

---

## Pengaruh Inovasi Produk dan Layanan BSI OTO terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah

---

Gita Mahilda<sup>1</sup>, Nur Eka Setiowati<sup>2</sup>, Dewi Fatmasari<sup>3</sup>

<sup>123</sup>UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

[mahildagita@gmail.com](mailto:mahildagita@gmail.com)<sup>1</sup>, [nurekast@syekhnurjati.ac.id](mailto:nurekast@syekhnurjati.ac.id)<sup>2</sup>, [dewifatmasari1973@gmail.com](mailto:dewifatmasari1973@gmail.com)<sup>3</sup>

---

### ABSTRAK

Pembiayaan BSI OTO oleh PT Bank Syariah Indonesia merupakan sebuah produk untuk mengembangkan inovasi produk dan pelayanan terkait pembiayaan BSI OTO dengan akad murabahah dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Meskipun begitu sejumlah tantangan muncul, termasuk rendahnya pengetahuan nasabah dan kurangnya pemahaman detail akad murabahah dan produk pembiayaan kendaraan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan pelayanan pembiayaan BSI OTO dengan akad murabahah terhadap tingkat kepuasan nasabah di BSI KCP Jatibarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, penyebaran kuesioner dan dokumentasi. Sampel pada penelitian ini adalah 50 responden nasabah di BSI KCP Jatibarang dari total populasi sebanyak 50 orang. Dalam membuktikan dan menganalisis hal tersebut, maka digunakan uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda serta uji *f* (simultan) dan uji *t* (parsial) dengan menggunakan aplikasi SPSS version 22. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Variabel Inovasi Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di BSI KCP Jatibarang sebesar 20,2%. (2) Variabel Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah sebesar 61,3%. (3) Variabel Inovasi Produk dan Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan mampu mempengaruhi Tingkat Kepuasan Nasabah sebesar 0,816 atau 81,6%.

**Kata Kunci:** Inovasi Produk, Pelayanan dan Tingkat Kepuasan Nasabah

### ABSTRACT

BSI OTO financing by PT Bank Syariah Indonesia is a product to develop product and service innovation related to BSI OTO financing with murabahah agreement with the aim of increasing customer satisfaction. However, a number of challenges arise, including low customer knowledge and lack of detailed understanding of murabahah agreement and vehicle financing products. This study aims to determine the effect of BSI OTO financing product and service innovation with murabahah agreement on customer satisfaction level at BSI KCP Jatibarang. This study uses a quantitative approach with data collection techniques through observation, interviews, questionnaires and documentation. The sample in this study was 50 customer respondents at BSI KCP Jatibarang from a total population of 50 people. In proving and analyzing this, validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests and *f* tests (simultaneous) and *t* tests (partial) were used using the SPSS version 22 application. The results of this study indicate that: (1) The Product Innovation variable has a significant positive effect on the Level of Customer Satisfaction at BSI KCP Jatibarang by 20.2%. (2) The Service variable has a significant positive effect on the Level of Customer Satisfaction by 61.3%. (3) The Product and Service Innovation variables have a positive and significant effect simultaneously and are able to influence the Level of Customer Satisfaction by 0.816 or 81.6%.

**Keywords:** Product Innovation, Service and Customer Satisfaction Level

---

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia telah menunjukkan kemajuan yang signifikan. Pelayanan perbankan selalu diperlukan di banyak bidang yang berkaitan dengan kegiatan keuangan (Sudarsono, 2023). Perbankan juga memiliki peranan yang penting dalam dunia bisnis karena memiliki dampak yang besar terhadap kepuasan nasabah. Hal ini tercermin tidak hanya dari semakin bertambahnya inovasi produk atau

“perang produk” yang ditawarkan kepada nasabah, yang dimungkinkan oleh semakin banyaknya lembaga perbankan syariah yang menyediakan berbagai produk berkualitas tinggi, yang masing-masing memiliki keunggulan dan kelemahannya sendiri, tetapi juga dari peningkatan kualitas layanan kepada nasabah (Masykur, 2023).

Salah satu sektor keuangan yang telah lama ada dan beroperasi di Indonesia adalah keuangan syariah. Keuangan syariah merupakan salah satu jenis pembiayaan yang berlandaskan pada prinsip syariah, di mana setiap transaksi harus memenuhi persyaratan sesuai dengan Al-Quran dan Hadits. Dalam sistem ini, riba yaitu pencarian keuntungan melalui bunga yang telah ditetapkan, sangat dilarang. Selain itu, keuangan syariah juga melarang spekulasi dan transaksi yang memiliki hak untuk melarang atau *gharar* (Sudarsono 2020). Dari perspektif hukum, sistem pembiayaan yang berlandaskan prinsip syariah mencakup pembiayaan bagi hasil berdasarkan prinsip mudharabah dan musyarakah serta pembiayaan jual beli berdasarkan prinsip murabahah, istishna, dan as salam, dan pembiayaan sewa guna usaha berdasarkan prinsip mudharabah dan musyarakah, Ijarah (sewa murni) dan Ijarah al-Muntahia Bittamlik (sewa beli atau sewa dengan opsi) (Kasmir 2018).

Salah satu produk utama yang disediakan oleh bank syariah adalah pembiayaan Murabahah. Murabahah adalah salah satu akad jual beli yang paling umum diterapkan dalam fiqih muamalah Islam di perbankan syariah. Secara prinsip, akad Murabahah adalah akad jual beli barang yang di dalamnya dinyatakan dengan jelas harga beli dan keuntungan (margin) yang telah disepakati antara penjual dan pembeli. Pembiayaan Murabahah sering dimanfaatkan untuk pembelian aset seperti rumah, kendaraan, atau peralatan usaha (Sudarsono A. , 2023).

