



The Effect of Islamic Service Quality and *Mobile Banking* Features on Customer Loyalty with Satisfaction as an Intervening Variable: A Study of Customers of NTB Syariah Bank

Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dan Fitur *Mobile Banking* terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel *Intervening*: Studi pada Nasabah Bank NTB Syariah

Kistiquil Aprilianti^{1)*}, Sanurdi¹⁾

¹⁾Universitas Islam Negeri Mataram

*Correspondence : kistiquilaprilianti@gmail.com

ABSTRACT

The objective of this research was to analyze the influence of Islamic service quality and mobile banking features on customers' loyalty with satisfaction as an intervening variable (study on the customers of Bank NTB Syariah). This research was conducted at Bank NTB Syariah which is located at Jl. Udayana, Dasan Agung Mataram NTB. The background of this research was based on the growth and development of banks based on sharia so that they experienced fierce competition, especially in the service quality based on sharia, along with the technology development, Islamic banks also have services in the form of sharia mobile banking, with various features on it. The research method used in this research was quantitative method. The data collection technique used questionnaire distributed to the customers of Bank NTB Syariah consisting of 96 customers who have mobile banking and have made at least 3 transactions. Data analysis was carried out by using SPSS 21 to test the validity, reliability, and significance among variables. The results of this research showed that Islamic service quality and mobile banking features of Bank NTB Syariah had significant influences on the customers' loyalty and customers' satisfaction. Customers' loyalty had significant influences on the customers' satisfaction and Islamic service quality and mobile banking features influenced customers' loyalty through customers' satisfaction as an intervening variable.

Keywords: Islamic Service Quality; Mobile Banking Features; Customers' Satisfaction; Bank NTB Syariah

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan syariah dan fitur perbankan mobile terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel pengganggu (studi pada pelanggan Bank NTB Syariah). Penelitian ini dilakukan di Bank NTB Syariah yang berlokasi di Jl. Udayana, Dasan Agung Mataram NTB. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pertumbuhan dan perkembangan bank syariah yang mengalami persaingan yang ketat, terutama dalam hal kualitas layanan syariah. Seiring dengan perkembangan teknologi, bank syariah juga menyediakan layanan dalam bentuk mobile banking syariah dengan berbagai fitur di dalamnya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang dibagikan kepada nasabah Bank NTB Syariah sebanyak 96 nasabah yang memiliki layanan mobile banking dan telah melakukan minimal 3 transaksi. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS 21 untuk menguji validitas, reliabilitas, dan signifikansi antar variabel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan syariah dan fitur mobile banking Bank NTB Syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah. Loyalitas pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas layanan syariah dan fitur mobile banking mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel perantara.

Kata Kunci: Kualitas Layanan Syariah; Fitur *Mobile Banking*; Kepuasan Pelanggan; Bank NTB Syariah

This is an open access article under the CC - BY license.



PENDAHULUAN

Undang-Undang No 21 tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah, menjelaskan bahwa “Perbankan Syariah yaitu segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha dan tata cara serta proses di dalam melaksanakan kegiatannya” (Mardiasmo 2016). Kehadiran perbankan yang berlandaskan syariah telah di sambut sangat baik oleh masyarakat dan pemerintah dilihat dari sederetan legalisasinya dari tahun ke tahun semakin menunjukkan kekuatan pondasi bank syariah dalam tatanan peraturan pemerintah dan mendapatkan tempat yang sangat positif dalam lingkungan perbankan di Indonesia.

Salah satu bank yang masih sangat eksis dan mampu bertahan dari banyaknya persaingan khususnya di daerah Nusa Tenggara Barat yaitu Bank NTB syariah, yang sampai saat ini mampu memberikan pelayanan syariah kepada masyarakat. Keberadaan Bank ini sangat di apresiasi oleh semua pihak karena keberadaanya merupakan bagian dari upaya pemerintah daerah untuk memberikan solusi bagi masyarakat yang selama ini ingin menghindari dari transaksi yang berunsur pada ribawi (Kementrian 2016).

