

Pengaruh Hasil Audit Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Puduarta Insani

Muhammad Daffa Baihaqi Purnomo^{1*}, Nurbaiti²⁾, Nur Ahmadi Bi Rahmadi³⁾

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

*Email korespondensi: purnomo.daffa21@gmail.com

Abstract

This study aims to examine the effect of service audit results on customer satisfaction as an intervening variable on corporate image at BPRS Puduarta Insani Medan. This research is included in the type of quantitative research based on hypothesis testing whose population is BPRS Puduarta Insani customers with a total sample of 60 customers of BPRS Puduarta Insani taken by simple random sampling. This study uses primary data and secondary data as a reference for data obtained from BPRS Puduarta Insani in the form of Audit Results in 2021. The results of the study show that the results of a service audit with customer satisfaction as an intervening variable have a positive and significant effect on corporate image. With r count greater than r table, significant probability < 0.05 and Cronbach results obtained 0.739. So, it can be concluded that customer satisfaction is positively related to company image, which means that if the level of satisfaction increases, the company's image will also be better.

Keywords: corporate image, customer satisfaction, islamic people's financing bank, service audits, service quality

Saran sitasi: Purnomo, M. D., Nurbaiti., & Rahmadi, N. A. (2023). Pengaruh Hasil Audit Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Puduarta Insani. *Jurnal ilmiah ekonomi islam*, 9(02), 2876-2882. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8967>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8967>

1. PENDAHULUAN

Setiap orang yang mendirikan suatu perusahaan tentu ingin usahanya dapat berkembang dengan cepat. Ini merupakan salah satu tujuan didirikannya suatu perusahaan yaitu untuk berkembang dengan cepat. Kualitas yang baik pasti dimiliki pada perusahaan yang berhasil, yang berasal dari minat dan kebutuhan pelanggan serta berakhir pada sudut pandang pelanggan. Setiap perusahaan pasti memiliki sudut pandang dari masyarakat atau biasanya disebut citra perusahaan. Citra tersebut dapat dikategorikan ideal, baik, maupun buruk. Dalam perbankan, dampak peringkat citra yang berbeda ikut mempengaruhi keberhasilan mereka dalam kegiatan pemasaran produknya, karena persepsi nasabah terhadap citra perusahaan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap bank tersebut. Perusahaan berupaya untuk mencari strategi yang tepat untuk menghadapi persaingan dan mempertahankan loyalitas

nasabahnya. Perusahaan akan mampu bersaing dengan perusahaan lain jika memiliki strategi-strategi yang lebih unggul dari perusahaan pesaing (Anggraini T et al., 2022).

Menurut Tjiptono ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan jasa yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang baik. Jika jasa yang diterima (*perceived service*) melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa yang diterima atau dirasakan lebih rendah daripada yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas jasa dipersepsikan buruk (Wiwik Sulistiyawati, 2018). Dengan demikian, kualitas jasa ditentukan pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara konsisten.

Suatu pelayanan yang baik pada akhirnya mampu mempertahankan pelanggan yang ada agar terus membeli dan mengonsumsi produk yang kita tawarkan, serta akan mampu pula menarik calon pelanggan baru untuk membeli dan mengonsumsi produk yang kita tawarkan. Dengan demikian, jika pelayanan yang diberikan baik maka akan mampu meningkatkan citra perusahaan dimata konsumen (Sholihin & Aulia, 2022). Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas perusahaan yang baik tidak berdasarkan sudut pandang pihak penyedia jasa, tetapi berdasarkan sudut pandang pelanggan atau nasabah. Terdapat penelitian yang mengatakan jika perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada nasabah maka akan menimbulkan tingkat kepercayaan yang berdampak pada kepuasan dan kepercayaan nasabah (Rokan et al., 2022).

Perbedaan penelitian (Fitriani & Ngumar, 2016) dengan penelitian ini terletak divariabel bebasnya yaitu menganalisis peran auditor operasional, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel berupa Hasil Audit Pelayanan. Perbedaan penelitian (Febriana, 2016) dengan penelitian ini terletak pada variabelnya yaitu menggunakan variabel *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness*, sedangkan penelitian ini hanya menggunakan variabel Hasil Audit Pelayanan untuk dijadikan variabel bebas.