**Gambar 1. Grafik Pembiayaan Murabahah**



(Sumber: OJK, 2019)

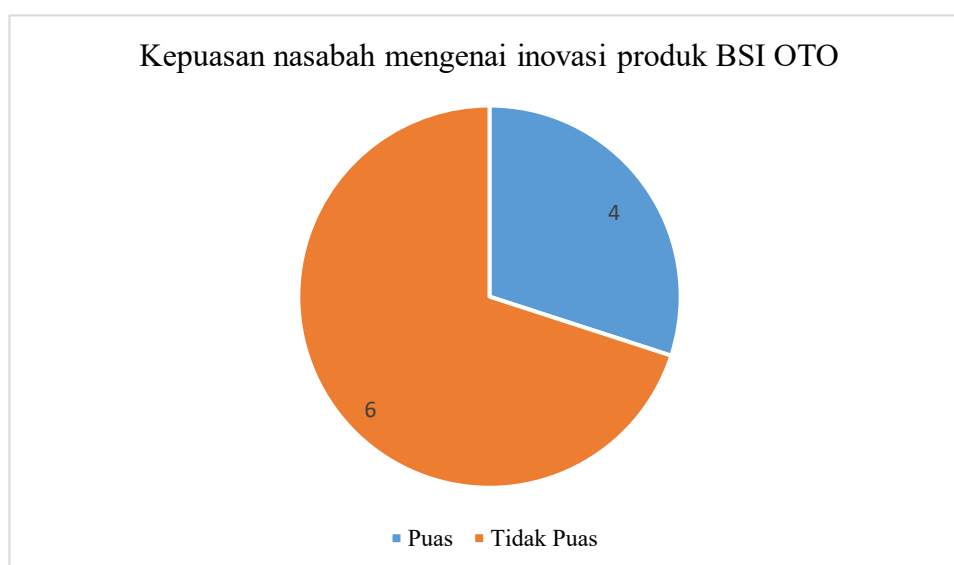
Dari grafik di atas terlihat bahwa pertumbuhan pembiayaan Murabahah mengalami peningkatan setiap tahun selama periode 2015-2019. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat Indonesia semakin tertarik menggunakan pembiayaan Murabahah dari waktu ke waktu. Berdasarkan informasi dari Otoritas Pengawas Keuangan (OJK), juga

dijelaskan bahwa tren pembiayaan yang diberikan dalam lima tahun terakhir yang terus meningkat menunjukkan adanya penurunan nilai pembiayaan murabahah pada bank syariah sebesar 3,18%. (OJK, 2019).

Pengembangan produk adalah proses yang kompleks karena proses ini menghadapi berbagai tantangan baik dari internal maupun eksternal perusahaan. Dalam situasi ini, produk sudah mencapai titik jenuh di pasar, disebabkan oleh perusahaan yang terus memasarkan produknya lama, dan perusahaan itu kalah bersaing dengan pesaing yang mampu melakukan pengembangan produknya sendiri. Inovasi produk di BSI Syariah termasuk dalam kategori rendah, sehingga menyebabkan nasabah merasa jenuh (Idris, 2016).

Peneliti melakukan pra observasi wawancara kepada 10 nasabah BSI KCP Jatibarang mengenai kepuasan dalam inovasi produk BSI OTO, dan hasilnya sebagai berikut:

**Gambar 2. Tingkat Kepuasan Nasabah Mengenai Inovasi Produk BSI OTO di BSI KCP Jatibarang**



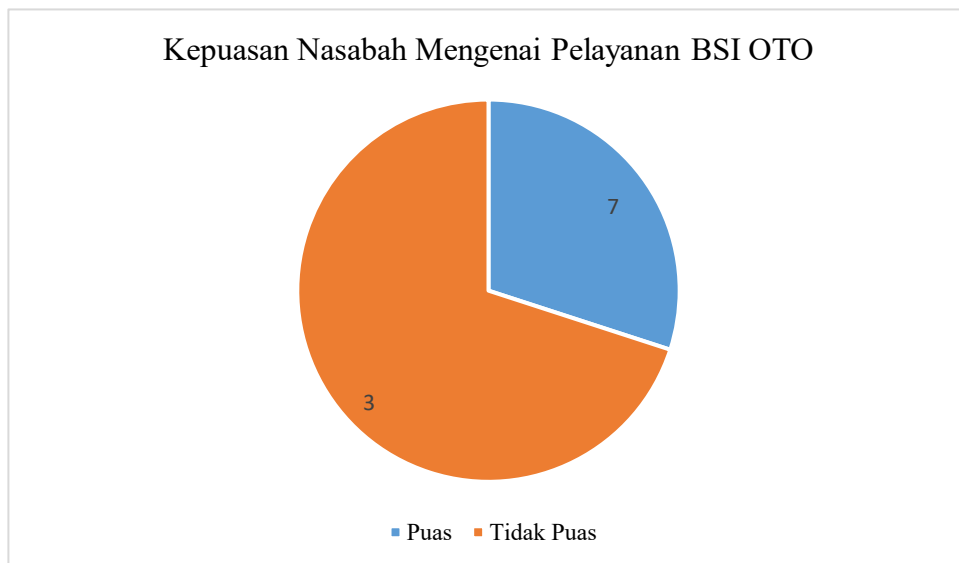
Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Dari grafik di atas, sangat jelas bahwa 4 orang merasa puas dengan inovasi produk BSI OTO di BSI KCP Jatibarang. Sementara itu, 6 orang merasa tidak puas dengan produk inovasi di BSI KCP Jatibarang. Dari hasil tersebut, dapat dilihat dengan jelas bahwa sebagian besar responden merasa tidak puas dengan inovasi produk di BSI OTO di BSI KCP Jatibarang.