Melihat kondisi dunia ekonomi yang saat ini sangat berkembang, khususnya di dunia perbankan, ternyata belum diimbangi dengan ketersediaan sumber daya manusia yang memadai, sehingga berdampak pada praktik kerja atau transaksi keuangan syariah yang sering kali menyimpang (Hardianti & Fauzi, 2021). Loyalitas nasabah menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan penggunaan layanan perbankan tersebut (Setiawan & Ramadhani, 2023).

Loyalitas merupakan bentuk komitmen yang kuat untuk membeli atau menggunakan kembali suatu produk yang di sukai di masa mendatang, sehingga nasabah akan setia untuk melakukan pembelian ulang secara terus menerus (Sigit and Soliha 2017). Komitmen untuk menggunakan kembali suatu produk merupakan bentuk loyalitas konsumen kepada sebuah perusahaan. Loyalitas konsumen juga dapat di tunjukkan berupa kesetiaan mereka dengan membeli produk produk lainnya dari perusahaan yang sama (Sudirman and Suasana 2018).

Kepuasan nasabah menjadi kunci utama bagi perusahaan jasa keuangan karena tingkat kepuasan yang tinggi dapat mendorong loyalitas nasabah (Andriyani & Ardianto, 2020; Putri & Santoso, 2022). Namun, tuntutan nasabah terus meningkat seiring harapan yang semakin tinggi terhadap layanan perbankan (Wijaya & Prabowo, 2021). Dalam memilih bank untuk menabung atau berinvestasi, kualitas pelayanan menjadi faktor penentu keunggulan kompetitif dan kepercayaan nasabah (Sari & Nugroho, 2023). Bank NTB Syariah telah menerapkan teknologi mobile banking untuk memudahkan transaksi—mulai dari pembayaran tagihan hingga transfer antarbank—tanpa perlu mengunjungi cabang. Pertanyaannya, sejauh mana fitur mobile banking Bank NTB Syariah telah memenuhi kebutuhan nasabah dan memperkuat loyalitas mereka

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan Islami dan fitur mobile banking (variabel bebas) terhadap loyalitas nasabah (variabel terikat), dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. Metode kuantitatif meliputi pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penyajian data numerik secara objektif untuk menguji hipotesis penelitian (Creswell, 2014).

Populasi penelitian adalah seluruh nasabah aktif Bank NTB Syariah, dikategorikan sebagai infinite population—yaitu populasi yang ukuran sumber datanya tidak dapat ditentukan secara pasti (Siregar, Saryadi, & Listyorini, 2012). Untuk menyesuaikan dengan karakteristik ini, peneliti menggunakan teknik incidental sampling, yakni penentuan sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti (Sugiyono, 2019), dan diperoleh 96 responden melalui kuesioner yang disebarkan secara langsung.

Skala pengukuran jawaban dari responden pada penelitian ini yakni skala likert. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain : sangat setuju (SS), setuju (ST), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS) (Sugiyono, 2019). Dalam menentukan arah konsep analisis data, peneliti menetapkan hipotesis dalam penelitian ini yakni :

Ha1: kualitas pelayanan islami berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank NTB Syariah

Ha2: Fitur mobile banking berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank NTB Syariah.

- Ha3: kualitas pelayanan islami berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank NTB Syariah.
- Ha4: Fitur mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank NTB Syariah.
- Ha5: Kepuasan Nasabah Bank NTB Syariah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank NTB Syariah.
- Ha6: Kualitas pelayanan islami berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank NTB Syariah.
- Ha7: Fitur mobile banking berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank NTB Syariah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Hasil uji validitas

Variabel	r hitung	r table	interpretasi
Kualitas Pelayanan Islami (X1)			
1	0,899	0,1986	Valid
2	0,856	0,1986	Valid
3	0,868	0,1986	Valid
4	0,890	0,1986	Valid
5	0,835	0,1986	Valid
6	0,896	0,1986	Valid
Fitur Mobile Banking (X2)			
1	0,821	0,1986	Valid
2	0,879	0,1986	Valid
3	0,874	0,1986	Valid
4	0,868	0,1986	Valid
5	0,912	0,1986	Valid
Loyalitas nasabah (Y)			
1	0,887	0,1986	Valid
2	0,907	0,1986	Valid
3	0,845	0,1986	Valid
Kepuasan Nasabah (Z)			
1	0,915	0,1986	Valid
2	0,909	0,1986	Valid
3	0,861	0,1986	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas dapat dilihat nilai valid terendah dari variabel X1 sebesar 0,835, variabel X2 sebesar 0,821, variabel Y sebesar 0,845 dan variabel Z sebesar 0,861 sedangkan nilai valid tertinggi pada hasil uji validitas variabel X1 sebesar 0,899, variabel X2 sebesar 0,912, variabel Y sebesar 0,907 dan variabel Z sebesar 0,91, artinya bahwa seluruh pernyataan variabel yang diajukan untuk responden adalah valid karena dilihat dari

