**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang**

Bank memegang peranan penting dalam perekonomian suatu negara. Hingga saat ini kehidupan perekonomian dunia tidak dapat dipisahkan dari dunia perbankan, hampir semua segi aktivitas perekonomian memanfaatkan perbankan sebagai lembaga keuangan yang dapat menjamin berjalannya aktivitas usaha atau bisnis.[[1]](#footnote-1) Pada dasarnya bank mempunyai peran dalam dua sisi, yaitu menghimpun dana secara langsung yang berasal dari masyarakat yang sedang kelebihan dana (*surflus unit*), dan menyalurkan dana secara langsung kepada masyarakat yang membutuhkan dana (*deficit unit*) untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga bank disebut dengan *Financial Defository Institution.[[2]](#footnote-2)*

Bank syariah merupakan lembaga intermediasi antara pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang memiliki kelebihan dana melalui produk dan jasa keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, Berdasarkan jenis kegiatannya lembaga keuangan syariah terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dan dibagi menjadi beberapa bagian jenis kegiatan usaha yaitu penghimpunan dana, penyaluran dana dan pelayanan jasa yang merupakan fungsi pokok dari perbankan.[[3]](#footnote-3) Didirikannya bank syariah ini dilatar belakangi oleh keinginan umat Islam untuk menghindari adanya riba dalam kegiatan muamalahnya, memperoleh kesejahteraan lahir dan batin melalui kegiatan muamalah yang sesuai dengan perintah agama, sebagai alternative lain dalam menikmati jasa-jasa perbankan yang dirasakan lebih sesuai, yaitu bank yang berusaha sebisa mungkin untuk beroperasi berdasarkan hukum-hukum Islam.[[4]](#footnote-4)

Hadirnya bank syariah adalah untuk menciptakan berbagai produk-produk yang memiliki diferensiasi dengan bank konvensional, sehingga secara otomatis membuat pasar utama yang dituju oleh bank syariah berbeda dengan bank konvensional karena sistem perbankan syariah mengacu pada sistem bagi hasil bukan suku bunga.[[5]](#footnote-5) Penerapan bunga di bank syariah tidak diperbolehkan karena termasuk kategori riba, lembaga keuangan di Indonesia telah berkembang dengan pesat dan yang menjadi salah satu faktornya adalah keyakinan masyarakat muslim bahwa sistem bunga digunakan pada perbankan konvensional termasuk kedalam perbuatan riba yang di dalam Islam tidak diperbolehkan.[[6]](#footnote-6) Perkembangan perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan di Indonesia secara umum, sistem perbankan syariah juga diatur dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008.[[7]](#footnote-7)

Diferensiasi produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, terdapat tiga tahapan dalam proses diferensiasi, pertama adalah menemukan model nilai konsumen, bank harus menciptakan semua daftar produk dan jasa yang berdampak pada persepsi konsumen yang menjadi sasaran pasar terhadap nilai, kedua membangun nilai tingkatan konsumen, bank harus mengatur setiap faktor kedalam satu kelompok dari empat kelompok yaitu: dasar (*basic*), harapan (*expected*), keinginan (*desired*), kejutan (*unanticipated*), ketiga adalah menemukan sepaket nilai konsumen, bank harus memilih kombinasi antara faktor yang nyata dan tidak nyata untuk membedakan dengan pesaing serta menciptakan konsumen yang memiliki loyalitas.[[8]](#footnote-8) Selain Diferensiasi Produk faktor lain yang dianggap berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu Nilai Nasabah, nilai nasabah *(customer value)* merupakan perbandingan antara manfaat *(benefits)* yang dirasakan oleh nasabah dengan apa yang nasabah korbankan *(cost)* untuk mendapatkan produk tersebut sehingga nilai nasabah merupakan suatu prefensi yang dirasakan oleh nasabah dan evaluasi terhadap atribut-atribut produk serta berbagai konsekuensi yang timbul dari penggunaan suatu produk untuk mencapai tujuan dan maksud nasabah.[[9]](#footnote-9)

Kemudian faktor terakhir dalam penentuan kepuasan nasabah adalah Bagi Hasil, merupakan dimana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dimana bagi hasil mensyaratkan kerjasama pemilik modal dengan usaha untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, sekaligus untuk masyarakat. Sebagai konsekuensi dari kerjasama adalah memikul resiko, baik untung maupun rugi.[[10]](#footnote-10) Dalam hal terdapat dua pihak yang melakukan perjanjian usaha, maka hasil atas usaha yang dilakukan oleh kedua pihak atau salah satu pihak, akan dibagi sesuai dengan porsi masing-masing pihak yang melakukan akad perjanjian.

