

Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Nasabah Bank Syariah: *Systematic Literature Review*

Siti Kholifah¹, Luqman Hakim Handoko², Rudiyanto³

^{1,2,3}) Institut Agama Islam SEBI, Depok, Indonesia

Abstract

This study aims to determine the state of the literature on customer satisfaction and the factors that influence customer satisfaction in Islamic banks. The data used is secondary data in the form of research articles on customer satisfaction. The method used is a descriptive qualitative method with a Systematic Literature Review (SLR). Data were taken from Google Scholar using Publish or Perish (PoP) with the Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-analyses (PRISMA) approach. The results of this study indicate that 38 articles have been analyzed, with 2023 being the year with the most published scientific articles. The factors that determine customer satisfaction include six variables taken from the most research variables, consisting of: service quality, product quality, facilities, security, trust, and the application of sharia values. Suggestions for further research can conduct research that considers all six variables together.

Keywords: Customer Satisfaction, Islamic Bank, Service Quality, Systematic Literature Review (SLR), PRISMA.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi literatur tentang kepuasan nasabah, mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi kepuasan nasabah bank syariah. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder berupa artikel penelitian tentang kepuasan nasabah. Metode yang digunakan ialah metode kualitatif deskriptif dengan Systematic Literature Review (SLR), data diambil dari Google Scholar menggunakan Publish or Perish (PoP) dengan pendekatan Preferred Reporting Items for Systematic Review and Meta-analyses (PRISMA). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 38 artikel yang sudah dianalisis, tahun 2023 menjadi tahun terbanyak diterbitkannya artikel ilmiah. Faktor-faktor yang menentukan kepuasan nasabah mencakup enam variabel yang diambil dari variabel penelitian terbanyak terdiri dari: kualitas pelayanan, kualitas produk, fasilitas, keamanan, kepercayaan dan penerapan nilai syariah. Saran untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian yang mempertimbangkan keenam variabel secara bersama-sama.

Kata Kunci: Kepuasan Nasabah, Bank Syariah, Kualitas Pelayanan, Systematic Literature Review (SLR), PRISMA.

Article History:

History: Received : 09/2024; Revised: 12/2024; Accepted : 01/2025

Corresponding Author: kholifaheffendi0901@gmail.com

All current issues and full text available at: <https://journal.sebi.ac.id/index.php/jeps>

This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

PENDAHULUAN

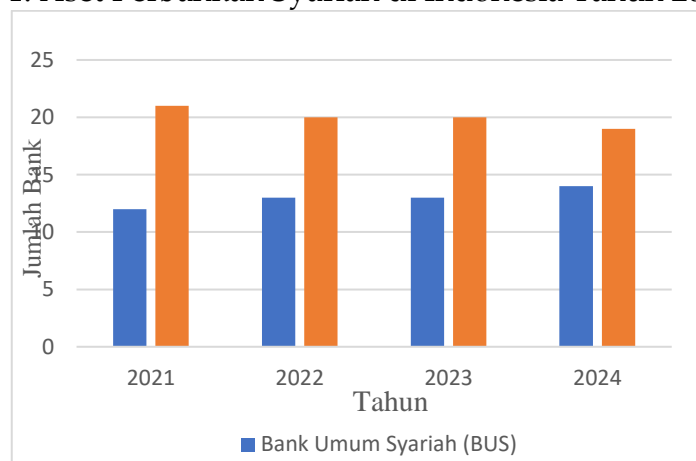
Dalam sejarah perekonomian umat Islam, adanya kegiatan bermuamalah yang dilakukan dengan akad-akad yang sesuai dengan syariah telah dipraktikkan oleh umat Islam sejak zaman Rasulullah. Praktik-praktik seperti menerima titipan harta, meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan untuk keperluan bisnis, serta melakukan pengiriman uang, dengan demikian dalam perbankan modern terdapat fungsi-fungsi utama yaitu menerima simpanan uang (deposit), menyalurkan dana, dan melakukan transfer dana sudah ada dalam kegiatan perekonomian pada masa Rasulullah (Agustin dan Armis 2022).

Sejak awal kemunculannya, perbankan syariah di Indonesia dalam perkembangannya hampir mencapai tiga dekade (Nastiti dan Firdaus 2019). Dengan pangsa pasar sekitar 7,72% pada akhir tahun 2024, sejarah perbankan syariah di Indonesia diawali tahun 1991 dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia yang merupakan bank syariah pertama di Indonesia. Menjadikan tonggak awal pendirian sistem perbankan di Indonesia yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah Islam, yang tidak membolehkan adanya praktik riba (bunga), maysir (spekulasi), dan gharar (ketidakpastian) (Afriyandi dan Aisyah 2024).

Bank syariah merupakan lembaga keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya, seperti dalam melaksanakan kegiatannya dibidang keuangan dengan cara menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan meyalurkannya kembali dalam bentuk kredit dan pembiayaan serta penawaran dalam berbentuk jasa. Hal tersebut merupakan fungsi pokok dari lembaga perbankan menurut undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah.

Perbankan dalam kehidupan suatu negara adalah sebagai salah satu agen pembangunan (agent of development). Yang memiliki fungsi sebagai intermediasi keuangan (financial intermediary function). Berdasarkan data statistik laporan perkembangan perbankan syariah edisi Februari 2024, bahwa terdapat 33 bank syariah di Indonesia, diantaranya 14 Bank Umum Syariah (BUS), dan 19 Unit Usaha Syariah (UUS) (Saputri, Elita, dan Kamilah 2024). Hal tersebut dapat terlihat pada grafik di bawah ini.

Grafik 1: Aset Perbankan Syariah di Indonesia Tahun 2020-2024



Sumber: OJK Statistik Perbankan Syariah, 2024

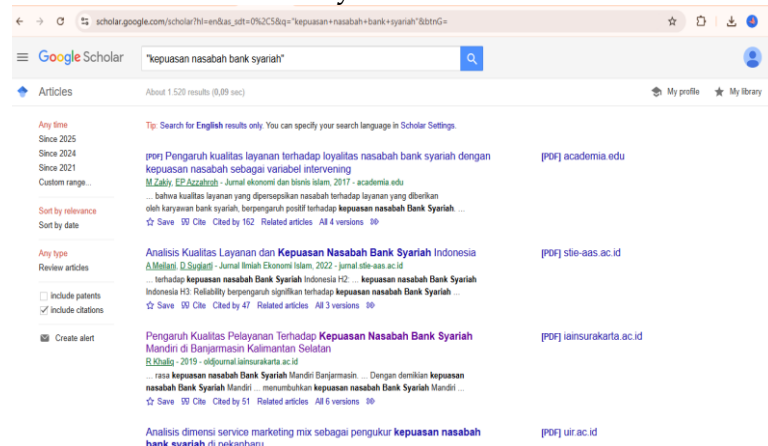
Grafik diatas menunjukkan data perkembangan BUS, UUS selama tahun 2023 hingga Februari 2024, bahwa jumlah Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) dalam kurun waktu 4 tahun terakhir industri perbankan syariah mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, meskipun tidak mengalami kenaikan yang signifikan (Saputri et al. 2024). Secara data jumlah bank umum syariah mengalami kenaikan, maka dengan adanya peningkatan tersebut secara umum masyarakat merasa puas terhadap perbankan syariah, hal ini didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Di era globalisasi saat ini, dalam pertumbuhan industri perbankan syariah, persaingan antar bank syariah semakin ketat. Oleh karena itu, penting bagi bank syariah untuk bertindak bijaksana agar dapat mengukur kepuasan pelanggan secara bertahap dan teratur, kunci dalam mempertahankan pelanggan yaitu dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan (Perdana dan Fahrullah 2020). Kepuasan dan ketidakpuasan nasabah dalam perbankan adalah hasil dari respon nasabah terhadap perbedaan antara harapan nasabah sebelumnya dengan membeli serta menggunakan suatu produk jasa bank.

Kepuasan nasabah merupakan penilaian atas persepsi terhadap kualitas yang didapatkan nasabah setelah menggunakan produk jasa bank serta layanan yang diberikan, yang menunjukkan bahwa produk jasa yang dipilih setidaknya memenuhi atau bahkan melebihi harapan nasabah. Jika perusahaan mampu menyediakan produk jasa atau layanan yang berkualitas tinggi, diharapkan dapat memenuhi ekspektasi nasabah dan nasabah akan merasa puas, sebaliknya jika harapan itu tidak memenuhi ekspektasi daripada kualitas produk jasa maka nasabah merasa tidak puas.

Perlu perhatian yang lebih bagi perusahaan di bidang perbankan terhadap kepuasan nasabah (Meilani dan Sugiarti 2022). Lebih lanjut dalam penelitiannya menyatakan bahwa kepuasan nasabah menjadi aspek penting bagi perusahaan, baik pelanggan atau nasabah akan berusaha semaksimal mungkin untuk mendapatkan produk yang berasal dari perusahaan yang mampu memberikan pelayanan terbaik kepadanya.