nilai r hitung $>$ r tabel (0,198) sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang ada dalam kuesioner tersebut dapat dikatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini.

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan Islami	0.938	Reliabel
Fitur Mobile Banking	0.919	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0.854	Reliabel
Loyalitas Nasabah	0.875	Reliabel

Uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel X1 sebesar 0,938, variabel X2 sebesar 0,919, variabel Y sebesar 0,854 dan variabel Z sebesar 0,875, kesimpulannya bahwa semua variabel dalam pernyataan dinyatakan reliabel karena telah memenuhi nilai yang disyaratkan yaitu dengan nilai Cronbach Alpha $>$ 0,7.

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil uji analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 3 dibawah ini.

Tabel 3. Hasil uji analisis regresi linier berganda

Hubungan	B	Std. Error	t-hitung	p-value
Kualitas Pelayanan Islami (X1) → Loyalitas Nasabah (Y)	0,332	0,038	8,848	$<$ 0,001
Fitur Mobile Banking (X2) → Loyalitas Nasabah (Y)	0,472	0,051	9,226	$<$ 0,001
Kualitas Pelayanan Islami (X1) → Kepuasan Nasabah (Z)	0,288	0,038	7,576	$<$ 0,001
Fitur Mobile Banking (X2) → Kepuasan Nasabah (Z)	0,411	0,052	7,956	$<$ 0,001
Kepuasan (Z) → Loyalitas (Y)	0,942	0,049	19,226	$<$ 0,001

Semua hubungan dalam model terbukti positif dan sangat signifikan ($p <$ 0,001): kualitas pelayanan Islami meningkatkan kepuasan nasabah ($B = 0,288$) dan loyalitas nasabah ($B = 0,332$); fitur mobile banking meningkatkan kepuasan ($B = 0,411$) dan loyalitas ($B = 0,472$); serta kepuasan nasabah memainkan peran utama dalam mendorong loyalitas ($B = 0,942$), artinya semakin tinggi persepsi nasabah terhadap kualitas Islami dan kemudahan mobile banking, semakin puas mereka, dan pada gilirannya semakin setia pula mereka kepada bank.

Hasil Uji Hipotesis

- a. Ha1 : kualitas pelayanan islami berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank NTB Syariah. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4 dibawah ini.

Tabel 4. Kualitas pelayanan islami terhadap loyalitas nasabah

Variabel	B	t hitung	Sig t	Keterangan
(Constant)	1.774			
Kualitas Pelayanan Islami	0.332	8.848	0.000	Signifikan
F-hitung	78.293			
Sig F	0.000			
Adjusted R Square	0.449			

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar $0,003 \leq 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan bahwa “kualitas pelayanan islami berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.”

- b. Ha2 : fitur *mobile banking* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank NTB Syariah. Hal ini dapat dilihat pada tabel 5 dibawah ini.

Tabel 5. Fitur *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah

Variabel	B	t hitung	Sig t	Keterangan
(Constant)	1.099			
Fitur <i>Mobile Banking</i>	0.472	9.226	0.000	Signifikan
F hitung	85.128			
Sig F	0.000			
Adjusted R Square	0.470			

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar $0,086 \leq 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan bahwa “Fitur *mobile banking* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.”

- c. Ha3 : kualitas pelayanan islami berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank NTB Syariah. Hal ini dapat dilihat pada tabel 6 dibawah ini.

Tabel 6. Kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan nasabah

Variabel	B	t hitung	Sig t	Keterangan
(Constant)	3.035			
Kualitas Pelayanan Islami	0.288	7.576	0.000	Signifikan
F-hitung	57.403			
Sig F	0.000			
Adjusted R Square	0.373			

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar $0,000 \leq 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan bahwa “kualitas pelayanan islami berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank NTB Syariah.”