Selain tingkat inovasi produk yang berpengaruh pada kepuasan nasabah, faktor lain yang mempengaruhi nasabah adalah kualitas pelayanan, terutama yang berkaitan dengan proses pelayanan pembiayaan yang belum optimal atau belum memenuhi ekspektasi yang diharapkan oleh nasabah, seperti proses administrasi yang belum efisien dan layanan yang menggunakan teknologi yang terbatas. Dalam konteks persaingan yang ketat, layanan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Layanan yang

baik memberikan dampak yang kuat terhadap kepuasan nasabah dan menciptakan aspek positif bagi perusahaan (Sovia, 2023).

**Gambar 3. Tingkat Kepuasan Nasabah Mengenai Pelayanan BSI OTO di BSI KCP Jatibarang**



Sumber : Olahan Peneliti(2024)

Dari grafik di atas, tampak jelas bahwa 7 orang merasa puas terhadap pelayanan BSI OTO di BSI KCP Jatibarang. Sementara itu, 3 orang merasa tidak puas dengan pelayanan di BSI KCP Jatibarang. Dari hasil tersebut, tampak jelas bahwa sebagian besar responden merasa puas dengan pelayanan pembiayaan yang diberikan oleh BSI OTO di BSI KCP Jatibarang.

Setiap perusahaan berusaha untuk melakukan inovasi produk agar dapat bertahan dan berkembang. Salah satu hal yang menghambat pengembangan produk baru adalah minimnya usaha untuk mempromosikan inovasi produk atau perubahan pembiayaan produk kepada nasabah, yang dapat mengurangi pemahaman dan penerimaan terhadap produk baru. Selain itu, pembiayaan produk yang kurang inovatif dan tidak memenuhi kebutuhan pasar juga dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Inovasi produk tidak hanya fokus pada teknologi tetapi juga kebutuhan pasar akan memperkuat daya saing perusahaan (Hadi, 2023).

Selain inovasi produk, kualitas pelayanan juga merupakan elemen penting dalam kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan menitikberatkan pada usaha menciptakan kemudahan bagi nasabah sehingga nasabah merasakan memperoleh nilai lebih dari yang diharapkan. Fenomena yang berhubungan dengan kualitas pelayanan adalah penyediaan layanan yang belum optimal atau belum memenuhi standar yang diinginkan nasabah, seperti proses administrasi yang belum efisien atau layanan teknologi yang terbatas. Hal ini dapat menyebabkan ketidakpuasan nasabah dan mengurangi kepercayaan serta citra bank secara keseluruhan terhadap layanan yang diberikan (Sulaiman, 2023).

Menurut Syafi'i Antonio (2021), Murabahah adalah transaksi jual beli di mana bank yang berperan sebagai penjual kepada nasabah setelah menerima barang dengan harga tertentu, dengan tujuan untuk membantu nasabah sesuai dengan prinsip syariah. Selama perusahaan dapat melakukan aktivitas tertentu lebih baik dibandingkan pesaingnya, maka perusahaan tersebut akan memiliki keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu memuaskan nasabah melalui produk dan layanan yang disediakan. Misalnya saja inovasi yang ada di BSI KCP Jatibarang adalah produk pembiayaan kendaraan bermotor dengan akad Murabahah yang dikenal dengan BSI OTO.

Produk pembiayaan BSI OTO saat ini menjadi salah satu produk unggulan lembaga pembiayaan dengan akad Murabahah yaitu transaksi jual beli di mana margin keuntungan telah disetujui sebelumnya, sehingga nasabah dapat dengan mudah mendapatkan kendaraan bermotor sesuai dengan prinsip syariah. BSI OTO mampu memenuhi kebutuhan pembiayaan kendaraan bermotor yang mengalami inovasi dari dulu hingga sekarang. Dulu hanya fokus pada pembiayaan kendaraan umum melalui skema joint finance dengan PT Mandiri Utama Finance Syariah (MUF), pengajuan pembiayaan juga masih manual dan kurang fleksibel. Saat ini BSI OTO mengembangkan produknya dengan menawarkan promo BSI OTO Glow untuk pembiayaan kendaraan listrik dan menawarkan pengajuan online, tenor pembiayaan lebih beragam, dan berbagai kemudahan lainnya, seperti fasilitas autodebet dari tabungan BSI. Namun di beberapa kantor cabang BSI, Inovasi produk pada pembiayaan BSI OTO belum begitu dikenal oleh masyarakat. Hal ini disebabkan oleh sistem perbankan syariah di Indonesia yang masih dianggap baru dan belum optimalnya memasarkan produknya kepada calon nasabah (Ningsih, 2023).

**Tabel 1. Data Nasabah Pembiayaan BSI OTO  
Di BSI KCP Jatibarang**

<b>Tahun</b>	<b>Nasabah</b>
2021	14
2022	13
2023	15
2024/bulan Agustus	10

(Sumber: Survei peneliti pada bulan September 2024 di BSI KCP Jatibarang.)

Dari data di atas, jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan kendaraan bermotor dengan produk BSI OTO di BSI KCP Jatibarang menunjukkan dengan penurunan sebesar 7,14% dari 14 nasabah di tahun 2021 menjadi 13 nasabah di tahun 2022 kemudian meningkat sebesar 15,38% menjadi 15 nasabah pada tahun 2023. Namun pada tahun 2024 (sampai dengan bulan Agustus), jumlah nasabah kembali mengalami penurunan sebesar 33,33% menjadi 10 nasabah. Penurunan ini mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti situasi perekonomian yang belum sepenuhnya stabil, kebijakan perbankan internal yang semakin ketat, serta perubahan preferensi nasabah terhadap produk pembiayaan yang ditawarkan.