Perkembangan yang pesat dalam dunia perbankan mendorong kearah persaingan yang ketat diantara perbankan, untuk mengembangkan pangsa pasarnya dalam upaya mencari nasabah sebanyak-banyaknya.[[11]](#footnote-11) Bertolak belakang dengan fenomena perkembangan perbankan syariah tersebut, didapatkan fakta bahwa banyak sekali faktor yang menyebabkan minat masyarakat masih rendah terhadap perbankan syariah, akan tetapi paling utama disebabkan dalam tiga faktor, yaitu: pertama, aspek komitmen dari pembuat dan pelaksana prinsip-prinsip syariah yang masih rendah, hal ini disebabkan dengan hampir perbankan syariah di Indonesia hanya menggunakan akad mudharabah, sehingga kondisi ini menyebabkan upaya pengembangan perbankan berjalan cukup lamban sehingga masyarakat lebih condong menggunakan jasa atau produk perbankan konvensional, kedua yaitu aspek sumber daya manusia yang masih terbatas dan kurang memadai bidang perbankan syariah, ketiga yaitu aspek strategi pemasaran yang kurang efektif sebagai solusi pengembangan perbankan syariah dapat mudah dipahami dengan baik sekaligus diminati oleh masyarakat pada umumnya, khususnya umat Islam di Indonesia.

Kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin “*satis*” (cukup baik, memadai) dan *“facio”* (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman atas konsep kepuasan nasabah sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis, kepuasan nasabah merupakan hal yang penting bagi penyelenggara jasa, karena nasabah akan menyebarluaskan rasa puasnya kepada calon nasabah, sehingga akan menaikan reputasi pemberi jasa.[[12]](#footnote-12) Pengertian lain dari kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil produk dan harapannya.[[13]](#footnote-13)

Salah satu dari banyaknya Bank Syariah yang ada di Palembang adalah Bank Sumsel Babel Syariah. Bank Sumsel Babel Syariah merupakan salah satu Bank Pembangunan Daerah sumatera Selatan dan Bangka Belitung yang telah dikenal masyarakat maupun para nasabah Bank yang didirikan pada tanggal 2 Januari 2006 berdasarkan surat Bank Indonesia No.7/110/DPIP/PRz/Pg tanggal 8 Agustus 2005 tentang persetujuan prinsip pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank Saudara.[[14]](#footnote-14)

Alasan pemilihan Bank Sumsel Babel Syariah adalah karena merupakan salah satu Bank daerah yang ada di Sumatera Selatan yang merupakan agen pembangunan dan pengembangan ekonomi untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat (terutama kalangan menengah kebawah), selain itu karena Bank Sumsel Babel Syariah merupakan salah satu bank dengan layanan terbaik, hal ini dibuktikan dengan adanya penghargaan sebagai Bank layanan terbaik kategori buku II pada WOW Service Excellent Awards 2015 yang diselenggarakan oleh salah satu konsultan dan lembaga survei independent terkemuka, Markplus Indonesia dan pada tanggal 29 November 2019 Bank Sumsel Babel Syariah Mendapatkan predikat sebagai Bank dengan pengelolaan kas titipan terbaik di seluruh wilayah Indonesia pada acara tahunan di Bank Indonesia 2019.[[15]](#footnote-15)

Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang selalu berusaha mengutamakan kepuasan dan kenyamanan nasabah dengan meningkatkan layanannya, dari segi *Information Technology* (IT) Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang sudah memenuhi IT yang modernisasi yang memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi, seperti ATM, Internet *Banking*, *Mobile Banking*, selain itu karwayan bank juga menyambut nasabah dengan sopan, ramah, senyuman dan menanyakan keperluan nasabah, namun tetap saja ada keluhan yang muncul dari nasabah seperti : adanya keluhan terkait nasabah yang tidak paham tentang bank syariah, yang mencakup istilah umum yang sering digunakan dalam bank syariah, nasabah tidak paham mengenai metode bagi hasil, antrian bertransaksi di teller yang cukup memakan waktu lama, serta pelayanan penggunaan ATM yang kadang lambat dalam bertransaksi, ATM yang terkadang mengalami crash atau error, lupa kata sandi kartu ATM, kartu ATM yang terblokir dan kartu ATM yang tertelan oleh mesin ATM, keluhan ketika nasabah melakukan transaksi via ATM seperti penarikan uang kemudian berselang beberapa waktu, uang tersebut tidak keluar tetapi saldo rekening nasabah terdebet (terjadi pengurangan atau pemotongan saldo).