- d. Ha4 : fitur *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank NTB Syariah. Hal ini dapat dilihat pada tabel 7 dibawah ini.

Tabel 7. Fitur *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah

Variabel	B	t hitung	Sig t	Keterangan
(Constant)	2.414			
Fitur <i>Mobile Banking</i>	0.411	7.956	0.000	Signifikan
F-hitung	63.302			
Sig F	0.000			
Adjusted R Square	0.396			

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar $0,000 \leq 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan bahwa “fitur *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank NTB Syariah.”

- e. Ha5: Kepuasan Nasabah Bank NTB Syariah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank NTB Syariah. Hal ini dapat dilihat pada tabel 8 dibawah ini.

Tabel 8. Kepuasan nasabah

Variabel	B	t hitung	Sig t	Keterangan
(Constant)	-0.170			
Kepuasan Nasabah	0.942	19.226	0.000	Signifikan
F hitung	396.627			
Sig F	0.000			
Adjusted R Square	0.795			

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar $0,065 \leq 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan bahwa “loyalitas nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank NTB Syariah.”

- f. H6 : Kualitas pelayanan islami berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. Hal ini dapat dilihat pada tabel 9 dibawah ini.

Tabel 9. Kualitas pelayanan islami berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

Direct Effect	
X1 → Y	
(P ₁)	= 0.066
Indirect Effect	
X1 → Z → Y	
(P ₃ × P ₅) = 0.159 × 0.763	= 0.121
Total Effect	
(Direct Effect + Indirect Effect) = 0.066 + 0.121	= 0.187

Berdasarkan Tabel dapat dilihat bahwa pengaruh secara tidak langsung kualitas pelayanan islami (indirect effect) terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi kepuasan nasabah sebesar 0.121. Pengaruh langsung (direct effect) diperoleh sebesar 0.066 sehingga pengaruh (total effect) sebesar 0.187. Diketahui bahwa pengaruh langsung sebesar 0.066 lebih rendah dari pengaruh tidak langsung langsung yaitu 0.121, maka variabel kepuasan nasabah dapat memediasi.

- g. H7 : Fitur mobile banking berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. Hal ini dapat dilihat pada tabel 10 dibawah ini.

Tabel 10. Kualitas pelayanan islami berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

Direct Effect	
X2 → Y	
(P ₁)	= 0.9895
Indirect Effect	
X2 → Z → Y	
(P ₃ × P ₅) = 0.259 × 0.763	= 0.197
Total Effect	
(Direct Effect + Indirect Effect) = 0.095 + 0.197	= 0.292