Gambar 1: Aset Perbankan Syariah di Indonesia Tahun 2020-2024



Sumber: Google Scholar, 2024

Gambar diatas memperlihatkan hasil pencarian melalui Google Scholer terkait kepuasan nasabah bank syariah. Dari hasil tersebut kepuasan nasabah bank syariah ditemukan sekitar 1.520 artikel jurnal terkait dengan berbagai sudut pandang, diketahui bahwa sudah banyak yang melakukan penelitian tentang kepuasan nasabah bank syariah, akan tetapi dari banyaknya artikel yang fokusnya di kepuasan nasabah belum banyak penelitian yang mereview secara sistematis serta masih jarang ditemukan.

Dengan demikian, banyak akademisi yang tentunya sudah menggali dan melakukan penelitian terkait kepuasan nasabah bank syariah. Serta banyak bidang yang bisa dikaji dalam penelitian ini. Diantaranya, ada yang menggunakan tingkat kepuasan nasabah di Bank Syariah (Melis 2016), kepuasan nasabah menggunakan internet banking pada Bank Muamalat (Wahyuningsih dan Janah 2018), kepuasan nasabah sebagai variabel intervening (Ishak & Azzahroh, 2017; Zulkarnain et al., 2020; Oktapiani & Anggraini, 2022; Nafiah & Nugraha Pratama, 2021; Nurjannah et al., 2023), kepuasan nasabah sebagai variabel moderating (Nurhayati & Sukesti, 2016; Putra, 2021), kepuasan nasabah sebagai variabel perantara (Yessy 2010), kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi (Winasih dan Hakim 2021), kepuasan nasabah yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (Akmalia 2013) kepuasan nasabah yang dipengaruhi oleh kualitas layanan (Cahyani 2016).

KAJIAN LITERATUR

Bank Syariah

Kata bank secara bahasa berasal dari bahasa Italia, yaitu banco yang berarti meja. Penggunaan istilah ini disebabkan sejak zaman dahulu dalam realita kesehariannya setiap transaksi yang mungkin dilaksanakan di atas meja. Dan kata bank dalam bahasa Arab disebut dengan kata mashrof yang artinya tempat saling tukar harta, dilakukan dengan cara mengambil, menyimpan atau selain untuk melakukan muamalat (Rachmania dan Alviana 2020).

Secara umum bank dapat didifinisikan menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 adalah badan usaha yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau dalam bentuk lainnya guna meningkatkan kualitas hidup masyarakat (Surinabila et al. 2023).

Bank syariah sebagai bank yang menggunakan sistem bagi hasil sebagai prinsip utama dalam semua aktivitasnya, termasuk di antaranya dalam hal pendanaan, pembiayaan, dan produk investasi (Ascarya 2007). Tata cara oprasional bank syariah merujuk kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadits, serta mengacu pada fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) di bawah Majelis Ulama Indonesia (MUI). Menurut jenisnya bank syariah terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah) dan BPRS (Bank Perekonomian Rakyat Syariah) (Septiani, Sunandar, dan Nurnasrina 2023).

Konsep Bank Syariah

Konsep yang digunakan oleh bank syariah, didasarkan pada prinsip-prinsip syariah terdiri dari dana pihak ketiga (DPK) dan pembiayaan. Pada sebagian bank atau setiap bank, DPK atau penghimpunan dana merupakan dana terbesar yang dimiliki dan berasal dari masyarakat yang dihimpun oleh bank yang sesuai dengan fungsi bank penghimpunan dana dari masyarakat, lalu disalurkan kembali kepada masyarakat melalui pembiayaan (Hidayat dan Sunarsi 2020).

Produk Bank Syariah

Produk dalam Islam merupakan suatu yang dihasilkan dari proses produksi yang baik, bermanfaat dan dapat dikonsumsi, bedanya guna agar menghasilkan perbaikan material, moral, dan spiritual bagi konsumen (Sabri dan Resti 2022). Adapun produk-produk yang terdapat di bank syariah diantaranya sebagai berikut:

1) Penghimpunan Dana

Bank syariah sebagai pengelola dana sesuai dengan fungsinya dapat menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan (Safitri dan Hendry 2015). Adapun produk penghimpunan dana yaitu:

- a. Tabungan adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan kapan saja tanpa batasan waktu, akan tetapi tidak dapat ditarik menggunakan cek, bilyet giro dan lainnya yang dipersamakan dengan itu. Tabungan terdiri dari tabungan mudharabah dan tabungan wadiah.
- b. Giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan kapan saja dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindahbukuan. Giro terdiri dari giro wadiah, dan giro mudharabah (Wirsono 2009).

2) Penyaluran Dana

Sesuai dengan pelaksanaannya ada beberapa produk dalam penyaluran dana di bank syariah, antara lain sebagai berikut:

a. Prinsip bagi hasil

1. Mudharabah adalah akad perjanjian kerja sama dalam usaha antara kedua belah pihak, yang salah satu pihak memberi modal (sohibul mal) kepada yang lain sebagai pengelola (mudharib) agar dikembangkan, dengan pembagian hasil usaha diantara kedua belah pihak berdasarkan nisbah keuntungan yang telah disepakati sebelumnya, jika terjadi kerugian maka penyedia dana menanggung semua kerugian kecuali pengelola melakukan kesalahan disengaja, kelalaian, atau pelanggaran kesepakatan (Ascaraya 2013).
2. Musyarakah adalah akad kerja antara dua orang atau lebih dalam melakukan usaha bersama, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan ketentuan dibagi berdasarkan kesepakatan bersama, sedangkan apabila terjadi kerugian akan ditanggung bersama sesuai kontribusi dana tersebut (Wirsono 2009).

b. Prinsip jual beli

1. Murabahah adalah akad jual beli barang tertentu, dimana penjual memberikan keterangan harga awal pembelian barang kepada nasabah dengan ketentuan harga barang merupakan harga awal pembelian yang ditambah dengan margin serta besaran margin tersebut sesuai kesepakatan bersama (Maruta 2016).
2. Salam adalah akad jual beli barang pesanan diantara pembeli dengan penjual, spesifikasi dan harga barang pesanan dilakukan dengan kesepakatan diawal akad dan pembayaran dilakukan diawal secara penuh (Saprida 2016).
3. Istishna' adalah akad jual beli barang pesanan diantara pembeli dengan penjual, spesifikasi dan pembayaran tertentu. Namun barang yang dipesan belum diproduksi atau belum ada dipasaran, sedangkan pembayarannya bisa dilakukan diawal, ditengah ataupun saat barang yang dipesan sudah jadi (Maylinda dan Wirman 2023).

c. Prinsip sewa menyewa

1. Ijarah adalah akad perjanjian sewa menyewa suatu barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu dengan fee sebagai imbalan atas barang atau jasa yang telah disewakan (Devianita 2021:44).
2. Ijarah Mutahiyah Bittamlik adalah akad sewa menyewa suatu barang dengan adanya ketentuan perpindahan kepemilikan dari barang yang telah disewakan di akhir periode akad (Nadrattuzaman 2012).

d. Jasa

Jasa bank syariah biasanya dalam dalam kegiatan operasionalnya terbagi menjadi tiga, yaitu sebagai berikut:

1. Ijarah atau sewa merupakan jenis produk bank syariah yang dimana pihak bank syariah mendapatkan imbalan jasa dari produk yang ditawarkan. Seperti dalam jasa kotak simpanan (safe deposit box) atau jasa terlaksananya administrasi dokumen.
2. Valuta Asing (Sharf) merupakan jasa yang diberikan untuk transaksi membeli atau menjual mata uang asing baik yang sama ataupun berbeda yang akan ditukarkan oleh nasabah, dengan menggunakan akad Sharf. Akad Sharf adalah transaksi jual beli mata uang asing Kepuasan Nasabah.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah dimana kondisi ketika nasabah merasa puas dengan produk yang mereka harapkan, pada kenyataannya kepuasan nasabah sejalan dengan evaluasi pelanggan berdasarkan berbagai aspek. Penilaian ini dapat dipengaruhi oleh produk, layanan, atau sistem yang digunakan oleh nasabah. Karena pada dasarnya setiap nasabah memiliki pribadi yang unik dengan kebutuhan dan perilaku yang berbeda-beda. Disebabkan adanya perbedaan ini, nasabah akan berusaha untuk mencapai kepuasan maksimal (Pangestu 2022). Kepuasan nasabah biasanya diartikan

sebagai perbedaan antara harapan dan realita. Definisi kepuasan juga merupakan sikap dari penilaian yang dilakukan oleh nasabah dengan membandingkan harapan mereka sebelum membeli produk dengan adanya persepsi subjektif mengenai kinerja produk yang sebenarnya mereka terima

Kepuasan nasabah menjadi penting sebab berkaitan dengan persaingan, pengukuran tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan. Meskipun keuntungan tidak selalu menjadi faktor kepuasan nasabah. Namun kesetiaan nasabah adalah hal yang sangat sulit untuk dipertahankan. Kepuasan nasabah merupakan Indikator kesuksesan bisnis di masa depan, terhadap reaksi nasabah kepada perusahaan di masa yang akan datang (Kasnaeny 2017).

Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler dan Keller mengungkapkan ada lima indikator dalam mengukur kepuasan nasabah yaitu:

- 1) Membeli kembali produk atau jasa, dengan kepuasan yang dirasakan oleh nasabah, nasabah akan kembali dalam membeli produk atau jasa disebabkan kepuasan sendiri yang menjadikan nasabah tidak mencari perusahaan lain dengan produk atau jasa yang sama.
- 2) Merekomendasikan kepada orang lain tentang perusahaan yang baik, kepuasan akan membawa kebahagiaan pada nasabah yang dimana rekomendasi sangat diperlukan untuk keberlangsungan perusahaan, rekomendasi perusahaan yang baik sangat dibutuhkan oleh nasabah sehingga tidak meninggalkan kesan yang kurang baik terhadap perusahaan yang sudah memberikan layanan.
- 3) Tidak terlalu memperhatikan merek dan iklan produk pesaing, jika nasabah sudah merasa puas dan muncul kepercayaan terhadap perusahaan, maka nasabah tidak akan beralih kepada perusahaan lain dengan tidak memperhatikan apa yang ada di perusahaan pesaing.
- 4) Membeli produk atau jasa lain dari perusahaan yang sama, nasabah akan mencari produk atau jasa terbaik dari suatu perusahaan jika harus ke perusahaan yang lain untuk memenuhi keinginan yang sesuai dengan harapan nasabah, nasabah akan membandingkan dari produk atau jasa untuk menjadi nasabah atau pelanggan tetap dari perusahaan yang akan memberikan produk atau jasa terbaik.
- 5) Menawarkan kepada perusahaan terkait ide produk atau jasa. Untuk kemajuan perusahaan sangat dibutuhkan evaluasi demi keberlangsungan kehidupan perusahaan dari nasabah tetap yang sudah menjadi nasabah dari perusahaan.

Systematic Literature Review

Systematic Literature Review merupakan istilah yang digunakan dalam merujuk pada sebuah metodologi penelitian atau riset tertentu dan pengembangan (Trandini et al., 2019), dimana prosesnya mencakup identifikasi, analisis, hasil dari sumber-sumber tertulis seperti jurnal ilmiah, buku, dan dokumen lainnya, agar dapat memahami serta dapat mengevaluasi terhadap tingkat pengetahuan dan penelitian yang relevan dengan topik tertentu (Rohmandika et al., 2023).

Berdasarkan hal tersebut, bahwa Systematic Literature Review (SLR) adalah yang digunakan dalam mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menafsirkan semua penelitian yang relevan terkait dengan perumusan masalah atau topik penelitian yang sedang diteliti. (Sutanto et al., 2021). Tujuan dari penelitian SLR atau Systematic Literature Review ini adalah untuk mengidentifikasi berbagai sudut pandang terkait dengan masalah yang sedang diteliti, dengan metode ini juga dapat mengungkapkan teori-teori yang relevan dengan kasus yang sedang diteliti.

Adapun cakupan pada *systematic literature review* diantaranya:

- 1) Semua studi yang dibuplikasikan baik pada digital library, maupun studi yang tidak terdapat pada digital library.
- 2) Semua sitasi yang sesuai dengan topik utama
- 3) Sitasi representative yang berkaitan dengan topik, saat mencari artikel di perpustakaan digital, seorang peneliti akan menemukan ribuan artikel yang relevan dengan kata kunci yang dimasukan. Ini berarti semua artikel tersebut merupakan representasi dari kata kunci tersebut. Oleh karena itu, kata kunci dalam tujuan sistematis memiliki peran yang sangat penting.
- 4) Sitasi penting atau sentral hasil dari proses inklusi dan eksklusi rata-rata akan mendapatkan puluhan artikel dari ribuan artikel untuk tahap sintesis data

Tahapan *Systematic Literature Review*

Menurut (Cooper et al., 2018, hal. 3) terdapat beberapa tahapan dalam melakukan systematic literature review, yakni :

- 1) Merumuskan Masalah Penelitian
Pada tahapan ini bertujuan mendefinisikan variabel dan hubungan untuk mengetahui relevansi tersebut. Disebabkan variasi dalam konseptual dan definisi dapat menyebabkan perbedaan dalam operasional penelitian.
- 2) Merumuskan Pertanyaan Penelitian Tinjauan
Pertanyaan penelitian Research's Question (RQ) merupakan bagian terpenting dalam setiap systematic literature review. Pertanyaan penelitian digunakan untuk memandu proses pencarian dan memandu proses ekstraksi.
Perumusan RQ tentang efektivitas berfokus pada 5 tahapan yang dikenal dengan PICOC
 - a. Population (P), kelompok sasaran untuk identifikasi seperti, orang, perangkat lunak, dan lain sebagainya.
 - b. Intervention (I), menentukan aspek investigasi atau masalah yang diminati oleh para peneliti.
 - c. Comparison (C), merupakan hasil dari intervensi tersebut.
 - d. Context (C), dimana latar belakang atau lingkungan penelitian
- 3) Mengidentifikasi Literatur yang Relevan
Pada tahapan ini melibatkan studi yang komprehensif dan lengkap untuk dimasukkan ke dalam tinjauan. Tahapan ini berguna untuk menentukan strategi pencarian.

4) Pencarian Literatur

Pada tahapan ini digunakan untuk mengidentifikasi sumber (digital library) dan keyword untuk mencari artikel yang relevan. Dalam proses pencarian, variasi dalam sumber pencarian dapat menyebabkan perbedaan. Pencarian literatur perlu dinilai relevansinya secara aktual. Dalam proses pemilihan studi perlu ditetapkan kriterianya. Kriteria inklusi dan eksklusi harus didasarkan pada RQ.

5) Mengumpulkan Informasi dari Artikel

Pada tahapan ini digunakan untuk mengumpulkan informasi yang relevan dari artikel dengan cara yang bisa dapat diandalkan.

6) Mengevaluasi Kualitas Penelitian

Pada tahapan ini proses mengidentifikasi dan menerapkan kriteria untuk memisahkan penelitian sesuai dengan pertanyaan penelitian.

7) Menganalisis dan Mengintegrasikan Hasil-Hasil Penelitian

Pada tahap ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menerapkan prosedur untuk menggabungkan hasil dari seluruh penelitian serta menguji perbedaan dari hasil antar penelitian.

8) Menafsirkan Bukti

Pada tahapan ini akan menampilkan kesimpulan yang dapat diulis secara kumulatif dari bukti penelitian. Hal ini bertujuan untuk meringkas bukti penelitian kumulatif berkenaan dengan hal yang umum terlebih dahulu kemudian kekuatan dan keterbatasan studi.

9) Penyajian Hasil

Tahapan ini merupakan tahapan akhir, pada tahapan ini mencantumkan informasi yang harus dimasukkan ke dalam laporan systematic literature review dengan tujuan untuk identifikasi yang baik sehingga memudahkan untuk dibaca.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR). Dalam Systematic Literature Review (SLR) penetapan kriteria inklusi dan eksklusi untuk memastikan relevansi dan kualitas literatur yang akan dianalisis, mencakup parameter seperti jenis publikasi, tahun terbit, serta relevansi dengan topik, dalam proses menseleksi sangat penting untuk menghindari ketidakseimbangan dan memastikan cakupan yang menyeluruh dari literatur yang ada.

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Analisa yang dilakukan dalam bentuk kajian literatur secara sistematis dengan cara pengambilan data menggunakan metode PRISMA sebagai acuan untuk tahapan literatur (Putri & Suharso, 2023, hal. 379). Prosedur PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Review and Meta-analyses) meliputi identification, screening, eligibility serta included (Page et al., 2021).