Wakil Pemimpin Bank Sumsel Babel Cabang Syariah yaitu Syofian Hakim berpendapat bahwa sepanjang pelayanan yang diberikan bank itu baik, nasabah tidak akan berpindah ke bank lain, supaya nasabah tidak berpindah ke bank lain bank harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada para nasabah untuk menciptakan kepuasan nasabah, dalam hal ini bank wajib untuk segera menyelesaikannya, untuk mencapai kepuasan nasabah diperlukan usaha lebih yang dilakukan oleh pihak bank demi tercapainya kepuasan nasabah, sehingga nasabah yang merasa puas akan tetap menggunakan produk yang sama berulang kali, hal tersebut dapat memicu timbulnya promosi karena nasabah yang loyal akan memberitahukan ke orang lain untuk menggunakan produk yang sama sehingga dapat menjadi media promosi yang cukup baik.[[16]](#footnote-16)

Menurut Syofian Hakim Wakil Pemimpin Bank Sumsel Babel Cabang Syariah menerangkan bahwa usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam penerapan kepuasan nasabahadalah mengajak para nasabah ikut serta dalam program-program yang diadakan oleh pihak perusahaan, menganggap nasabah sebagai patner, memberikan layanan tambahan berupa pelayanan yang cepat kepada para nasabah, selalu menjaga hubungan baik, dan kerjasama yang erat dengan nasabah, juga diupayakan dengan pemberdayaan karyawan bagian *front-liner* antara lain dengan cara karyawan mendekati nasabah untuk mengetahui apa yang dibutuhkan mereka, dan karyawan bank melakukan hal yang mungkin bisa dilakukan untuk mengatasi masalah yang dialami oleh nasabah, namun tetap saja ada permasalahan yang muncul dari nasabah seperti masih terdapat karyawan bank yang kurang ramah dalam melayani nasabah, dan masih terdapat juga karyawan bank yang belum cepat tanggap dalam melakukan pelayanan kepada nasabah yang menyebabkan nasabah memiliki pengalaman yang kurang berkesan.

Perkembangan perbankan syariah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 yang secara rinci menjelaskan landasan hukum serta jenis-jenis uasaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah, kebijakan pemerintah yang ikut mendorong berkembangnya layanan perbankan syariah membawa konsekuensi pada tingginya tingkat persaingan, produk dan jasa yang ditawarkan pada hakikatnya ditujukan untuk kebutuhan nasabah didalam seluruh aktivitas keungannya, untuk memenuhi hal tersebut bank harus secara kreatif menciptakan produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya.

Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang merupakan kantor pusat dari cabang-cabang Bank Sumsel Syariah lainnya yang berlokasi di JL. Letkol Iskandar No. 18, 24 Ilir, Kecamatan Bukit Kecil, Kota Palembang.

Nilai nasabah merupakan penilaian konsumen secara keseluruhan terhadap manfaat produk dengan didasarkan apa yang mereka terima atau apa yang mereka berikan, lebih lanjut dia menyebutkan empat defenisi yang berbeda dari nilai : nilai adalah harga rendah, nilai adalah semua yang diinginkan konsumen atas satu produk, nilai adalah kualitas yang diperoleh atas harga yang dibayarkan, dan nilai adalah apa yang konsumen dapatkan atas apa yang dia berikan.[[17]](#footnote-17)

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan nasabah mendapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1.1**

***Research Gap***

**Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Nasabah**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Nasabah | **Hasil Penelitian** | **Peneliti** |
| Diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan | Karina Utami Anastuti ZainulArifin Wilopo (2014) |
|  |  | Diferensiasi produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan  | Pratama dan Djastuti (2015) |
| Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber |

Penelitian yang dilakukan oleh Karina Utami, Anastuti Zainul, Arifin Wilopo menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan antara diferensiasi produk terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Djastuti menunjukkan bahwa diferensiasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam menentukan tingkat kepuasan seorang nasabah akan melihat dari nilai lebih produk maupun kinerja pelayanan yang diterima dari suatu proses pembelian terhadap produk/jasa dibandingkan dengan bank lain. Nasabah pada dasarnya mencari nilai terbesar yang diberikan suatu produk/jasa. Pencarian nilai nasabah terhadap produk/jasa bank yang disebut *customer delivered value* (nilai yang diterima nasabah) adalah selisih antara nilai nasabah total dan biaya nasabah total.[[18]](#footnote-18)

Nilai yang diberikan nasabah diukur berdasarkan keandalan, ketahanan, kinerja terhadap bentuk fisik, pelayanan karyawan bank dan citra produk/jasa. Dilain pihak, biaya yang dikeluarkan nasabah diukur berdasarkan jumlah uang, waktu dan energi, dan biaya psikologis produk/jasa. Seorang nasabah biasanya lebih puas ketika nilai nasabah lebih tinggi yaitu ketika manfaat melebihi biaya dengan margin yang besar.