Berdasarkan hasil dari tulisan (Sumarni, 2019) menunjukkan bahwa suatu pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank OCBC NISP Tbk. Cabang Dipo Tower. Sedangkan berdasarkan tulisan (Febriana, 2016) salah satu aspek penting untuk mempertahankan atau meningkatkan citra perusahaan dengan meningkatkan pelayanan sehingga terwujudnya kepuasan nasabah sehingga dapat mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas.

Tabel 1

Data BPRS di Indonesia

Tahun	Jumlah BPRS	Jumlah Kantor	Jumlah Tenaga Kerja
2020	163	627	6.750
2021	164	659	6.964
2022	166	649	7.199

Sumber (OJK, 2022)

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan salah satu bank syariah yang menyediakan jasa pembiayaan kepada rakyat dalam bentuk

perekonomian mikro. Jika dilihat perkembangan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia berdasarkan data pada tabel 1 terjadi peningkatan dari segi jumlah BPRS, jumlah kantor BPRS dan jumlah tenaga kerja. Pada tahun 2020 jumlah BPRS berjumlah 163, kemudian pada tahun 2021 meningkat menjadi 164 dan pada tahun 2022 meningkat menjadi 166. Hingga Agustus 2022 sebanyak 166 jumlah bank, 649 jumlah kantor, dan 7.199 jumlah tenaga kerja. Hal ini dapat diartikan bahwa disetiap tahunnya BPRS mengalami kenaikan dalam hal jumlah bank dan jumlah tenaga kerja (Otoritas Jasa Keuangan, 2020).

Peningkatan jumlah BPRS diatas merupakan bentuk kebutuhan masyarakat terhadap Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 2

Data Jumlah Pembiayaan BPRS di Indonesia

Tahun	Pembiayaan yang diberikan (Rp)
2020	10.681.499
2021	11.983.801
2022	12.393.109

Sumber (OJK, 2022)

Dari data OJK diatas dapat kita lihat bahwa jumlah pembiayaan yang diberikan BPRS kepada nasabah semakin meningkat hal ini berarti kebutuhan nasabah terhadap BPRS terus meningkat. Dengan hal tersebut dapat diartikan bahwa masyarakat semakin percaya dengan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah untuk menjadi nasabah di BPRS tersebut. Berikut merupakan tabel jumlah nasabah di BPRS Puduarta Insani dari tahun 2020 – 2022:

Tabel 3

Data Jumlah Nasabah di BPRS Puduarta Insani

Tahun	Jumlah Nasabah
2020	4.062
2021	4.351
2022	4.637

Sumber: Data BPRS Puduarta Insani 2022

Berdasarkan tabel jumlah nasabah pada BPRS Puduarta Insani diatas terdapat peningkatan jumlah nasabah disetiap tahunnya. Menurut (Nguyen & Leblanc, 2016), citra perusahaan merupakan hasil dari kumpulan proses dimana pelanggan membandingkan berbagai atribut yang dimiliki oleh perusahaan seperti produk, harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Dengan diterapkannya audit internal maka dapat melihat apakah pelayanan yang diberikan kepada nasabah telah dilakukan dengan baik sesuai standar

operasional prosedur yang telah ditetapkan perusahaan (Fitriani & Ngumar, 2016).

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis bermaksud untuk mencari tau seberapa efektif hasil audit pelayanan terhadap citra perusahaan dan bagaimana pelayanan yang dilakukan Bank Pembiayaan rakyat Syariah untuk membuat citra yang baik dalam masyarakat dengan judul “Pengaruh Hasil Audit Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada BPRS Puduarta Insani”.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif berbasis pengujian hipotesis yang berupa populasi merupakan masyarakat, nasabah ataupun calon nasabah yang mendapat pelayanan dari BPRS Puduarta Insani dengan jumlah sampel diambil secara *non probability sampling* dikarenakan populasi yang akan diteliti bersifat *infinite*. Non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Maulida & Sari, 2022). Berdasarkan teori Roscoe (Dian, 2017) jumlah sample diambil minimal 10 x jumlah variabel yaitu 10 x 3, sehingga jumlah sampel minimal 30 orang dan peneliti menetapkan sampel sebanyak 60 orang dalam penelitian ini. Penelitian

kuantitatif adalah suatu cara penelitian menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menganalisis data tersebut sehingga menghasilkan hasil yang ingin diketahui.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket (kuesioner), yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan kepada responden dengan maksud responden menjawab pertanyaan tersebut yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditangani. Data sekunder juga dibutuhkan sebagai acuan data yang diperoleh dari BPRS Puduarta Insani berupa Hasil Audit pelayanan pada tahun 2021.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Uji Validitas

Uji Validitas merupakan suatu pengujian data untuk mengetahui data tersebut valid atau tidak. Dalam uji pengukuran validitas terdapat dua macam yaitu, 1) mengkorelasikan antara skor butir pernyataan dengan total item. 2) mengkorelasikan masing-masing skor indikator item dengan total skor konstruk. Indikator dalam kuesioner valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel (Fauzi & Putra, 2020).