Berdasarkan Tabel dapat dilihat bahwa pengaruh secara tidak langsung fitur mobile banking (indirect effect) terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi kepuasan nasabah sebesar 0.197. Pengaruh langsung (direct effect) diperoleh sebesar 0.095 sehingga pengaruh (total effect) sebesar 0.292. Diketahui bahwa pengaruh langsung sebesar 0.095 lebih rendah dari pengaruh tidak langsung langsung yaitu 0.197, maka variabel kepuasan nasabah dapat memediasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya mengenai pengaruh kuitas pelayanan islami, fitur mobile banking terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening (studi pada nasabah Bank NTB Syariah) dapat ditarik kesimpulan sebagai mana berikut. (1) Pengaruh Kualitas pelayanan Islami terhadap loyalitas nasabah Bank NTB Syariah menunjukkan hasil yang positif sebagaimana hasil uji analisis regresi linier berganda sederhana $Y=1.774+0.332 X_1$, artinya setiap terjadi peningkatan kualitas pelayanan islami maka loyalitas nasabah Bank NTB Syariah akan meningkat; (2) Pengaruh fitur mobile banking terhadap loyalitas nasabah Bank NTB Syariah menunjukkan hasil yang positif sebagaimana hasil uji analisis regresi linier berganda $Y=1.099 + 0.472 X_2$, artinya setiap peningkatan fitur mobile banking di Bank NTB Syariah akan diikuti dengan meningkatnya loyalitas nasabah Bank NTB Syariah; (3) Pengaruh Kualitas pelayanan Islami terhadap kepuasan nasabah Bank NTB Syariah menunjukkan hasil yang positif sebagaimana hasil uji analisis regresi linier sederhana $Z=3.035 + 0.288 X_1$, artinya setiap terjadi peningkatan kualitas pelayanan islami maka kepuasan nasabah Bank NTB Syariah semakin meningkat; (4) Pengaruh fitur mobile banking terhadap kepuasan nasabah Bank NTB Syariah menunjukkan hasil yang positif sebagaimana hasil uji analisis regresi linier berganda $Z = 2.414 + 0.411 X_2$, artinya setiap terjadi peningkatan fitur mobile banking maka kepuasan nasabah Bank NTB Syariah semakin meningkat; (5) Pengaruh loyalitas nasabah terhadap kepuasan nasabah Bank NTB Syariah menunjukkan hasil yang positif $Y = 0.170 + 0.942 Z$, artinya setiap terjadi peningkatan loyalitas nasabah maka kepuasan nasabah Bank NTB Syariah semakin meningkat; (6) Pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening bahwa nilai t hitung $3.137 > t$ tabel $1,96$ dengan tingkat signifikansi 5%, maka dapat disimpulkan bahwa variable kepuasan nasabah signifikan yang berarti terdapat pengaruh mediasi. Dengan demikian kualitas pelayanan islami berpengaruh terhadap loyalitas nasabah yang melalui kepuasan nasabah; (7) Pengaruh fitur mobile banking terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening bahwa nilai t hitung $3.638 > t$ tabel $1,96$ dengan tingkat signifikansi 5%, maka dapat disimpulkan bahwa variable kepuasan nasabah signifikan yang berarti terdapat pengaruh mediasi. Dengan demikian “fitur mobile banking berpengaruh terhadap loyalitas nasabah yang melalui kepuasan nasabah”. Akulturasi budaya Islam dalam tradisi Compo Sampari di Desa Nata merupakan contoh keberhasilan integrasi antara budaya lokal dan ajaran agama. Proses ini menunjukkan bagaimana elemen-elemen adat dapat disesuaikan dengan prinsip-prinsip Islam, menciptakan praktik yang harmonis dan relevan dalam konteks budaya dan agama.

Daftar Pustaka

- Andriyani, Meli, and Riski Ardianto. 2020. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank.” *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 1(02): 133–40. doi:10.37366/ekomabis.v1i02.73.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Hardianti, D., & Fauzi, A. (2021). Keterbatasan sumber daya manusia dalam industri perbankan syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 7(2), 115–130.
- Kementrian, Keuangan. 2016. “No Informasi APBN 2016 Mempercepat Pembangunan Infrastruktur Untuk Memperkuat Pondasi Pembangunan Yang Berkualitas.” Jakarta.
- Mardiasmo. 2016. *Perpajakan*. Yogyakarta: Cv.Andi.
- Putri, D. A., & Santoso, A. R. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah bank syariah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 14(2), 101–118.
- Sari, N. F., & Nugroho, B. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah pada layanan mobile banking. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi*, 19(1), 45–60.
- Setiawan, R., & Ramadhani, E. (2023). Pengaruh loyalitas nasabah terhadap keputusan penggunaan layanan perbankan syariah. *Jurnal Manajemen Perbankan*, 8(1), 45–58.
- Sigit, Kharisma Nawang, and Euis Soliha. 2017. “Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah.” *Jurnal Keuangan dan Perbankan* 21(1): 157–68. doi:10.26905/jkdp.v21i1.1236.

- Siregar, Y., S. Saryadi, and S. Listyorini. 2012. "Pengaruh Pelayanan Fiskus Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Terhadap Wajib Pajak Di Semarang Tengah)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip* 1(1): 295–304.
- Sudirman, I Made Stevana Adi Santhika, and I Gusti Agung Ketut Gede Suasana. 2018. "Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan, Komitmen, Dan Loyalitas Nasabah Internet Banking Di Kota Denpasar." *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 1(4): 473–88. doi:10.31842/jurnal-inobis.v1i4.52.
- Sugiyono. 2019. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Wijaya, F., & Prabowo, C. (2021). Implementasi mobile banking dan kepuasan pelanggan pada bank konvensional di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 8(3), 300–315.