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai pengaruh nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah mendapatkan hasil sebagai berikut:

 **Tabel 1.2**

***Research Gap***

**Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Pengaruh Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah | **Hasil Penelitian** | **Peneliti** |
| Nilai nasabah berpengaruh positif signifikan tehadap kepuasan nasabah | Hidayat (2009) |
| Nilai nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah | Atmojo (2010) |

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat.[[19]](#footnote-19) Menunjukkan bahwa nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan tehadap kepuasan nasabah. Sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Atmojo menunjukkan bahwa variabel Nilai nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fajri Ghozali Nilai nasabah memberikan pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Bagi hasil dalam kasus ekonomi diartikan pembagian laba. Secara luas *profit sharing* adalah distribusi beberapa bagian dari laba pada pegawai dari suatu perusahaan, bahwa hal itu dapat berbentuk suatu bonus uang tunai yang didasarkan pada laba yang diperoleh pada tahun-tahun sebelumnya, atau dapat berbetuk pembayaran mingguan atau bulanan.[[20]](#footnote-20)

Bagi hasil adalah suatu sistem yang meliputi bagaimana tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana, pembagian hasil ini dapat terjadi antar bank dengan penyimpan dana, maupun antara bank dengan nasabah penerima dana, bentuk dan produk berdasarka prinsip ini adalah *mudharabah* dan *musyarakah*. Semua pengeluaran rutin yang berkaitan dengan bisnis *mudharabah* dan *musyarakah* bukan untuk kepentingan pribadi *mudharib,* dapat dimasukkan kedalam biaya operasional. Keuntungan bersih harus dibagi antara *shahibul mal* dan *mudharib* sesuai dengan perjanjian awal.[[21]](#footnote-21)

 Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai pengaruh bagi hasil terhadap kepuasan nasabah mendapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1.3**

***Research Gap***

**Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah | **Hasil Penelitian** | **Peneliti** |
| Bagi hasil berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah | Raihanah Daulay (2014) |
| Bagi hasil tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah | Rizky Ratna Adiningsih (2016) |
| Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber |

Penelitian yang dilakukan oleh Raihanah Daulay menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan bagi hasil bepengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian Rizky Ratna Adiningsih menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan, nilai nasabah, dan bagi hasil tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian di atas dan didukung oleh adanya *research gap* dari penelitian-penelitian terdahulu, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lanjutan mengenai pengaruh diferensiasi produk, nilai nasabah, dan bagi hasil terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan penjelasan dan uraian di atas maka penulis mengambil judul penelitian **Pengaruh Diferensiasi Produk, Nilai Nasabah dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang.**

1. **Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang dipaparkan di atas, maka yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang?
2. Bagaimana pengaruh nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang?
3. Bagaimana pengaruh bagi hasil terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang?
4. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang masalah dan rumusan masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan membuktikan :

1. Untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh bagi hasil kepuasan nasabah pada Bank Sumsel Cabang Syariah Palembang.
4. **Manfaat Penelitian**

Peneliti ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoristis

Penelitian ini diharapkan pada penulis berikutnya dalam melakukan penelitian selanjutnya dan dapat dijadikan tambahan pengetahuan dan wawasan dibidang perbankan syariah mengenai Pengaruh Diferensiasi Produk, Nilai Nasabah dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang.

1. Manfaat Praktisi

a. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan suatu kesempatan bagi penulis untuk mendapatkan gelar strata 1 sarjana ekonomi syariah. Menerapkan ilmu dan pengetahuan di bidang perbankan syariah serta untuk membandingkan konsep-konsep yang telah di pelajari sebelumnya dengan praktek di dunia nyata yang tidak ada kaitannya dengan bagaimana pengaruh diferensiasi produk, nilai nasabah dan bagi hasil terhadap kepuasan nasabah.

b. Bagi Bank

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi bank syariah sebagai bahan masukan dan salah satu bentuk tolak ukur kepuasan dalam memajukan sektor perbankan syariah terutama suhubungan dengan pengaruh diferensiasi produk, nilai nasabah dan bagi hasil terhadap kepuasan nasabah.