Tabel 4
Hasil Uji Validitas

	Item-Total Statistics				
		Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X (Hasil Audit Pelayanan)	X01	17,2667	4,945	,707	,670
	X02	17,2000	5,078	,685	,676
	X03	17,1333	5,948	,280	,734
	X04	17,0833	6,044	,272	,734
Y (Citra Perusahaan)	Y01	17,0667	5,995	,319	,729
	Y02	17,0000	6,169	,318	,730
	Y03	17,0000	6,237	,268	,734
Z (Kepuasan Nasabah)	Z01	17,1500	5,316	,296	,747
	Z02	17,3000	5,264	,526	,699
	Z03	17,3500	5,825	,254	,740
	Z04	17,6167	5,562	,418	,716

Berdasarkan tabel 4 dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dikatakan valid dengan hasil uji hipotesis menunjukkan r hitung seluruh variabel bernilai positif yaitu lebih besar dari r tabel 0.254.

Dengan demikian variabel pada penelitian ini dapat dianalisis lebih lanjut.

3.2. Uji Reliabilitas Kuesioner

Uji Reliabilitas adalah Suatu pengujian yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya dan diandalkan. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten apabila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban dari kuesioner konsisten dari waktu ke waktu (Widi, 2018). Cronbach adalah tes yang paling umum

digunakan untuk menentukan konsistensi internal instrumen. Di dalam tes ini, rata-rata dari semua korelasi dalam setiap kombinasi dari split-half ditentukan. Instrumen dengan pertanyaan yang memiliki lebih dari dapat digunakan dalam pengujian ini. Hasil α Cronbach adalah angka antara 0 dan 1. Skor reliabilitas yang dapat diterima adalah satu yaitu 0,7 dan lebih tinggi (Heale & Twycross, 2015).

Tabel 5

**Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,739	11

Correlations

		X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	X08	X09	X10	X11	Total
Hasil Audit Pelayanan	X01 Pearson Correlation	1	,857**	,462**	,328*	,377**	,284*	,284*	,319*	,428**	,063	,252	,794**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,010	,003	,028	,028	,013	,001	,630	,052	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X02	Pearson Correlation	,857**	1	,477**	,414**	,357**	,212	,078	,334**	,417**	,122	,169	,773**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,005	,104	,553	,009	,001	,353	,195	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X03	Pearson Correlation	,462**	,477**	1	,308*	,232	,134	,134	,059	,001	-,052	-,097	,425**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,017	,074	,307	,307	,657	,992	,695	,460	,001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X04	Pearson Correlation	,328*	,414**	,308*	1	,188	,189	,027	,045	,107	-,030	,000	,404**
	Sig. (2-tailed)	,010	,001	,017		,151	,149	,838	,735	,414	,820	1,000	,001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Citra Perusahaan	Y01 Pearson Correlation	,377**	,357**	,232	,188	1	,380**	,549**	-,077	,053	,009	,071	,441**
	Sig. (2-tailed)	,003	,005	,074	,151		,003	,000	,559	,689	,943	,588	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y02	Pearson Correlation	,284*	,212	,134	,189	,380**	1	,782**	-,015	,134	-,020	,066	,413**
	Sig. (2-tailed)	,028	,104	,307	,149	,003		,000	,909	,306	,878	,617	,001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y03	Pearson Correlation	,284*	,078	,134	,027	,549**	,782**	1	-,105	,134	-,020	,066	,366**
	Sig. (2-tailed)	,028	,553	,307	,838	,000	,000		,423	,306	,878	,617	,004
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Kepuasan Nasabah	Z01 Pearson Correlation	,319*	,334**	,059	,045	-,077	-,015	-,105	1	,289*	,097	,447**	,524**
	Sig. (2-tailed)	,013	,009	,657	,735	,559	,909	,423		,025	,459	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