Tingkat kepuasan nasabah terhadap produk atau jasa adalah gambaran keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya. Namun, memuaskan nasabah bukanlah tugas yang sederhana karena adanya persaingan yang ketat dan perubahan kondisi sosial yang mempengaruhi perilaku nasabah serta pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Dengan menerapkan bauran pemasaran yang terpadu, termasuk inovasi produk dan pelayanan, kepuasan nasabah dapat ditingkatkan. Sementara itu, pengukuran kepuasan nasabah akan lebih memusatkan perhatian pada kualitas produk dan jasa yang ditawarkan (Setiawan, 2023).

Kepuasan nasabah dalam pembiayaan dengan akad Murabahah di BSI dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti terbatasnya inovasi produk, kualitas pelayanan, dan pemahaman nasabah terhadap produk yang ditawarkan. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah, hendaknya BSI lebih memperhatikan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, meningkatkan kualitas layanan, dan memberikan informasi yang cukup mengenai akad Murabahah (Rahmawati, 2023).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis berminat untuk mengkaji pengaruh inovasi produk dan pelayanan pembiayaan BSI OTO dengan akad Murabahah terhadap tingkat kepuasan nasabah. Penulis ingin memahami bagaimana perkembangan inovasi produk dan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

Beberapa penelitian sebelumnya memiliki research gap, di antaranya adalah kurangnya pemahaman khusus dalam menganalisis pengaruh antara inovasi produk dan pelayanan pembiayaan terhadap tingkat kepuasan nasabah. Banyak penelitian sebelumnya hanya menitikberatkan pada satu aspek saja, sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris baru tentang inovasi produk pembiayaan, inovasi pelayanan dan bagaimana keduanya memberikan kepuasan terhadap nasabah BSI KCP Jatibarang.

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Teori Dasar**

#### **1. Inovasi Produk**

Menurut Hills, Gerald dalam jurnal (Susi Indriyani, 2023), inovasi diartikan sebagai suatu gagasan, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau pengguna lainnya. Sebaliknya, inovasi juga sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam memecahkan masalah serta meningkatkan dan memperkaya kehidupan.

Dari definisi inovasi produk di atas, secara umum dapat disimpulkan bahwa inovasi produk adalah pengembangan gagasan baru, produk baru, atau teknologi baru untuk memenuhi kebutuhan pasar, meningkatkan kualitas, dan menawarkan solusi yang lebih baik. Tujuannya adalah untuk meningkatkan daya saing dan keberhasilan bisnis.

Masing-masing indikator tersebut dijelaskan sebagai berikut (Dhewanto, 2020) : Fitur Produk, Desain Produk dan Kualitas produk.

## **2. Pelayanan**

Menurut Philip Kotler dalam majalah (Nashar, 2020), pelayanan adalah suatu kegiatan yang memberikan manfaat bagi pihak lain atau menyediakan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tanpa meninggalkan bekas bagi penerimanya.

Dari pengertian istilah “pelayanan” di atas, secara umum dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah melalui interaksi yang baik dengan memperhatikan aspek-aspek seperti kecepatan, ketepatan dan ketepatan waktu, keaslian, empati, dan aksesibilitas. Kualitas layanan juga mencakup faktor emosional, keberlanjutan, dan pemanfaatan teknologi untuk menciptakan pengalaman nasabah yang memuaskan.

Dimensi kualitas pelayanan menurut Fandy Tjiptono terdiri atas lima dimensi, yaitu (Tjiptono, 2021) : Bukti fisik (tangible), Keandalan (Reliability), Ketanggapan (Responsiveness), Jaminan (assurance) dan Empati (empathy).

## **3. Pembiayaan BSI OTO**

Menurut Ahmadiono, pembiayaan adalah penyediaan dana oleh bank syariah untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya melalui akad mudharabah, syirkah, murabahah, istihna, salam, ijarah atau gadai (Ahmadiono, 2022). Dalam penelitian ini, peneliti membatasi hanya memakai pembiayaan akad murabahah.

Menurut Abdul Aziz, Murabahah adalah akad jual beli suatu barang, dimana penjual memberitahukan harga barang tersebut kepada pembeli, kemudian menjualnya kepada pembeli dengan harapan mendapatkan keuntungan tertentu (Aziz, 2021).

BSI OTO merupakan pembiayaan yang diberikan oleh PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) untuk memenuhi kebutuhan kepemilikan kendaraan bermotor nasabah. Operasi keuangan BSI OTO menggunakan kontrak Murabahah dengan sistem perdagangan yang mematuhi prinsip-prinsip hukum Syariah.

Proses pembiayaan BSI OTO dengan akad Murabahah adalah pihak bank terlebih dahulu membeli mobil sesuai spesifikasi yang diminta nasabah dari pemilik asli (dealer) secara tunai, kemudian menjual kembali mobil tersebut kepada nasabah dengan harga jual sebesar harga beli dari pemilik asli (dealer) ditambah margin keuntungan bagi bank.

## **4. Tingkat Kepuasan Nasabah**

Kepuasan merupakan perasaan yang dirasakan nasabah ketika mengalami rasa senang atau kecewa saat membandingkan kinerja suatu produk dan jasa dengan apa yang diharapkan (Fahira, 2022).