1. Amalia Nuril Hidayat, *“ Pengaruh Inflasi, BI Rate dan Kurs Terhadap Profitabilitas Bank Syariah di Indonesia”.* Jurnal An-Nisbah, Vol. 1, 2014, Hlm. 73 [↑](#footnote-ref-1)
2. Ismail, “ *Perbankan Syariah”.* (Jakarta : Kencana, 2011), Hlm. 30 [↑](#footnote-ref-2)
3. Hendra Kurniawan, Arif Satria, dkk, “*Perencanaan Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pembiayaan Umrah”.* Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen, Vol. 2, No. 1, 2016, Hlm. 32-42 [↑](#footnote-ref-3)
4. Lina Damayanti, *“Pengaruh Service Performance dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Malang”.* Jurnal Manajemen Jaya Negara, Vol. 11, No. 2, 2019, Hlm.107 [↑](#footnote-ref-4)
5. Amira Tuz Zuhra, Moch, Khoirul Anwar, *“Pengaruh Bauran pemasaran Bank terhadap Loyalitas Nasabah (BTN Syaariah KC Surabaya)”.* Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 1, No. 1, 2018, Hlm. 3 [↑](#footnote-ref-5)
6. Sa’adah, F,, “*Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Pegadaian Syariah”.* Jurnal Al-Iqtishad, Vol. 1, No. 2, 2019, Hlm.62-86 [↑](#footnote-ref-6)
7. Amina Tuz Zuhria, Moch, Khoirul Anwar, *“Pengaruh Bauran Pemasaran Bank terhadap Loyalitas Nasabah (BTN Syariah KC Surabaya)”.* Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 1, No. 1, 2018, Hlm. 2 [↑](#footnote-ref-7)
8. Uswatun Khasanah, “*Diferensiasi dan tingkat pemahaman produk, serta kualitas Sumber Daya Manusia Atas Keputusan Nasabah Perbankan Syariah”*. Jurnal Nisbah, Vol.6, No. 1, 2020, Hlm.15-22 [↑](#footnote-ref-8)
9. Arsyad, Samsyir dan Sri Astuti, “Pengaruh Customer Relationship Marketing, Keunggulan Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Riau Syariah Pekanbaru”. Jurnal Ekonomi, Vol. 25, No.1, Hlm 18 [↑](#footnote-ref-9)
10. Yusuf Al-Qardhawi, *“Alih Bahasa Setiawan Budi Utomo, Bunga Bank Haram”.* Cetakan Pertama (Jakarta : Akbar, 2001), Hlm. 22 [↑](#footnote-ref-10)
11. Lati Sari Dewi, *“Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BJB Syariah KCP. Ciawi Tasikmalaya”.* Jurnal Ekonomi Pedesaan, Vol. 2, No. 2, 2018, Hlm.3 [↑](#footnote-ref-11)
12. Muhammad, Adam “*Manajemen Jasa Teori dan Aplikasi”.* (Bandung : Alfabeta, 2015), Hlm.17 [↑](#footnote-ref-12)
13. Sumarni,Murti, “*Manajemen Pemasaran Bank”.* (Yogyakarta : Liberty, 2002), Hlm. 225 [↑](#footnote-ref-13)
14. <https://www.banksumselbabel.com/syariah/> diskses pada tanggal 21 Desember pukul 15.45 [↑](#footnote-ref-14)
15. <http://www.banksumselbabel.com/syariah/DetilBerita?ID=442> diakses pada 21 Desember 2021 pukul 18.31 [↑](#footnote-ref-15)
16. Syofian Hakim, Wakil Pemimpin Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang, *“Wawancara”.* Palembang, 20 Desember 2021 [↑](#footnote-ref-16)
17. Iskawanto Kurniawan, Muchsin S. Shihab, *“Pengaruh Nilai Nasabah, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Hubungan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri”.* Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya, Vol. 13, No.2, 2015, Hlm. 2-3 [↑](#footnote-ref-17)
18. Kurniati Karim, “*Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan”*. (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020), Hlm. 35-36 [↑](#footnote-ref-18)
19. Rachmat, Hidayat “*Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Mandiri*”. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.Vol. 11. No. 1, 2009, Hlm. 59-72 [↑](#footnote-ref-19)
20. Muhammad, “*Manajemen Bank Syariah”.* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002). Hlm. 101. [↑](#footnote-ref-20)
21. Ibid,. Hlm. 3 [↑](#footnote-ref-21)