Correlations

		X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	X08	X09	X10	X11	Total
Z02	Pearson Correlation	,428**	,417**	,001	,107	,053	,134	,134	,289*	1	,556**	,441**	,656**
	Sig. (2-tailed)	,001	,001	,992	,414	,689	,306	,306	,025		,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Z03	Pearson Correlation	,063	,122	-,052	-,030	,009	-,020	-,020	,097	,556**	1	,499**	,431**
	Sig. (2-tailed)	,630	,353	,695	,820	,943	,878	,878	,459	,000		,000	,001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Z04	Pearson Correlation	,252	,169	-,097	,000	,071	,066	,066	,447**	,441**	,499**	1	,560**
	Sig. (2-tailed)	,052	,195	,460	1,000	,588	,617	,617	,000	,000	,000		,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
TOT AL	Pearson Correlation	,794**	,773**	,425**	,404**	,441**	,413**	,366**	,524**	,656**	,431**	,560**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,001	,000	,001	,004	,000	,000	,001	,000	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Pada tabel 5 dapat diartikan bahwa kuesioner dinyatakan reliabel dengan signifikan probabilitas sebesar < 0.05 dan hasil cronbach pada penelitian ini

didapat 0,739 angka tersebut telah melebihi skor reliabilitas yang diterima yaitu > 0.7 (Heale & Twycross, 2015).

3.3. Uji Klasik Multikolinearitas dan Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6
Uji Klasik Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model				Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity statistics Tolerance	VIF
1	(Constant)	-0,818	0,973		-0,841	0,404		
	(Kepuasan Nasabah)	0,746	0,111	0,580	6,736	0,000	0,856	1,168
	(Citra Kantor)	0,337	0,078	0,372	4,316	0,000	0,856	1,168

a. Dependent Variable: Y

Uji klasik multikolinearitas berfungsi untuk melihat apakah ada variabel bebas memiliki kemiripan dengan variabel lainnya, jika antar variabel memiliki kemiripan dalam satu model regresi maka terjadi masalah multikolinearitas. Uji klasik multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai dari Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF $< 5,00$ maka

tidak terdapat masalah multikolinearitas, begitu pula sebaliknya apabila nilai VIF $> 5,00$ maka terdapat masalah multikolinearitas (Gide, 1967). Pada tabel 6 menunjukkan nilai VIF $< 5,00$ maka dapat dikatakan bahwa tidak ada pelanggaran asumsi klasik multikolonieritas dalam penelitian ini.

Tabel 7
Uji Koefisien Determinasi X terhadap Y

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
,592 ^a	0,350	0,339	1,315	0,350	31,242	1	58	0,000

a. Predictors: (constant), X

Tabel 8

Uji Koefisien Determinasi X terhadap Y melalui Z

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
,799 ^a	0,638	0,625	0,990	0,638	50,261	2	57	0,000

a. Predictors: (constant), X Z

Pada tabel 7 Variabel Hasil Audit Pelayanan mempengaruhi Citra Perusahaan sebesar 35% sedangkan sisanya 65% dipengaruhi oleh variabel yang tidak terdapat di penelitian ini. Pada tabel 8 Variabel Hasil Audit Pelayanan melalui Kepuasan Nasabah mempengaruhi Citra Perusahaan sebesar 63,8% sedangkan sisanya 36,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat di penelitian ini.

3.4. Hasil Uji t (parsial)

Uji t (parsial) memiliki fungsi untuk melihat pengaruh variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen (Khairani et al., 2019). Pada uji t nilai t hitung akan dibandingkan dengan nilai nilai t tabel. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh secara signifikan jika nilai probabilitas lebih kecil dari (α) 0,5. Lalu, pengaruh parsial juga dapat dilakukan dengan membandingkan thitung dengan ttabel. Apabila thitung > ttabel maka secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan SPSS 26 menunjukkan bahwa Hasil Audit Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Citra Perusahaan yang dihasilkan dari pengujian $0,001 < 0,05$ atau nilai thitung $0,707 > 0,254$.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel Hasil Audit Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Citra Perusahaan sehingga hipotesis H1 diterima. Pada variabel Kepuasan nasabah diketahui memiliki hasil pengujian sebesar $0,01 < 0,05$ atau hasil thitung $0,296 > 0,254$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Citra Perusahaan sehingga hipotesis H2 diterima.

Hasil Hipotesis:

H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Hasil Audit Pelayanan (x) terhadap Citra Perusahaan (Y)

H2 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Hasil Audit Pelayanan (x) terhadap Citra Perusahaan (Y) melalui Kepuasan Nasabah (Z)

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Fauzi & Putra, 2020) Membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara, kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan citra perusahaan.