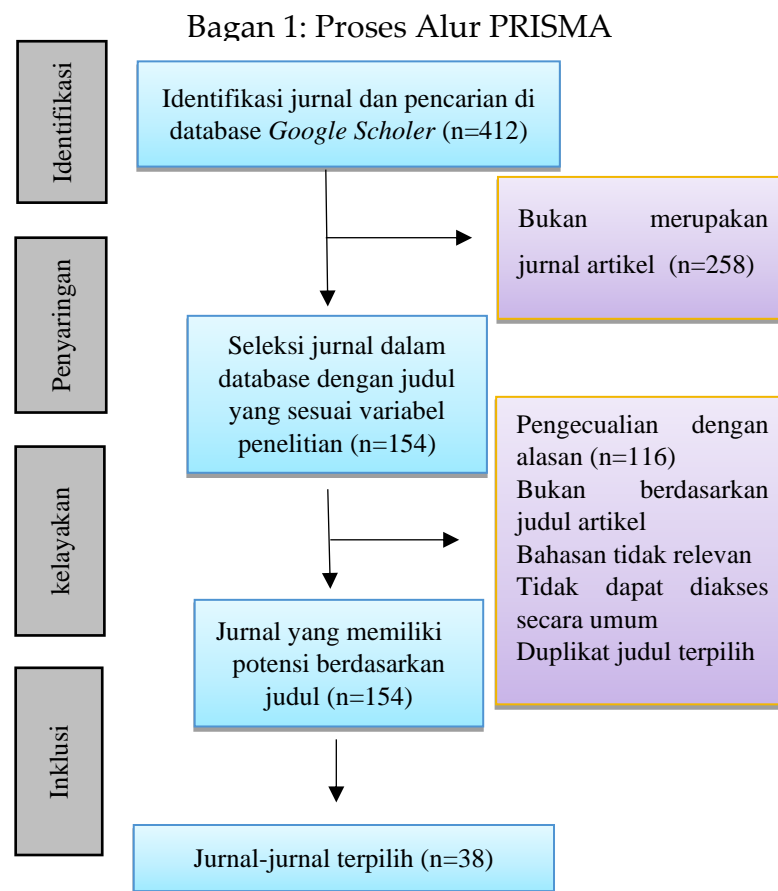
Data penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang meliputi artikel ilmiah yang telah dipublikasi. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan

secara manual dari artikel-artikel yang terindeks di Google Scholar dan cara pengambilannya dengan menggunakan bantuan software Publish or Perish (PoP), yang diambil pada tanggal 15 Juli 2024 dalam mendapatkan data tersebut. Pada penelitian ini, peneliti membatasi dari jenis, data hanya pada artikel ilmiah yang telah dipublikasi secara online. Pemilihan jenis data ini disebabkan data mudah diakses dengan jaringan internet dan artikel ilmiah yang bersifat berkesinambungan sehingga akan terus mengalami perbaikan di masa yang akan datang. Pada penelitian ini dalam penggunaan *Google Scholar*.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Review and Meta-analysis) dalam teknik pengambilan data. PRISMA adalah serangkaian elemen minimum berdasarkan bukti dalam membantu penulis untuk melaporkan berbagai tinjauan sistematis dan metaanalisis yang bertujuan memberikan manfaat (Sastypratiwi & Nyoto, 2020). Fokus PRISMA berada pada cara-cara penulis untuk memastikan pelaporan yang dapat diketahui dan lengkap dari jenis penelitian ini (Bahri et al., 2022). Alat yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Google Scholar, Publish or Perish (PoP), Mendeley dan Microsoft Excel.



Sumber: data diolah peneliti (2024)

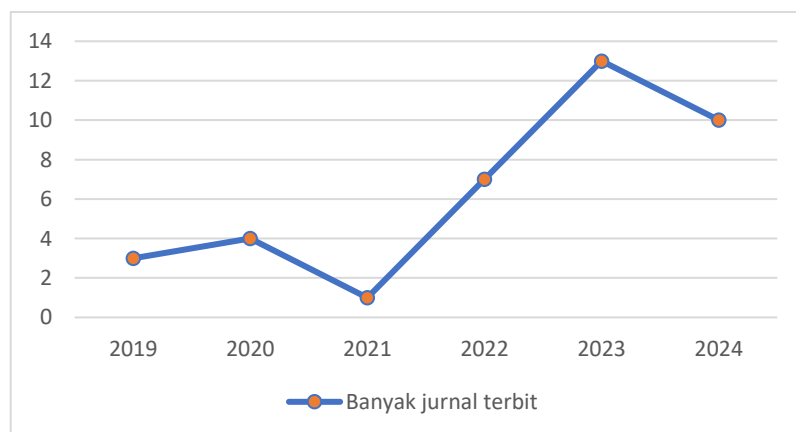
Selanjutnya peneliti akan melakukan beberapa tahapan setelah mendapatkan hasil akhir dengan metode PRISMA sebagai berikut:

- 1) Kategorisasi Data : yaitu mengelompokkan studi berdasarkan tema utama yang muncul dalam penelitian, antara lain seperti variabel yang dikaji, metodologi, atau hasil yang ditemukan.
- 2) Pembuatan Matriks Data, pembuatan matriks untuk menampilkan studi-studi yang telah dikumpulkan, dengan kolom yang meliputi judul studi, penulis, tahun publikasi, tujuan penelitian, metodologi serta temuan utama.
- 3) Analisis: Pendekatan yang digunakan berupa pendekatan naratif untuk memenuhi berbagai studi dalam menjelaskan fenomena yang terjadi. Yang fokusnya bagaimana cerita dan deskripsi dalam studi mencerminkan tema-tema utama. Membandingkan temuan dari berbagai sudut pandang studi dalam mengevaluasi kesamaan dan perbedaan, identifikasi pola atau tren yang stabil di seluruh jurnal. Mengelompokkan faktor-faktor, variabel dan indikator menjadi satu. Dalam menentukan pengaruh faktor x terhadap kepuasan nasabah, variabel penelitian yang diambil menggunakan variabel penelitian terbanyak dari artikel jurnal yang sudah di analisis, sehingga tidak semua variabel dimuat ke dalam faktor x untuk menentukan faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank syariah.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari tinjauan pustaka menunjukkan adanya 38 artikel yang membahas kepuasan nasabah bank syariah dari tahun 2019 sampai 2024. Hasil dapat dilihat seperti dalam grafik dibawah ini.

Grafik 2: Distribusi penelitian berdasarkan tahun publikasi



Sumber: data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan grafik 4.1 tren penelitian mengenai kepuasan nasabah bank syariah menunjukkan pergerakan selama beberapa tahun terakhir dengan sangat menarik. Penelitian mencapai puncaknya pada tahun 2023 dengan 13 artikel terjadinya pergerakan grafik secara meningkat, menunjukkan adanya minat yang tinggi dalam lingkungan akademis maupun masyarakat dalam meneliti kepuasan nasabah bank

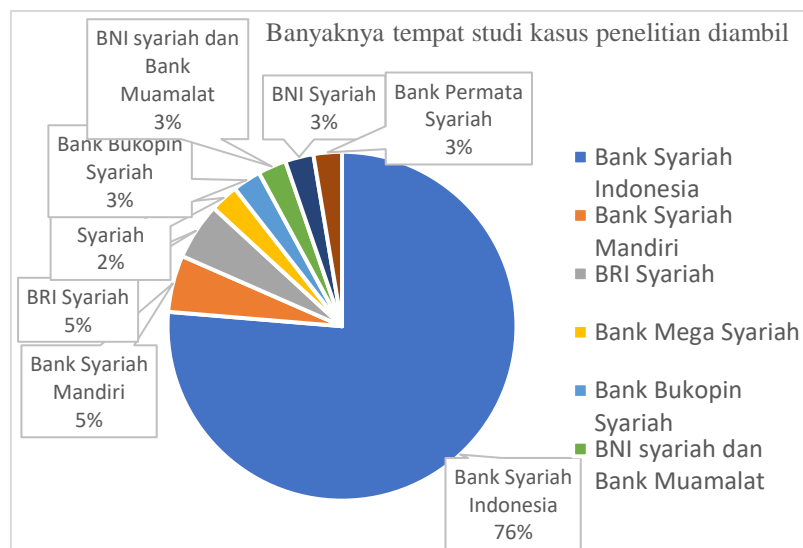
syariah. Namun, pada tahun 2024 grafik bergerak menurun disebabkan terdapat perubahan di mana jumlah penelitian turun menjadi 10 artikel. Pada tahun 2019-2020 menunjukkan pergerakan yang tidak mengalami penurunan yang signifikan, hingga pada tahun 2021 terjadi penurunan secara perlahan dari artikel yang diteliti oleh (Sopiyana, 2021).

Penurunan yang terjadi dapat disebabkan oleh beberapa faktor, kemungkinan salah satu utamanya dampak dari pandemi COVID-19 yang sedang terjadi di awal tahun kemunculan wabah. Pada tahun 2020-2021 dimana merupakan periode dari dampak pandemi yang mencapai puncaknya, mengharuskan peneliti untuk mengubah penelitian mereka terkait fokus dan isu yang sedang terjadi. Selain itu, faktor lain seperti perubahan dalam kebijakan, tren yang mulai bergeser terhadap penelitian, atau terkait keterbatasan akses terhadap data yang dapat berperan dalam penurunan ini. Meskipun mengalami penurunan, peningkatan kembali terjadi pada tahun 2022 dengan grafik bergerak naik dengan jumlah 7 artikel yang membahas penelitian ini.