Kepuasan nasabah sangat penting bagi kelangsungan perusahaan, terutama di bidang jasa. Tujuan perusahaan jasa tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga memenuhi kepuasan nasabah melalui kualitas dan layanan. Kepuasan nasabah bergantung pada perbandingan antara kebutuhan mereka dengan kinerja yang dirasakan. Jika kinerja tidak sesuai harapan, nasabah tidak puas, jika sesuai harapan, mereka puas, dan jika melebihi harapan, mereka sangat puas dan Mengetahui kepuasan nasabah merupakan sesuatu yang ingin ditingkatkan oleh perusahaan di masa mendatang.

Menurut Tjiptono, indikator kepuasan pelanggan meliputi (Kolter, 2019) : Pembelian kembali, Menghasilkan pembicaraan dari mulut ke mulut, Mengembangkan identitas merek, Mengambil keputusan untuk melakukan pembelian di perusahaan yang sama dan Tingkat kepuasan total terhadap produk.

## **B. Kerangka Berpikir dan Pengembangan Hipotesis**

### **1. Hubungan Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di Bank Syariah**

Hasil penelitian (Chici Oktaviana, 2021), (Zuliani Fitra, 2022), (Ismayli, Zulkifli, 2020) menyimpulkan bahwa pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap nasabah.

**H<sub>1</sub>**: Inovasi produk BSI OTO terdapat pengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di BSI KCP Jatibarang.

**H<sub>01</sub>**:Inovasi produk BSI OTO tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di BSI KCP Jatibarang.

### **2. Hubungan Pengaruh Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di Bank Syariah.**

Berdasarkan hasil penelitian (Abdul Rahman, 2018), (Bakia Sarmita Utari Siregar, 2021), (Nur Isna Fauziah Latif, 2023) menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah.

**H<sub>2</sub>**: Pelayanan BSI OTO terdapat pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di BSI KCP Jatibarang.

**H<sub>02</sub>**: Pelayanan BSI OTO tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di BSI KCP Jatibarang

### **3. Hubungan Pengaruh Inovasi Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Penelitian oleh (Susi Indriyani, dkk, 2023), (Arlin Khozinatud Durriyah, dkk, 2023) dan (Gusti Nadia Mahadinda, dkk, 2024) menyimpulkan bahwa pengaruh inovasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen atau pelanggan memberikan dampak yang positif bagi pelanggan.

**H<sub>3</sub>**: Inovasi Produk dan Pelayanan BSI OTO terdapat pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di BSI KCP Jatibarang.

**H<sub>03</sub>**: Inovasi Produk dan Pelayanan BSI OTO tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di BSI KCP Jatibarang

**III. METODE PENELITIAN**

Sasaran penelitian ini adalah melakukan survei dan penyebaran angket kepada nasabah di BSI KCP Jatibarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dalam penelitian ini, penelitian lapangan dilakukan dengan cara meneliti secara langsung objek yang akan diteliti yaitu nasabah BSI KCP Jatibarang. Menggunakan Data Primer.

Populasi berjumlah 50 nasabah, Sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik sampling jenuh. Teknik Pengumpulan data dengan Observasi, Kuesioner, Wawancara dan Dokumentasi. Teknik analisis data dengan Uji Instrume (Uji Validitas, Uji Reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolonieritas, Uji Heterokedastisitas), Uji Statistik (Analisis Regresi Linear Berganda), Uji Hipotesis (Uji t, Uji f dan Uji R<sup>2</sup>).

**III.HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan One Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Keputusan diambil berdasarkan nilai 2-tailed; jika nilainya >0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas, dan sebaliknya. Berikut adalah hasil uji normalitas :

**Tabel 2. Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardize d Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.81464755
Most Differences	Extreme Absolute	.094
	Positive	.062
	Negative	-.094
Test Statistic		.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil diolah melalui SPSS 22, 2025

Dari tabel 2 Kolmogorof Smirnof diperoleh nilai Asym sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Maka  $0,200 > 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Jika nilai VIF  $< 10,00$  maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolonieritas dan jika nilai Tolerance  $> 0,10$  maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolonieritas. Berikut adalah hasil uji multikolinieritas :

**Tabel 3. Uji Multikolinieritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Inovasi Produk	.299	3.340
	Pelayanan	.299	3.340

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil diolah melalui SPSS 22, 2025

Berdasarkan tabel 3 hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa variabel inovasi produk dan pelayanan memperoleh nilai Tolerance  $0,299 > 0,10$ , dan nilai VIF  $3,340 < 10$ . Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada masing-masing variabel dalam penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Jika nilai signifikansinya di atas ( $>$ ) tingkat kepercayaan 5% (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dan jika nilai signifikansinya di bawah ( $<$ )5% (0.05), dapat disimpulkan bahwa terdapat heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil uji heteroskedistisitas :

**Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas**

**Correlations**

			X1	X2	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1,000	.724**	,016
		Sig. (2-tailed)		,000	,912
		N	50	50	50
	X2	Correlation Coefficient	.724**	1,000	-,016
		Sig. (2-tailed)	,000		,910
		N	50	50	50

Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,016	-,016	1,000
	Sig. (2-tailed)	,912	,910	
	N	50	50	50

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

Sumber : Data diolah dengan SPSS 22, 2025

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas pada variabel inovasi produk memiliki nilai signifikansi  $0,912 > 0,05$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dan pada variabel pelayanan memiliki nilai signifikansi  $0,910 > 0,05$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

B. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, variabel bebas yang digunakan adalah inovasi produk (X1), pelayanan (X2) dependennya yaitu tingkat kepuasan nasabah (Y). Model perhitungan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

**Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	1.115	2.781		.401	.690			
	Inovasi Produk	.341	.158	.247	2.161	.036	.822	.301	.135
	Pelayanan	.694	.115	.687	6.015	.000	.893	.660	.376

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil olah SPSS 22, 2025

Dari tabel 5 dapat diketahui:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \mu$$

$$Y = 1.115 + 0.341 + 0.694 + \mu$$

Dari tabel 5 diatas bisa diketahui hasil uji pengaruh (%) individual dari variabel X1 terhadap Y dan X2 terhadap Y adalah sebagai berikut:

$$R X1 = 0,247 \times 0,822 = 20.2\%$$

$$R X2 = 0,687 \times 0,893 = 61.3\%$$

Dari perhitungan yang dilakukan dapat diketahui hasil pengujian pengaruh individual variabel inovasi produk (X1) terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y) sebesar 20.2%. Sedangkan hasil uji pengaruh individual variabel pelayanan (X2) terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y) sebesar 61.3%.

C. Uji Hipotesis

a. Uji t

Pada pengujian ini perlu ditentukan degree of freedom yang dihitung dengan rumus  $df = n - k$ , dengan signifikansi 0,05. Dimana  $n$  = banyaknya data dan  $k$  = jumlah dari banyaknya variabel X dan Y. Maka, dalam penelitian ini  $df = n - k$  atau  $df = 50 - 3 = 47$  dengan signifikansi 0,05 diperoleh ttabel sebesar 1,678. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 6. Uji t Parsial**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.115	2.781		.401	.690
	Inovasi Produk	.341	.158	.247	2.161	.036
	Pelayanan	.694	.115	.687	6.015	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil olah melalui SPSS 22, 2025

Berdasarkan tabel hasil uji t di atas, untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut:

- 1) Pengaruh Variabel inovasi produk (X1) terhadap Tingkat kepuasan nasabah (Y)  
 Pada tabel tersebut diperoleh nilai t hitung untuk variabel inovasi produk sebesar 2,161 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,678. Oleh karena itu, diketahui bahwa thitung (2.161) > ttabel (1.678) dan nilai signifikansi yaitu 0.036 < 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel inovasi produk terhadap tingkat kepuasan nasabah tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah.
- 2) Pengaruh Variabel Pelayanan (X2) terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y)  
 Pada tabel nilai t hitung untuk variabel lokasi sebesar 6.015 sedangkan nilai t tabel sebesar 1.678. Maka, diketahui thitung (6.015) > ttabel (1.678) dan nilai

signifikansi  $0.000 < 0.05$ . sehingga dapat disimpulkan secara parsial variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah.

b. Uji f

Dalam pengujian ini perlu menentukan degree of freedom yang ditentukan dengan rumus  $df_1 (N_1) = K-1$  dan  $df_2 (N_2) = n-k$ , dengan signifikansi 0,05. Dimana  $n$  = banyaknya data dan  $k$  = jumlah dari banyaknya variabel X dan Y. Maka, dalam penelitian ini  $df_1 (N_1) = K-1 = 3-1 = 2$  dan  $df_2 (N_2) = 50-3 = 47$  dengan signifikansi 0,05 diperoleh Ftabel sebesar 3,20. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 7. Uji f Simultan**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	717.926	2	358.963	104.560	.000 <sup>b</sup>
	Residual	161.354	47	3.433		
	Total	879.280	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Inovasi Produk

Sumber: diolah melalui SPSS 22, 2025

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada uji f yaitu  $0.000 < 0,05$ . Selain itu, nilai Fhitung pada tabel di atas sebesar  $104.560 >$  nilai Ftabel yaitu 3,20. Oleh karena itu, berdasarkan hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi produk ( $X_1$ ), pelayanan ( $X_2$ ) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y).

c. Uji R<sup>2</sup>

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel bebas inovasi produk ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ) dapat menjelaskan variasi pada variabel terikat kepuasan pelanggan (Y). Koefisien determinasi terletak di antara 0 dan 1. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel terikat.

**Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.904 <sup>a</sup>	.816	.809	1.853

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Inovasi Produk

Sumber : Hasil olah melalui SPSS 22, 2025

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan bahwa nilai (R Square) adalah 0,816 atau 81,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu inovasi produk (X<sub>1</sub>) dan pelayanan (X<sub>2</sub>) dalam penelitian ini mampu mempengaruhi variabel terikat tingkat kepuasan pelanggan (Y) sebesar 81,6%. Sementara itu, sisanya sebesar 18,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

**IV. Pembahasan**

**1. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di BSI KCP Jatibarang**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan pengujian secara parsial dengan uji t, mengenai pengaruh inovasi produk terhadap tingkat kepuasan nasabah di BSI KCP Jatibarang dapat dinyatakan berpengaruh, karena berdasarkan tabel uji t coefficients diperoleh nilai thitung variabel inovasi produk sebesar 2.161 dan Sighthitung sebesar 0,036. Berdasarkan hasil tersebut maka nilai thitung 2.161 > ttabel 1.678 sehingga hal tersebut dapat dinyatakan bahwa H<sub>01</sub> ditolak dan H<sub>a1</sub> diterima. Hal ini diikuti dengan pernyataan Sighthitung 0,036 < 0,05 maka H<sub>01</sub> ditolak dan H<sub>a1</sub> diterima. Yang artinya variabel inovasi produk (X<sub>1</sub>) terdapat pengaruh signifikan secara parsial terhadap tingkat kepuasan nasabah. Sedangkan untuk uji individual dapat diketahui melalui hasil uji variabel inovasi produk terhadap tingkat kepuasan nasabah sebesar 20,2%, yang berarti bahwa inovasi produk (X<sub>1</sub>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y). Dengan demikian dari pembahasan diatas menunjukkan bahwa inovasi produk dapat memberikan perubahan bagi BSI KCP Jatibarang dalam meningkatkan tingkat kepuasan nasabah.