4. KESIMPULAN

Hasil dari pengujian hipotesis menyatakan bahwa hasil audit pelayanan dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. Dengan r hitung lebih besar dari r tabel, signifikan probabilitas < 0.05 dan hasil cronbach didapat 0,739 yang telah melebihi skor reliabilitas yaitu 0,7 (Heale & Twycross, 2015). Variabel Hasil Audit Pelayanan mempengaruhi Citra Perusahaan sebesar 35% sedangkan sisanya 65% dipengaruhi oleh variabel yang tidak terdapat di penelitian ini. Variabel Hasil Audit Pelayanan melalui Kepuasan Nasabah mempengaruhi Citra Perusahaan sebesar 63,8% sedangkan sisanya 36,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat di penelitian ini. Berdasarkan hasil pengujian nilai VIF dibawah < 5,00 maka dapat dikatakan bahwa tidak ada pelanggaran asumsi klasik multikolonieritas dalam penelitian ini. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah berhubungan positif dengan citra perusahaan yang artinya apabila tingkat kepuasan meningkat maka akan semakin baik juga citra perusahaan.

5. REFERENSI

Anggraini T, Z, S. Z., & N, I. (2022). Pengaruh Premi, Kualitas Pelayanan dan Klam terhadap Keputusan Memilih Produk Asuransi Jiwa Syariah di PT Bumiputera Cabang Iskandar Muda Medan. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 3029–3047.

Dian, W. (2017). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian Kualitatif*, 17, 43.

Fauzi, F., & Putra, P. (2020). Analisis Jalur Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening di Bank BNI Syariah. *MASLAHAH (Jurnal Hukum Islam Dan Perbankan Syariah)*, 11(1), 33–41. <https://doi.org/10.33558/maslahah.v11i1.2758>

- Febriana, N. I. (2016). Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. *An-Nisbah*, 03(01), 145–168.
- Fitria, T. N. (2016). Kontribusi Ekonomi Islam Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2(03).
- Fitriani, A., & Ngumar, S. (2016). Peran Audit Operasional Dalam Menilai Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Fitriani, A., & Ngumar, S. (2016). Peran Audit Operasional Dalam Menilai Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(12), 1–15. *Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(12), 1–15.
- Gide, A. (1967). Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha, Jam Kerja dan jenis kelamin Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Wates Dari. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Heale, R., & Twycross, A. (2015). Validity and reliability in quantitative studies. *Evidence-Based Nursing*, 18(3), 66–67. <https://doi.org/10.1136/eb-2015-102129>
- Khairani, F., Wahyudi, T., & Subeki, A. (2019). Pengaruh Kualitas Laporan Audit Dan Citra Kantor Akuntan Publik Terhadap Kepuasan Klien (Studi Pada Perusahaan Go Public yang Memiliki Kantor Cabang Di Kota Palembang). *AKUNTABILITAS: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Akuntansi*, 11(1), 27–38. <https://doi.org/10.29259/ja.v11i1.8927>
- Maulida, R. F., & Sari, N. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Good Corporate Governance Dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 3(1), 29–42. <https://doi.org/10.46367/jps.v3i1.510>
- OJK. (2022). Statistik Perbankan Syariah - Agustus 2022. *Ojk*, 1–116.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *Statistik Perkembangan Perbankan Syariah*. 10, 1–16.
- Rokan, M. K., Irham, M., & Nisa, K. (2022). Analisis Pengaruh Pelayanan Terhadap Customer Retention Pada Pt . Bank Muamalat Indonesia Kc Balaikota Medan. 4(2), 1–19.
- Sholihin, A., & Aulia, B. R. (2022). Analisis Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan terhadap Minat Menabung Di Bprs Ampek Angkek Canduang (Studi Kasus Pedagang Pasar Aur Kuning Bukittinggi). *Jesya*, 5(2), 1193–1204. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.584>
- Sumarni, S. E. M. . (2019). Pengaruh Citra Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Ocbc Nisp. Tbk Cabang Dipo Tower. *Journal Stie Triguna*, 43.
- Widi, R. (2011). Uji Validitas Dan Reliabilitas Dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi. *Stomatognatic (J.K.G. Unej)*, 8(1), 27–24.
- Wiwik Sulistiyawati, ST., M. T. (2018). *Buku Ajar Kualitas Layanan : Teori dan Aplikasinya* (M. P. Septi Budi Sartika & M. K. M. Tanzil Multazam , S.H. (eds.)). UMSIDA Press.