Berdasarkan Tempat Studi Kasus

Dari 38 artikel yang membahas mengenai kepuasan nasabah bank syariah, peneliti mengidentifikasi terdapat 7 bank syariah sebagai studi kasus yang tersebar di berbagai daerah, menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi tempat studi kasus yang paling populer dengan 29 artikel yang tersebar diberbagai daerah.

Grafik 3: Distribusi Jurnal Artikel Berdasarkan Studi Kasus



Sumber: data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan Daerah Asal Kampus

Studi yang menjadikan tempat penelitian dalam kepopuleritas peneliti yang tersebar diberbagai daerah di Indonesia, berasal perguruan tinggi yang berbeda-beda. Asal perguruan tinggi yang tersebar di 25 universitas, 7 sekolah tinggi dan 6 institut. Penelitian terbanyak terdapat di UIN Jambi sebanyak 2 artikel pada tahun 2023 dan

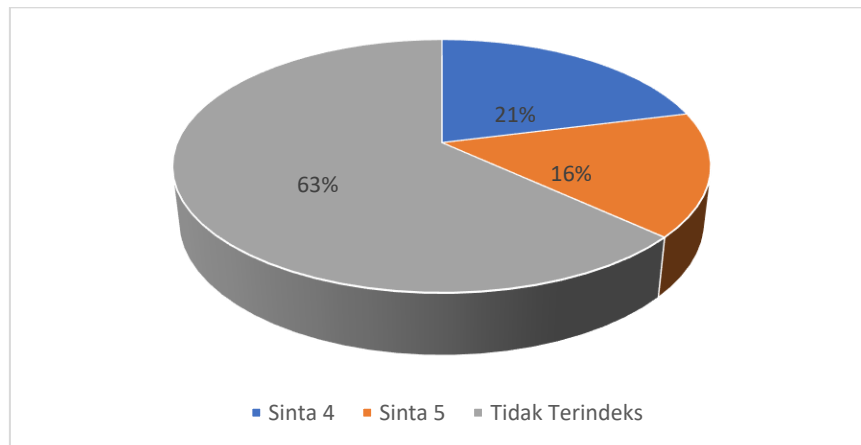
2024, Universitas Pamulang sebanyak 2 artikel pada tahun 2021 dan 2022, Universitas Islam Malang sebanyak 2 artikel pada tahun 2022 dan 2023, Univesitas Pelembang sebanyak 2 artikel pada tahun 2022 dan 2024.

Berdasarkan Metode yang Digunakan

Temuan artikel terkait kepuasan nasabah bank syariah dari tahun 2019 hingga tahun 2024 dengan jumlah 38 artikel temuan, peneliti menyatakan hasil dari kajian penelitian hampir 59% dari temuan artikel tersebut menggunakan metode *Ordinary Least Square* (OLS) seperti uji analisis berganda, dan uji kualitas instrumen, 41% menggunakan metode *Pertial Least Square* (PLS) seperti uji analisis sederhana, dan *Structural Equation Modelling* (SEM).

Berdasarkan Peringkat Akreditasi Sinta

Grafik 4: Distribusi Artikel Berdasarkan Indeksasi Sinta



Sumber: data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan diagram diatas dapat diketahui bahwa jurnal-jurnal yang terindeks sinta dengan peringkat akreditasi. Pada peringkat tertinggi yaitu ada di sinta 4 dengan jumlah 8 artikel jurnal (Harahap, 2020; Sopiñana, 2021; Hasballah, 2023; Cahyani & Alvianto, 2020; Oktaviani et al., 2022; Nurlaila et al., 2022; Sandi & Latifah, 2023; Wulandari & Rahmawati, 2023). Sementara itu, terdapat 6 artikel jurnal yang berada diperingkat sinta 5 (Salma et al., 2023; Fadilah & Hasibuan, 2022; Haryati & Nurhikmah, 2023; Maulida et al., 2024; Chandra et al., 2024; S. Lestari & Afifah, 2024).

Dalam analisis artikel, jurnal artikel yang terindeks sinta baik sinta 1 sampai dengan sinta 6 memiliki akreditasinya sehingga hasil artikel akan berbeda-beda dari jurnal tersebut. Bisa jadi dalam jurnalnya sudah terindeks sinta namun dalam artikelnya masih belum karena batasan tersebut, akreditasi dalam jurnal yang terindeks sinta dapat berbeda-beda tergantung tahun yang sudah ditetapkan yaitu selama 5 tahun. Jurnal yang terindeks sinta dengan masa 5 tahun jika sudah berakhir akan mengajukan kembali sehingga dapat masuk ke indeks sinta yang peringkatnya bisa lebih tinggi yang semula peringkat rendah.

Dimensi dan Indikator Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel 1: Indikator Kepuasan Nasabah

No	Dimensi	Indikator	Sumber
1	Kualitas Produk	Produk yang berkualitas serta unggul sesuai dengan harapan nasabah.	(Oktaviani et al., 2022; Nurlaila et al., 2022; Hasballah, 2023)
2	Kualitas Pelayanan	Pelayanan yang baik, kecepatan layanan terhadap nasabah.	
3	Emosional	Kepercayaan nasabah terhadap layanan yang diberikan.	
4	Biaya dan Kemudahan	Dalam mendapatkan layanan bank dengan kemudahan dalam bertransaksi, biaya yang terjangkau.	(Oktaviani et al., 2022; Hasballah, 2023)

Sumber: data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel di atas, indikator keberhasilan kepuasan nasabah diklasifikasikan ke dalam empat kategori: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, biaya dan kemudahan. Indikator kualitas produk dalam memenuhi harapan konsumen sangat menentukan minat konsumen terhadap produk. Konsumen cenderung puas dan bangga ketika sesuai dengan ekspektasi, ketika produk dapat memberikan manfaat yang diinginkan oleh konsumen, konsumen akan puas apabila relatif mudah dan efisien dalam menggunakan produk atau pelayanan. Maka, tingkat kepuasan yang didapat lebih tinggi (Hasballah, 2023).

Pengaruh Faktor (X) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Y) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Tabel 2: Indikator Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Variabel	Indikator	Sumber
Kualitas Pelayanan	1. Bukti Fisik, segala sesuatu yang dapat dilihat dan dirasakan oleh pelanggan	(Salma et al., 2023; Prihartini, 2019; Trisasmita & Supriyadi, 2024; Arslan, 2022; Hasibuan, 2023; Ningsih & Sari, 2020; Sujana, 2019; Perdana & Fahrullah, 2020; Oktaviani et al., 2022; Nurlaila et al., 2022; Sandi & Latifah, 2023;
	2. Keandalan, kemampuan memberikan pelayanan dengan segera dan dapat memuaskan pelanggan.	
	3. Jaminan, kepastian yang diberikan perusahaan kepada pelanggan bahwa pelayanan yang diberikan sesuai harapan.	
	4. Empati, memberikan layanan penuh perhatian	

	kepada pelanggan. 5. Daya Tanggap, kemampuan membantu pelanggan secara cepat dan tepat. 6. Kepatuhan, tingkat kesesuaian dengan standar yang ditetapkan.	Wiyaldo et al., 2024; Norvadewi & Akhmad, 2020; Situmorang et al., 2022; D. Lestari et al., 2023; Cahyani & Alvianto, 2020; Maulina et al., 2024; Harahap, 2020)
--	--	--

Sumber: data diolah peneliti (2024)

Kualitas pelayanan merupakan salah satu indikator keberhasilan kepuasan nasabah. Melalui kualitas pelayanan yang baik, nasabah dapat memberikan penilaian yang baik dan objektif, pada akhirnya dapat berkontribusi dalam upaya menciptakan kepuasan. Hubungan antara layanan dan kepuasan nasabah sangat erat kaitannya, ketika sebuah perusahaan menyediakan layanan yang dapat memenuhi harapan nasabah, dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong nasabah untuk tetap memilih produk atau layanan tanpa beralih ke produk lain.

Kepuasan pelanggan berkaitan dengan kebutuhan pelanggan, pelanggan memiliki harapan terhadap produk yang ditawarkan. Pelayanan konsumen yang baik menjadi kunci kesuksesan dalam sebuah perusahaan dan kunci utama kesuksesan bisnis disebabkan hubungannya dengan pelanggan. Kualitas atau mutu dianggap sangat baik jika dalam menyediakan layanan dapat melebihi harapan yang diinginkan pelanggan, dan kualitas dianggap baik jika penyedia layanan dapat memenuhi harapan yang diinginkan pelanggan (Norvadewi & Zahroni, 2020).

