butir Item 30	0,922	0,279	Valid

Uji Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas dilakukan pada data berguna untuk menunjukkan instrument tersebut dapat dipercaya dan konsisten sehingga dapat diandalkan. Jadi sebuah instrument dapat dikatakan reliabel apabila nilai *croanbach alpha* > 0,60. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
<i>Service Excellent</i>	0,976	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,981	Reliabel
Kinerja	0,972	Reliabel

Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh *Service Excellent* dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kinerja Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Cilandak. Untuk menghitung regresi linear berganda pada penelitian ini menggunakan program SPSS versi 25, menggunakan persamaan $Y = b_1 X_1 + b_2 X_2$ dengan hasil koefisien $b_1 X_1 = 0,492$ dan Koefisien $b_2 X_2 = 0,485$ yang berarti variabel e-commerce dan digital payment mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil persamaan regresi setelah dijabarkan:

$$\text{Perilaku Konsumtif} = 0,492 \text{ Service Excellent} + 0,485 \text{ Kepuasan Nasabah}$$

Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini menggunakan uji t (parsial) yang bertujuan untuk mengetahui apakah secara individual (Parsial) ada atau tidaknya pengaruh secara signifikan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Dengan hasil yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni variabel *Service Excellent* sebesar $5,760 > 2,01174$ dan variabel Kepuasan Nasabah sebesar $5,919 > 2,01174$ yang artinya *service excellent* dan kepuasan nasabah secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Uji F (simultan) dengan hasil yang menunjukkan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ yang artinya bahwa variabel *service excellent* dan kepuasan nasabah berpengaruh secara simultan terhadap kinerja bank.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) pada penelitian ini menggunakan uji koefisien determinasi. Berikut hasil dari koefisien determinasi:

Tabel 3
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.962 ^a	.926	.923	1.899

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Service Excellent

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS versi 25 (2023)

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa hasil dari uji koefisien determinasi di kolom Adjusted R Square mendapatkan nilai sebesar 0,923 yang artinya bahwa variabel bebas *Service Excellent* dan Kepuasan Nasabah memiliki kontribusi terhadap variabel terikat yaitu Kinerja sebesar 92,3% sedangkan sisanya sebesar 7,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

DISCUSSION

Pengaruh *Service Excellent* (X₁) terhadap Kinerja (Y) Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Cilandak.

Berdasarkan uji statistik t atau secara parsial, pengaruh *Service Excellent* (X₁) terhadap Kinerja (Y) Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Cilandak menunjukkan bahwa H₁ diterima dimana nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = 5,760 > 2,01174$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,1$. Artinya bahwa terdapat pengaruh signifikansi antara *Service Excellent* (X₁) terhadap Kinerja (Y) Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Cilandak.

Pengaruh Kepuasan Nasabah (X₂) terhadap Kinerja (Y) Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Cilandak.

Berdasarkan uji statistik t atau secara parsial, pengaruh Kepuasan Nasabah (X₂) terhadap Kinerja (Y) Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Cilandak menunjukkan bahwa H₂ diterima dimana nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = 5,919 > 2,01174$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,1$. Artinya bahwa terdapat pengaruh signifikansi antara Kepuasan Nasabah (X₂) terhadap Kinerja (Y) Bank Syariah Indonesia KCP

Jakarta Cilandak.

Pengaruh *Service Excellent* (X₁) dan Kepuasan Nasabah (X₂) terhadap Kinerja (Y) Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Cilandak.

Berdasarkan uji statistik f *Service Excellent* (X₁) dan Kepuasan Nasabah (X₂) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap Kinerja (Y) Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Cilandak. Hal ini menunjukkan bahwa H₃ diterima dimana nilai $F_{hitung} > F_{tabel} = 293,439 > 3,191$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,1$. Artinya bahwa secara simultan atau Bersama-sama *Service Excellent* (X₁) dan Kepuasan Nasabah (X₂) berpengaruh terhadap Kinerja (Y) Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Cilandak sebesar $0,923 \times 100\% = 92,3\%$, sedangkan sisanya 7,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

CONCLUSION

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh service excellent dan kepuasan nasabah terhadap kinerja Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Cilandak. Berdasarkan hasil analisis dan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, maka penulis menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Service Excellent memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Cilandak.
2. Kepuasan Nasabah memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Cilandak.
3. Service excellent dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh simultan terhadap kinerja Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Cilandak.

REFERENCE

- Abdullah Ma'ruf, M. (2014). *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan* (B. R. Hakim (ed.)). Aswaja Pressindo.
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17(2), 114–126. <https://doi.org/10.20476/jbb.v17i2.632>
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2713>
- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 101–118. <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/12249/6227>
- Bujung, G. E. A., Liestiadre, H. K., & Aridayanti, D. A. N. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Wisatawan Domestik di Daya Tarik Wisata Kawasan Luar Pura Uluwatu. *Journal of Applied Science in Destination*, 1(1), 40–52. <https://doi.org/10.52352/jastd.v1i1.1032>
- Ekhsan, M. (2019). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13 (1), 1–13. <https://doi.org/10.55208/aj.v2i1.27>
- Fakhirah, J., Ariwibowo, P., & Anco. (2022). Pengaruh Disiplin dan Pengawasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT Bank DKI Cabang Gambir-Jakarta Pusat. *Sosio E-Kons*, 14(2), 117–124. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v14i2.11863>
- Fure, J. A. (2016). Fungsi Bank Sebagai Lembaga Keuangan Di Indonesia Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan. *Lex Crimen*, V(4), 116–122.
- Dedek Kurniawan., Arif, Muhammad., Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap

- Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2) 171–
- Guspul, A. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Jasa Cabang Wonosobo). *Jurnal PPKM UNSIQ I*, Vol.1(No.1), 40–54. <https://doi.org/https://doi.org/10.32699/ppkm.v1i1.232>
- Halimah, A. (2017). Pengaruh Syariah Marketing, *Service Excellence* Dan Reputasi Terhadap Kepercayaan Nasabah Tabungan Mudharabah (Studi BMT Zam Zam Sragen). *Perbankan Syariah*, 4 (1),1-117. <https://doi.org/https://core.ac.uk/download/pdf/296469808.pdf>.
- Hendarsyah, D. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Dan Keamanan Kartu Kredit Perbankan. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 85–96. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.204>
- Hidayati, J. (2005). Analisis Kinerja Bank dengan DEA. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 6(2), 17–23. [https://doi.org/https://www.academia.edu/download/28032798/sti-apr2005-\(3\).pdf](https://doi.org/https://www.academia.edu/download/28032798/sti-apr2005-(3).pdf).
- Iriantara, Y. (2014). Konsep Manajemen dan Manajemen Pemasaran. *Manajemen Media Massa*, 1–43.
- Isyanto, P., & Martini, N. (2011). Analisis Hubungan Customer Behaviour dan Persepsi Produk Pelumas Kendaraan Bermotor Roda Dua Di Kabupaten Karawang. *Solusi*, 9(18), 71–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.35706/solusi.v9i18.10>
- Jalal, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Service Excellence* (Studi Kasus Pada PT. Bank X (Persero), Tbk. Pekanbaru). *Bahtera Inovasi*, 2(2), 122–137. <https://doi.org/10.31629/bi.v2i2.1626>
- Nasfi., Rahmad., S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Journal of Economic Studies*, 4(1), 19–38. <https://doi.org/10.31539/costing.v3i1.846>
- Neldawaty, R. (2018). Perbandingan Kinerja Bank Syariah Dan Bank Konvensional. *Journal Development*, 6(1), 61–69. <https://doi.org/10.53978/jd.v6i1.92>
- Normasari, Selvy., Kumadji, Srikandi, Kusumawati, A. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2), 1–9.
- Priangani, A. (2013). Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4), 1–9.
- Ratnasari, S. L. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Vol. 4, Issue 1). https://www.academia.edu/download/48505178/bank_dan_lembaga_keuangan_lainnya_1.pdf.
- Ritonga, Mulkanuddin., Irawan., Fikri, M. El. (2017). Faktor Manajemen Biaya dan Manajemen Pemasaran Terhadap Pendapatan Melalui Intensitas Produksi Pada UKM Industri Rumahan Di Kota Binjai.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312–318. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- Sahanggamu, P., & L. Mandey, S. (2014). Pengaruh Pelatihan Kerja, Motivasi, dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Perkreditan Rakyat DanaRaya. *Jurnal EMBA*, 2(4), 514–523. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.2.4.2014.6359>
- Sari, P., & Widyasari, T. (2019). Pengaruh *Service Excellence* dan Kualitas Kepuasan Konsumen ABA Komputer Samarinda. *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 3(1), 191–201. <https://doi.org/https://cendikia.ikipgrikaltim.ac.id/index.php/cendikia/article/view/104>
- Simamora, J. M., & Yusmalinda. (2021). Pengaruh *Service Excellence* Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Cv Bersinar Pematangsiantar. *Journal of Management Sciences*, 1(1), 9–19. <http://jurnal.stiesultanagung.ac.id/index.php/strategic>.
- Soeprajitno, Edy Djoko., Setyawan, Wawan Herry., Wihara, D. S. (2019). Dampak Pelatihan (*Service Excellence* Terhadap Kinerja Karyawan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Kota Kediri. *MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 4(2), 94–102.
- Sondakh, C. (2014). Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3 (1), 19–32.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jrbm/article/view/7525>.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika dalam penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Supatmi, Mamik Eko., Nimram, Umar., Utami, H. N. (2012). Pengaruh Pelatihan, Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan dan Kinerja Karyawan. *Jurnal Profit*, 7(1), 25–37. <https://profit.ub.ac.id/index.php/profit/article/view/305>.
- Waldelmi, I. (2017). Perilaku Konsumen Memilih Produk Perbankan Syariah Pekanbaru.
- Wiwoho, J. (2014). Peran Lembaga Keuangan Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank Dalam Memberikan Distribusi Keadilan Bagi Masyarakat. *MMH*, 43(1), 87–97. <https://doi.org/10.14710/mmh.43.1.2014.87-97>
- Zakiy, M., & Azzahroh, E. P. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3 (1), 26–38. <https://doi.org/10.20473/jebis.v3i1.359>.