**2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Di BSI KCP Jatibarang**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan pengujian secara parsial dengan uji t, mengenai pengaruh pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah di BSI KCP Jatibarang dapat dinyatakan berpengaruh, karena berdasarkan tabel uji t coefficients diperoleh nilai thitung variabel pelayanan sebesar 6.015 dan Sighthitung sebesar 0,000. Berdasarkan hasil tersebut maka nilai thitung 6.015 > ttabel 1.678 sehingga hal tersebut dapat dinyatakan bahwa H<sub>02</sub> ditolak dan H<sub>a2</sub> diterima. Hal ini

diikuti dengan pernyataan Sighthitung  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Yang artinya variabel pelayanan terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap tingkat kepuasan nasabah di BSI KCP Jatibarang. Sedangkan untuk uji individual dapat diketahui melalui hasil uji variabel lokasi terhadap minat masyarakat bertransaksi sebesar 61.3%, yang berarti bahwa pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah ( $Y$ ).

### **3. Pengaruh Inovasi Produk dan Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di BSI KCP Jatibarang**

Berdasarkan hasil penelitian analisis regresi linear berganda antara variabel inovasi produk ( $X_1$ ) dan variabel pelayanan ( $X_2$ ) terhadap tingkat kepuasan nasabah ( $Y$ ) diperoleh persamaan regresi  $Y = 1.115 + 0.341X_1 + 0.694X_2 + \mu$  menyatakan bahwa nilai bilangan konstanta bernilai positif yang berarti jika variabel inovasi produk ( $X_1$ ), pelayanan ( $X_2$ ) sama dengan nol (0) maka, tingkat kepuasan nasabah ( $Y$ ) akan bernilai 1.115. selain itu dibuktikan juga dengan menggunakan pengujian uji F simultan, diperoleh hasil Fhitung pada tabel di atas sebesar 104.560 dengan nilai tingkat signifikasnsi 0,000. sehingga dapat di simpulkan bahwa nilai Fhitung 104.560 > nilai Ftabel yaitu 3,20 dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Diperkuat dengan nilai Sighthitung  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian maka variabel inovasi produk ( $X_1$ ) dan variabel pelayanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap variabel tingkat kepuasan nasabah ( $Y$ ) di BSI KCP Jatibarang.

Kemudian didukung dengan hasil uji koefisien determinasi yang diperoleh nilai  $R = 0,816$  atau 81,6%. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel bebas yaitu inovasi produk ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ) dalam penelitian secara simultan mampu mempengaruhi variabel dependen tingkat kepuasan nasabah ( $Y$ ) sebanyak 81,6%. Sedangkan sisanya sebanyak 18,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian.

Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel inovasi produk dan variabel pelayanan secara simultan terhadap tingkat kepuasan nasabah di BSI KCP Jatibarang.

## **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Dari hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan dalam penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan yaitu

1. Inovasi Produk BSI OTO memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di BSI KCP Jatibarang sebesar 20,2%.

2. Pelayanan BSI OTO memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di BSI KCP Jatibarang sebesar 61,3%.
3. Inovasi Produk dan Pelayanan BSI OTO secara bersamaan memberikan pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di BSI KCP Jatibarang sebesar 81,6%.

#### **B. Saran**

1. Sebaiknya pengenalan produk inovasi dan keunggulan produk terhadap pelayanan yang disediakan di BSI KCP Jatibarang lebih banyak diperkenalkan melalui internet agar menarik perhatian konsumen/nasabah.
2. Diharapkan BSI KCP Jatibarang untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas pelayanan yang dimaksud adalah mampu menagani keluhan dan sebagainya. Hal ini disebabkan karena kepuasan nasabah merupakan hal yang penting, sehingga ke depannya akan berdampak positif terhadap perusahaan.
3. Diharapkan BSI KCP Jatibarang lebih memperhatikan dan lebih banyak mengembangkan inovasi produk agar tidak menjadi produk yang monoton dan meningkatkan kualitas pelayanan agar nasabah semakin puas dan untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain untuk menghasilkan gambaran yang luas lagi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Amin, Nur Fadilah, Sabaruddin Garancang, And Kamaluddin Abunawas. 2023. "Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian." *Pilar* 14, No. 1: 15-31.
- Arlin Khozinatud Durriyah. 2023. "Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Kopi Kenangan The Avenue Merr Surabaya." *SEIKO (Journal of Management & Business)* 6, No. 1: 693-705.
- Ascarya. 2021. "Akad dan Produk Bank Syariah." *Jurnal Raja Grafindo Persada*, 82.
- Asnawati, Herning Indriastuti. 2022. "Analisis Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran." *Jurnal CV Literasi Nusantara Abadi*, 9.
- Arya, Dimas, Laila Rochmawati, And Imam Sonhaji. 2020. "Koefisien Korelasi (R) Dan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)." *Jurnal Penelitian* 5, No. 4: 289-96.
- Endah Prihartini. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Majalengka)." *Jurnal Co-Management* 1, No. 3 : 291.
- Fahira, Azkia. 2022. "Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Nasabah Bank Sumut Syariah." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 15, No. 1 : 250.
- Fauzan. 2023. "Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada industri kecil menengah konveksi di Kecamatan Tanah Merah Kabupaten Bangkalan)." *Oikos (Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi)* 7, No. 2 : 3.
- Guffron Abdul Aziz, Mukhammad Roni, Taufiq Anshori. 2020. "Pengaruh Keunggulan Produk Pembiayaan Murabahah Rahn Dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Dengan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BPR Syariah Lantabur Tebuireng Kantor Cabang Gresik." *Journal of Sharia Economics* 2, No. 2 : 93-108.
- Gusti Nadia Mahadinda, Azhar, Anjur Perkasa Alam. 2024. "Analisis Pengaruh Inovasi Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pangkalan Brandan." *JEKSya (Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah)* 3, No. 2 : 936-951.