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Tabel 3: Indikator Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Variabel	Indikator	Sumber
Kualitas Produk	1. Kinerja 2. Keandalan 3. Keistimewaan 4. Kesesuaian dengan spesifikasi 5. Daya tahan 6. Kemampuan melayani 7. Keindahan	(Cahyani & Alvianto, 2020; Wulandari & Rahmawati, 2023; Nurlaila et al., 2022)

Sumber: data diolah peneliti (2024)

Kualitas produk dianggap sebagai atribut utama yang menentukan kepuasan nasabah. Semakin baik kualitas produk perbankan yang ditawarkan bank maka kepuasan nasabah semakin meningkat sesuai dengan harapan pelanggan. Di sisi lain, produk yang ditawarkan harus menarik dengan melihat kebutuhan nasabah masa

kini. Nasabah akan semakin selektif dalam memilih dengan tersedianya begitu banyak pilihan di pasar perbankan, kualitas produk juga menjadi pertimbangan penting dalam memilih bank syariah (Cahyani & Alvianto, 2020). Perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk yang berkualitas dan sesuai dengan keinginan pelanggan. Apabila perusahaan memberikan produk melebihi harapan, nasabah akan merasa puas, sebaliknya jika produk tidak sesuai maka nasabah akan kecewa. Seperti halnya mengoptimalkan pelayanan transaksi, fasilitas ATM, penanganan secara cepat dan tanggapan atas eror-nya mesin ATM dan mobile banking (Wulandari & Rahmawati, 2023).

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah

Tabel 4: Indikator Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah

Variabel	Indikator	Sumber
Fasilitas	1. Perencanaan ruangan 2. Perlengkapan 3. Fasilitas penunjang	(Ariantika et al., 2024)

Sumber: data diolah peneliti (2024)

Fasilitas adalah semua yang disediakan oleh penyedia layanan untuk digunakan dan nikmati oleh konsumen yang akhirnya demi mencapai tujuan kepuasan secara maksimal. Penyedia layanan dapat berupaya dalam meningkatkan operasional perusahaan. Fasilitas yang disediakan dapat memengaruhi kepuasan nasabah dengan pengalaman nasabah dalam menggunakan layanan atau produk yang disediakan. Fasilitas yang disediakan oleh bank dengan nyaman dan aman membuat nasabah merasa lebih yakin dalam membuat keputusan pembelian dapat meningkatkan kepuasan setelah menggunakan fasilitas tersebut. Dengan beberapa faktor utama. Fasilitas tersebut harus dilengkapi dengan karyawan yang profesional dibidangnya, sarana prasarana yang memadai, tanggung jawab terhadap pengguna fasilitas dan kemampuan untuk memberikan layanan yang cepat dan tepat akan membuat nasabah semakin merasa puas dan terbantu dalam menggunakan layanan perbankan (Ariantika et al., 2024, hal. 26).

Pengaruh Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Tabel 5: Indikator Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Variabel	Indikator	Sumber
Keamanan	1. Jaminan 2. Nilai Kerahasiaan data	(Rahmawati & Hardiyanti, 2023)

Sumber: data diolah peneliti (2024)

Bagi nasabah pengguna mobile banking, keamanan merupakan salah satu faktor utama pertimbangan nasabah untuk mencapai kepuasan. Dalam melakukan transaksi menggunakan internet banking, bank dapat menjamin keamanan bagi nasabahnya dalam menggunakan layanan mobile banking. Rasa aman membuat nasabah merasa yakin dalam menggunakan pembayaran online, sehingga mengurangi kekhawatiran

konsumen terhadap penyalahgunaan data pribadi dan data yang rentan. Dengan adanya keamanan dapat memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan bersedia berbagai informasi sehingga merasa nyaman dalam melakukan pembelian. Selain itu suatu data sangat penting untuk dirahasiakan, kerahasiaan data konsumen harus dijaga dengan baik (Maulina et al., 2024).

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Tabel 6: Indikator Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Variabel	Indikator	Sumber
Kepercayaan	1. Niat baik 2. Integritas 3. Kompetensi 4. Kesediaan	(Rahmawati & Hardiyanti, 2023)

Sumber: data diolah peneliti (2024)

Kepercayaan dianggap sebagai faktor kunci yang menentukan kesuksesan jangka panjang suatu hubungan bisnis. Tanpa kepercayaan, sebuah perusahaan tidak dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama. Kepercayaan merupakan dasar dari bisnis, disebabkan transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih. Dengan adanya kepercayaan penjual akan memiliki karakteristik yang akan menguntungkan konsumen sehingga kepuasan akan meningkat. Nilai bagi pelanggan mencerminkan kualitas, manfaat, dan pengorbanan yang diberikan, kepercayaan dapat dibangun dengan cara mempertahankan komitmen, menyediakan layanan yang berkualitas, dan bersikap jujur serta terbuka (Rahmawati & Hardiyanti, 2023).

Pengaruh Penerapan Nilai Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah

Tabel 7: Indikator Penerapan Nilai Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah

Variabel	Indikator	Sumber
Penerapan nilai syariah	1. Kebebasan 2. Kesetaraan dan persamaan 3. Keadilan 4. Kerelaan 5. Kejujuran dan kebenaran 6. Tertulis	(Nurlaila et al., 2022)

Sumber: data diolah peneliti (2024)

Kepatuhan syariah yang ada di industri perbankan syariah sangat penting dalam mengatasi good corporate governance. Penerapan good corporate governance di sektor perbankan harus mengikuti prinsip-prinsip syariah, penerapan nilai syariah menjadi penting mengingat bank syariah yang menjalankan kegiatan usahanya harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, Dengan adanya penerapan nilai syariah ini membuktikan bahwa bank syariah menjalankan kegiatan usahanya yang sesuai dalam memajukan atau meningkatkan kepatuhan, oleh karena itu, nasabah akan merasa

puas dengan adanya nilai syariah dalam segala transaksi yang dilakukan serta dapat meningkatkan nilai etika yang ada di bank syariah (Nurlaila et al., 2022, hal. 158).

KESIMPULAN

Penelitian ini telah mengidentifikasi literatur tentang kepuasan nasabah bank syariah melalui pendekatan Systematic Literature Review (SLR). Dengan menganalisis 38 artikel jurnal yang relevan. Berdasarkan hasil analisis kondisi tinjauan literatur tentang kepuasan nasabah menunjukkan ketidakstabilan tren penelitian selama beberapa tahun terakhir. Tren ini mengalami penurunan drastis pada tahun 2021 dan perlahan naik hingga mencapai puncaknya di tahun 2023. Penurunan ini kemungkinan besar terkait dengan dampak pandemi COVID-19 secara global. Namun peningkatan secara bertahap mulai terjadi sejak tahun 2022.

Dalam studi kasus mengenai kepuasan nasabah bank syariah, Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi subjek penelitian paling populer didorong oleh peranannya yang sentral sebagai bank syariah terbesar di Indonesia, dan memiliki cangkupan yang luas dalam industri keuangan syariah. Dalam analisis data, enam variabel telah diidentifikasi sebagai faktor penentu kepuasan nasabah, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, fasilitas, keamanan, kepercayaan, dan penerapan nilai syariah.

REFERENSI

- Afriyandi, & Aisyah, S. (2024). Sejarah dan Ruang Lingkup Perbankan Syaria' h di Indonesia. *DAWI*, 2(1), 300–308.
- Agustin, H., & Armis. (2022). Sejarah Praktek Perbankan Syariah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(1), 230–244. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(1\).9420](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(1).9420)
- Akmalia, I. (2012). Analisis Kepuasan Nasabah Atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang. *Manajemen Bisnis*, 2(1), 69–80. <https://doi.org/10.22219/jmb.v2i1.1485>
- Akmalia, I. (2013). Analisis Kepuasan Nasabah Atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang. *Manajemen Bisnis*, 2(1), 69–80. <https://doi.org/10.22219/jmb.v2i1.1485>
- Al Izati, H., Lindary, W., Putra, A. N., Ihsan, N., & Zahara, E. A. (2023). Systematic Literature Review (SLR) Strategi Pemasaran Perbankan Syariah Di Indonesia. *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS*, 16(2), 258–266. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i2.1195>
- Ariantika, V. D., Lemiyana, & Lestari, C. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Keputusan Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Simpang Patal. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 2(1), 25–33.
- Arslan, R. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *JURNAL MANEKSI*, 11(2), 465–470.
- Ascaraya. (2013). Akad dan Produk Bank Syariahh. Rajawali Pers.
- Ascarya. (2007). Akad dan Produk Bank Syariah (1 ed). PT RajaGrafindo Persada.

- Baharudin, A. R., Rasyidi, A. M., Amrullah, M. R. M., & Rehendro, S. W. (2022). Dampak, peluang, dan tantangan kebijakan merger bank syariah terhadap stabilitas perekonomian negara (studi kasus: bank syariah indonesia). *DJIEB : Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business*, 2(1), 22–37.
- Bahri, S. E., Ali, J., & Aslam, M. M. M. (2022). A Bibliometric Analysis The Conceptual Model of ASNAF Entrepreneur Success. *International Journal of Economics, Management and Accounting* 30, 14(January), 1–12.
- Budianto, E. W. H., & Dewi, N. D. T. (2023). Pengaruh Book Value per Share (BVS) pada Lembaga Keuangan Syariah dan Konvensional : Studi Bibliometrik VOSviewer dan Literature Review. *Islamic Economics and Business Review*, 2(1), 108–116.
- Cahyani, P. D. (2016). Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta. *Esensi*, 6(2), 151–162. <https://doi.org/10.15408/ess.v6i2.3570>
- Cahyani, P. D., & Alvianto, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Pemasaran Spritual Terhadap Kepuasan Nasabah (Komparasi Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta dan Purwokerto). *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, 21(1), 27–41.
- Chandra, R. K., Rizal, & Firdaus, N. (2024). Pengaruh Banking Service Quality terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Payakumbuh. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 15(6).
- Cooper, C., Booth, A., Varley-Campbell, J., Britten, N., & Garside, R. (2018). Defining the process to literature searching in systematic reviews: A literature review of guidance and supporting studies. *BMC Medical Research Methodology*, 18(1), 1–14. <https://doi.org/10.1186/s12874-018-0545-3>
- Devianita. (2021). Penerapan Akad Ijarah Dalam Produk Pembiayaan Bank Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 43–55. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.236>
- Fadilah, A., & Hasibuan, I. H. (2022). Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 4(2), 53–54.
- Fahrizal, F., Aryani, P., & Wardani, S. (2022). Pengaruh Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Permata Syariah Cabang Aceh. *JEIPS: Jurnal Ekonomi Islam dan Perbankan Syariah*, 2(2), 261–283.
- Fathurrahman, A., & Utomo, P. W. (2023). Analisis Determinan Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *IHTIYATH: Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 7(3), 83–97.
- Fatmariyah, F., Ritonga, I., Latifah, L., & AS, F. (2021). Praktek Relationship Marketing dalam Menciptakan Loyalitas pada Perbankan Syariah Indonesia: Systematic Literature Review. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 14–26. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v8i2.12912>
- Fu’aidah, N. L. A., Damayanti, G., Kusuma, D. Q., & Purnomo, A. R. (2025). Systematic Literature Review (SLR) Peran Layanan Perbankan Digital Syariah Terhadap

- Kepuasan Nasabah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 8(1), 589–602.
- Hamid, E. S., & Susilo, Y. S. (2011). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 12(1), 45–55.
- Hanifah, S., Abdillah, T. D. F., & Wachyudi, K. (2022). Analisis Bibliometrik Dalam Mencari Research Gap Menggunakan Aplikasi VOSviewer Dan Aplikasi Publish or Perish. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(7), 2713–2728.
- Harahap, Z. (2020). Pengaruh Pelayanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih. *ISLAMIC BANKING: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(1), 101–118.
- Haryati, D., & Nurhikmah. (2023). Pengaruh karakteristik Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, 3(1), 23–25.
- Hasballah, I. (2023). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Grong-Grong Sigli. *Jurnal Al-Mizan: Jurnal Hukum Islam dan Ekonomi Syariah*, 10(2), 204–214.
- Hasibuan, A. F. H. (2023). Kualitas Pelayanan Model Carter Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Lhokseumawe Dengan Pendekatan SEM-PLS. *el-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 6(1), 58–82.
- Herawati, A., & Listyawati, L. (2017). Faktor Penentu Keputusan Nasabah Muslim Dan Non Muslim Dalam Memilih Jasa Bank Syariah Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu dan Praktek Administrasi*, 14(2), 205–221. <https://doi.org/10.31113/jia.v14i2.114>
- Hidayat, A., & Sunarsi, D. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dana Pihak Ketiga dan Dampaknya Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Proaksi*, 1, 1–12.
- Ishak, M. Z., & Azzahroh, E. P. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 3(1), 26. <https://doi.org/10.20473/jebis.v3i1.3599>
- Ismulyaty, S., Nurmaini, & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI Kalirejo). *NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah*, 8(1), 66–75. <https://doi.org/10.30997/jn.v8i1.6117>
- Jaya, G. O., Wahono, B., & Novianto, A. S. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Self Service Technology, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Malang. *e – Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 1642–1655.
- Kasnaeny, K. (2017). Kajian Mengenai Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1–20.
- Khotijah, N. S., Mawardi, C. M., & Hidayati, I. (2022). Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan dan Fitur Aplikasi Terhadap Kepuasan Nasabah

- Bank Syariah Pengguna Mobile Banking. *El-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal*, 3(2), 541–551.
- Khumaini, S., Fahrudin, & Samsuri. (2022). Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang. *Al Maal : Journal of Islamic Economics and Banking*, 3(2), 143–153. <https://doi.org/10.31000/almaal.v3i2.5403>
- Lestari, D., Wibowo, F. E., & Muti, A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Pegawai Al-Fityan Boarding School Bogor). *Journal of Student Development Informatics Management (JoSDIM)*, 3(2), 185–198.
- Lestari, S., & Afifah, L. N. (2024). Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Syariah dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus : Bank Syariah Indonesia KCP Sumberrejo Bojonegoro). *AL Maqashid : Journal of Economics and Islamic Business*, 04(01), 42–51. <https://doi.org/10.55352/maqashid.v4i1>
- Lubis, M. A. F., & Muthmainnah. (2023). Systematic Literature Review Tentang Loyalitas Nasabah Bank Syariah Di Indonesia. *Ulumuddin: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman*, 13(2), 237–248.
- Lukiana, H., Usdeldi, & Subhan, M. (2024). Pengaruh Karakteristik Syariah Marketing terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KFO Mikro Merlung. *Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 2(4), 183–199. <https://doi.org/https://doi.org/10.59059/maslahah.v2i4.1689>
- Malinda, E., Febrianti, R., & Purwanto Aji, M. (2024). Implementasi Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Industri Perbankan Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(6), 305–314.
- Mardani, D. A., & Priani, D. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi : Kota Tasikmalaya Tahun 2023). *LA ZHULMA: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 148–157.
- Maruta, H. (2016). Akad Mudharabah, Musyarakah, dan Murabahah Serta Aplikasinya Dalam Masyarakat. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 5(2), 80–106.
- Maulida, Z., Ridha, A., Ivana, F., & Ramli, M. R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Transaksi Pengguna Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Universitas syiah Kuala (USK) 1 Banda Aceh. *Jurnal Sains Riset (JSR)*, 14(April), 536–542. <https://doi.org/https://doi.org/10.47647/jsr.v14i1.2574>
- Maulina, I., Malahayatye, & Jannah, M. (2024). Analisis Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT . Bank Syariah Indonesia KCP Pante Bidari. *Jurnal Investasi Islam*, 9(1), 64–77.
- Maylinda, R., & Wirman. (2023). Analisis Transaksi Akad Istishna' dalam Praktek Jual Beli Online. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(6), 482–492. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.7785395>

- Meilani, A., & Sugiarti, D. (2022). Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2501–2510. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6586>
- Melis. (2016). Tingkat Kepuasan Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang. *ISLAMIC BANKING*, 2(1), 39–48.
- Mundir, A., & Hayati, L. N. (2021). Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syari'ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan. *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 243–256. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i2.2668>
- Mundir, A., Nizar, M., & Athiroh, D. R. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan, Dan Kepercayaan Pada Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Terhadap Mahasiswa Sebagai Nasabah Bank Syariah Di Universitas Yudharta Pasuruan. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 2(1), 1–17. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v2i1.1273>
- Mustika, A., & Riska, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. BPRS Berkah Dana Fadhililah Air Tiris Kampar. *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 10(4), 426–436. <https://doi.org/10.36975/jeb.v10i4.242>
- Nadrattuzaman, M. (2012). *Produk Keuangan Islam*. Gramedia.
- Nafiah, N., & Nugraha Pratama, A. A. (2021). Pengaruh Customer Intimacy, Promosi, dan Citra Merek Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Godean 3 dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Transformatif*, 5(2), 177–190. <https://doi.org/10.23971/tf.v5i2.3182>
- Nastiti, A. S., & Firdaus, A. I. (2019). Menuju Tiga Dekade Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia. *JIAI (Jurnal Akuntanssi Indonesia)*, 4(5), 135–147.
- Ningsih, W. S., & Sari, N. (2020). Pengaruh dimensi kualitas pelayanan dan nisbah bagi hasil terhadap kepuasan nasabah bank syariah mandiri cabang meulaboh. 2(2), 131–146.
- Norvadewi, & Zahroni, A. N. (2020). Pengaruh Service quality Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Al-Tijary Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(2), 197–204. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21093/at.v4i2.4471>
- Nurhayati, N., & Sukesti, F. (2016). Peningkatan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Melalui Peningkatan Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Dengan Variabel Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Bank Syariah di Kota Semarang). *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 141–153. <https://doi.org/10.21580/economica.2016.7.2.1158>
- Nurjannah, A., Junaidi, H., & Maulana, C. Z. (2023). Pengaruh Syariah Compliance dan Spiritual Marketing terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palembang Sudirman. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 4(2), 148. <https://doi.org/10.31000/almaal.v4i2.7616>
- Nurlaila, S., Ibnu, A. R., & Khoir, M. (2022). Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Syariah, Kualitas Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank

- Syariah. NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah, 8(2), 156–167. <https://doi.org/10.30997/jn.v8i2.5108>
- Oktaipiani, A. A., & Anggraini, T. (2022). Pengaruh Relationship Marketing, Corporate Image dan Syariah Compliance Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT BSI KCP Gunung Tua. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(3), 3423. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6803>
- Oktaviani, C., Sintia, I., Panorama, M., & Salsabila, S. (2022). Pengaruh Islamic Marketing Mix, Service Quality dan Customer Value terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal, 5(3), 691–708. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i3.1724>
- Page, M. J., Moher, D., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-wilson, E., Mcdonald, S., ... Prisma, M. (2021). PRISMA 2020 explanation and elaboration : updated guidance and exemplars for reporting systematic reviews review findings . The Preferred. Research Methods And Reporting. <https://doi.org/10.1136/bmj.n160>
- Pangestu, D. (2022). Analisis Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI Mobile. Jurnal Muamalat Indonesia - Jmi, 2(2), 72–86. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26418/jmi.v2i2.58961>
- Perdana, R. W., & Fahrullah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Bukopin Kcp Gresik. Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, 3(3), 188–187. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n3.p188-187>
- Prihartini, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Majalengka). Co-Management, 1(3), 289–300.
- Purnomo, D. R., & Kuspriyono, T. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT . Bank Syariah Indonesia KCP Bogor Citeureup 3. Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah, 2(2), 342–356. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/nuansa.v2i2.1008>
- Putra, S. A. (2021). Analisis tingkat kepuasan nasabah atas pelayanan dengan demografi sebagai variable Moderasi pada Bank Syariah Cabang Binjai. Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA), 1(1). <https://doi.org/10.47709/jebma.v1i1.962>
- Putri, F. R., & Suharso, A. (2023). Systematic Literature Review Penggunaan Metodologi Pengembangan Sistem Informasi. INFOTECH journal, 1861(9), 377–382. <https://doi.org/https://doi.org/10.31949/infotech.v9i2.6270>
- Rachmania, D., & Alviana, N. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Mekanisme Good Corporate Governance terhadap Islamic Social Reporting (ISR). COMPETITIVE: Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 4(1), 49–55.

- Rahayu, I. N., Fitriana, N., & Nadeak, P. Z. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Sudirman Pekanbaru. 2(2), 419–427.
- Rahmawati, A., & Hardiyanti, W. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Keamanan Produk BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Ssyariah Indonesia (Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Semarang Sudiarto). *CAKRAWALA – Repositori IMWI*, 6(6), 2817–2829.
- Rangkuti, F. (2013). *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan ISO 9001*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rohmandika, M. S., Budianto, E. W. H., & Dewi, N. D. T. (2023). Pemetaan Penelitian Seputar Variabel Determinan Return On Asset pada Perbankan Syariah: Studi Bibliometrik VOSviewer dan Literature Review. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 4(1), 34–47. <https://doi.org/10.38076/ideijeb.v4i1.151>
- Sabri, S., & Resti, O. (2022). Produk dan Jasa Bank Syariah Dalam Kajian Literatur. *JM: Jurnal Manageable*, 1(2), 1–8. <https://doi.org/10.59000/jm.v1i2.75>
- Safitri, S., & Hendry, A. (2015). Prosedur Analisis Kelayakan Pembiayaan Mikro: Studi Kasus Bri Syariah Cabang Prabumulih. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1), 37–54. <https://doi.org/10.46899/jeps.v3i1.153>
- Salma, Rafidah, & Alawiyah, R. (2023). Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Prabumulih. 6(1), 697–707.
- Sam'udin, & Fasa, M. I. (2024). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadiah Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia : Pendekatan Systematic Literature Review (SLR). *At-Tamwil : Islamic Economic and Finance Journal*, 03(02), 109–122.
- Sandi, A. R., & Latifah, N. F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Teknik Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kc Jengголо. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 6(1), 358–370.
- Saprida. (2016). Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli. *Mizan: Jurnal Ilmu Syariah*, 4(1), 121–130. <https://doi.org/10.32507/mizan.v4i1.177>
- Saputri, E. E., Elita, S., & Kamilah, A. (2024). Analisis Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia Dengan Melaksanakan Spin Off Pada Unit Usaha Syariah. *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah dan Akuntansi*, 1(4), 01–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/jiesa.v1i4.210>
- Saraswati, H., Sudrajat, B., Hidayat, W., Herin, T. M., Rahma, D., & Ari, A. (2023). Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 1(3), 138–155. <https://doi.org/https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v1i3.365>
- Sastypratiwi, H., & Nyoto, R. D. (2020). Analisis Data Artikel Sistem Pakar Menggunakan Metode Systematic Review. *Jurnal Edukasi dan Penelitian Informatika (JEPIN)*, 6(2), 250–256. <https://doi.org/10.26418/jp.v6i2.40914>

- Septiani, A., Sunandar, H., & Nurnasrina. (2023). Pengertian, Ruang Lingkup Perbankan, Tujuan, Latarbelakang, Prinsip dan Sejarah Perbankan Syariah di Indonesia. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(4), 537–544.
- Situmorang, C. M., Norvadewi, & Yuliana, I. (2022). Pengaruh Fasilitas Mobile-Banking Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Perumahan Bumi Prestasi Kencana Samarinda. 1(1), 78–85.
- Sopiyana, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Mudharabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Syariah Tangerang Selatan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(1), 111–120.
- Sujana, W. I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah di Kota BauBau. *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR*, 3(2), 187–199.
- Sulistiyarningsih, N., & Azkar, S. T. (2021). Potensi Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Nasional. *Al-Qanun: Jurnal Pemikiran dan Pembaharuan Hukum Islam*, 24(1), 33–58. <https://doi.org/10.15642/alqanun.2021.24.1.33-58>
- Surinabila, M., Pratiwi, P. D., Rahmawati, Ayuningtyas, K., Rahayu, S., & Budiandru. (2023). Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Membuka Rekening Bank Bsi Di Lingkup Mahasiswa Uhamka. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(6), 2427–2440. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i6.4913>
- Susanti, I. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Garut. *Persya: Perbankan Syariah*, 1(2), 38–44.
- Sutanto, N. H., Utami, E., & Rismayani. (2021). Systematic Literature Review untuk Identifikasi Metode Evaluasi Website Layanan Pendidikan di Indonesia. *Jurnal IT CIDA*, 7(1), 1–22.
- Trandini, E., Jayanatha, S., Indrawan, A., Putra, G. W., & Iswara, B. (2019). Metode Systematic Literature Review untuk Identifikasi Platfrom dan Metode Pengembangan Sistem Informasi di Indonesia. *Indonesian Journal of Information Systems (IJIS)*, 1(2).
- Trisasmata, R., & Supriyadi, L. (2024). Determinan kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia dengan Model CARTER. (JEBI) *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 19(1), 1–10.
- Wahyuningsih, N., & Janah, N. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat. *Al-Amwal*, 10(2), 295–314.
- Wardaningsih, P., & Salam, A. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Transaksi dan Fitur Produk BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada KCP Sumbawa di Ponegoro). *Asian Journal of Islamic Studies and Da'wah*, 2(1), 336–344. <https://doi.org/10.58578/ajisd.v2i3.2942>

- Wati, E. S., Fasa, M. I., & Suharto. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(1), 53–62. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i6.237>
- Winasih, T., & Hakim, L. (2021). Peran Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 8(2), 205–221. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v8i2.4152>
- Wirsono. (2009). Produk Perbankan Syariah. LPFE Urasakt.
- Wiyaldo, Aravik, H., & Fadilla. (2024). Pengaruh Digital Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KM 12. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMAK)*, 3(3), 645–664.
- Wulandari, N. A., & Rahmawati, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Biaya Administrasi Tabungan Easy Wadiah Terhadap Kepuasan Karyawan Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Karyawan SDIT Qurrota A ' yun Ponorogo). *WADIAH: Jurnal Perbankan Syariah*, 7(2), 192–214.
- Yessy, A. (2010). Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Perantara (Studi Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya). *Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14(2), 66–74.
- Zulkarnain, R., Taufik, H., & Ramdansyah, A. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nsabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1–24.