- Hadi. 2023. "Inovasi Produk dan Daya Saing Perusahaan di Era Digital." *Jurnal Manajemen Indonesia*, 45-58.
- Ismayli, Zulkifli. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Prosedur Pembiayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Baitul Qiradh Syariah Peusangan Kabupaten Bireuen)." *Jurnal JRR* 2, No. 2 : 20-30.
- Khiliatul Jannah, Sofi Faiqotul Hikmah, Indana Almas Azhar. 2022. "Pengaruh Margin Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Anggota Pada Pembiayaan Murabahah Di BMT Muamalat Kalibaru Kabupaten Banyuwangi." *JPSDa (Jurnal Perbankan Syariah Darussalam)* 2, No. 2 : 208-219.
- Masykur. 2023. "Perbankan Syariah di Indonesia: Prinsip, Praktik, dan Pengaruhnya terhadap Perekonomian."
- Muhammad Agung, Hendra. 2023. "Inovasi Produk Dalam Konteks Pemasaran Internasional: Strategi Dan Implementasi." *Jurnal Minfo Polgan* 12, No. 2 : 2524.
- Mujizatullah. 2018. "Kebijakan Dan Pelayanan Pembiayaan Murabahah Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah." *J-HES (Jurnal Hukum Ekonomi Syariah)* 2, | No. 1 : 1-13.
- Mutmainah Juniawati. 2020. "Manajemen Pendanaan Dan Jasa Perbankan Syariah. *Pascasarjana IAIN Metro.*" 273.
- Nashar. 2020. "Kualitas Pelayanan Akan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat."
- Nasir Maruf. 2024. "Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Citra Merek Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian." *JIMEA (Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* 8, No. 2 : 1318.
- Ningsih, Rahmawati. 2023. "Pemasaran Produk Perbankan Syariah dan Tantangannya dalam Meningkatkan Penerimaan Masyarakat." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 88-101.
- Novi Latifah, Faisal Rakhman, Ricky Hamzah. 2024. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah." *EL-ECOSY (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam)* 4, No. 1: 84-94.
- Perseroan, S. "Sejarah Bank BSI di Indonesia." *PT Bank Syariah Indonesia Kantor Pusat Gedung The Tower, Jl. Gatot Subroto No. 27 Kelurahan Karet Semanggi, Kecamatan Setia budi, Jakarta Selatan* 1: 293.
- Prihartini, Endah. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Majalengka)." *Jurnal Co-Management* 1, No. 3 : 289-299.
- Putra. 2021. "Manajemen Pembiayaan Bank Syariah."
- Putri Hardianti Rukmana. 2019. "Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. BNI Syariah Kota Medan" Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Qodarillah Siti. 2019. "Pengaruh Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus di KSPPS Annajah Solution Indonesia)." *El-Mal (Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam)* 2 No. 1 : 1-17.
- Rahma. 2023. "Inovasi dalam Bisnis Halal." *Alkasb (Journal of Islamic Economis published by Departement of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, Annuqayah Institute of Islamic Sciences, Sumenep)* 2, No. 2 : 109-110.
- Rahmawati. 2023. "Pemasaran Produk Perbankan Syariah dan Tantangannya dalam Meningkatkan Penerimaan Masyarakat." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 88-101.
- Rangkuti, Freddy. 2017. "Customer Care Excellent Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja." *Jurnal Gramedia Pustaka Utama*, 46.
- Ratnasari, Fitria Solahika Salma, Ririn Tri. 2021. "Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Surabaya." *JESTT (Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga)* 2, No. 4 : 6.
- Setiawan, Purnama. 2023. "Analisis Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan Pembiayaan Syariah di Bank Syariah." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 33-45.
- Siyoto, Sandu, And Muhammad Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.

- Sudarsono. 2023. "Perbankan Syariah di Indonesia: Prinsip dan Praktik Pembiayaan."
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, Anggraeni. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Lembaga Keuangan." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 78-92.
- Sulistiyono, Sulistiyono, And Wiwik Sulistiyowati. 2018. "Peramalan Produksi Dengan Metode Regresi Linier Berganda." *Prozima (Productivity, Optimization And Manufacturing System Engineering)* 1, No. 2: 82-89
- Susi Indriyani, Desi Derina Yusda, Helmita. 2023. "Pengaruh Pelayanan Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Geprek Benu Lampung." *EKOMBIS Sains (Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis)* 8, No. 1 : 59-67.
- Timur. 2019. "Jual Beli Pakaian Sekolah dalam Perspektif Ekonomi Syariah di Pusat Niaga Palopo." *Journal Of Institution and Sharia Finance* 2, No. 2 : 156.
- Tjiptono. 2021. "Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen."
- Wiroso. 2022. "Produk Perbankan Syariah." *Jurnal LPFEI Usakti*, 166.
- Yerizal. 2024. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada ECommerce." *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan* 5, No. 01 : 4.
- Zimmerer. 2021. "Kewirausahaan dan Managemen Usaha Kecil." *Jurnal Salemba empat*, 57.