

***ISLAMIC SERVICE QUALITY* DAN PENGARUHNYA
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(Suatu Kasus pada Nasabah Pembiayaan Mikro di BSI Jawa
Barat Tahun 2024)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Oleh:

Allysa Zahra Hershafira

2004963

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2024**

***ISLAMIC SERVICE QUALITY DAN PENGARUHNYA TERHADAP
KEPUASAN NASABAH***
**(Suatu Kasus pada Nasabah Pembiayaan Mikro di BSI Jawa Barat Tahun
2024)**

Oleh:
Allysa Zahra Hershafira

Sebuah Skripsi yang Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

© Allysa Zahra Hershafira
Universitas Pendidikan Indonesia
Juli 2024

Hak cipta dilindungi undang-undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak secara keseluruhan atau sebagian, dicetak
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa seizin penulis.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "*Islamic Service Quality dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah (Suatu Kasus pada Nasabah Pembiayaan Mikro di BSI Jawa Barat Tahun 2024)*" ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Juli 2024
Yang Membuat Pernyataan,



Allysa Zahra Hershafira
NIM. 2004963



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM

Jl. Dr. Setiabudi No. 229 Bandung 40154 Telp (022) 2001619,2002091,2002189 Fax (022)2001621
Homepage <http://www.upi.edu> - Email. ilmuekonomi_fpeb@upi.edu

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI

Tanggal Ujian Sidang : 26 Juli 2024
Nama Mahasiswa : Allysa Zahra Hershafira
NIM : 2004963
Judul Skripsi : *Islamic Service Quality* dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah (Suatu Kasus pada Nasabah Pembiayaan Mikro di BSI Jawa Barat Tahun 2024)

Telah direvisi dan disetujui oleh para penguji skripsi:

No.	Penguji Skripsi	Tanda Tangan
1.	Dr. Juliana, M.E.Sy.	
2.	Dra. Heraeni Tonoatmodjo, M.M.	
3.	Rida Rosida, BS., M.Sc.	

Bandung, 08 Agustus 2024

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Dr. Aas Nurasyiah, M.Si.
NIP. 19840607 201404 2 001

Rumaisah Azizah Al Adawiyah, S.E., M.Sc.
NIP. 92020011 994052 4 201

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Dr. Aas Nurasyiah, M.Si.
NIP. 19840607 201404 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : *Islamic Service Quality* dan Pengaruhnya terhadap
Kepuasan Nasabah (Suatu Kasus pada Nasabah Pembiayaan
Mikro di BSI Jawa Barat Tahun 2024)

Penyusun : Allysa Zahra Hershafira

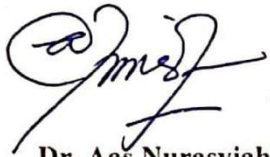
NIM : 2004963

Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Bandung, Juli 2024

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,



Dr. Aas Nurasyiah, M.Si.
NIP. 19840607 201404 2 001



Rumaisah Azizah Al Adawiyah, S.E., M.Sc.
NIP. 92020011 994052 4 201

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Dr. Aas Nurasyiah, M.Si.
NIP. 19840607 201404 2 001

Allysa Zahra Hershafira (2004963) “*Islamic Service Quality dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah*” di bawah bimbingan Dr. Aas Nurasyiah, M.Si. dan Rumaisah Azizah Al-Adawiyah, S.E., M.Sc.

ABSTRAK

Salah satu Bank Syariah di Indonesia adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki produk yang dapat membantu mengatasi permasalahan terkait kurangnya modal usaha untuk UMKM. Penelitian ini berangkat dari adanya permasalahan terkait kepuasan nasabah pembiayaan mikro yang diberikan oleh BSI. Penelitian ini bertujuan untuk melihat kualitas layanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. Kualitas layanan dalam Islam yaitu model CARTER melihat dari beberapa variabel yaitu kepatuhan, jaminan, keandalan, wujud fasilitas, empati, dan daya tanggap yang diberikan oleh Bank Syariah. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui tingkat kepatuhan, tingkat jaminan, tingkat keandalan, tingkat wujud fasilitas, tingkat empati, tingkat daya tanggap terhadap kepuasan nasabah. Subjek dari penelitian ini adalah nasabah pembiayaan mikro BSI di Jawa Barat. Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif kausalitas. Alat analisis yang digunakan yaitu *Partial Least Square – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan aplikasi SmartPLS. Responden dari penelitian ini adalah nasabah pembiayaan mikro BSI di Jawa Barat dengan jumlah 205 responden. Hasil penelitian pada analisis deskriptif menunjukkan bahwa pada variabel *compliance* dan *tangibles* pada kategori sangat tinggi, sedangkan variabel *assurance*, *reliability*, *empathy*, *responsiveness* dan kepuasan pada kategori tinggi. Kemudian hasil penelitian menunjukkan bahwa *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan mikro BSI. Implikasi dari penelitian ini yaitu dapat menjadi pertimbangan, pengetahuan, serta informasi yang berguna bagi para pemangku kepentingan yang terlibat pada sektor perbankan syariah dalam rangka untuk mengembangkan pembiayaan mikro di Bank Syariah menjadi lebih baik.

Kata Kunci: *Kepuasan Nasabah, Kualitas Layanan dalam Islam, Model CARTER, Pembiayaan Mikro*

Allysa Zahra Hershafira (2004963) ***“Islamic Service Quality and its Effect on Customer Satisfaction”*** under the guidance of Dr. Aas Nurasyiah, M.Si. and Rumaisah Azizah Al-Adawiyah, S.E., M.Sc.

ABSTRACT

One of the Islamic banks in Indonesia is Bank Syariah Indonesia (BSI), which has products that can help overcome problems related to the lack of business capital for MSMEs. This research departs from the problems related to microfinance customer satisfaction provided by BSI. This study aims to look at service quality and its effect on customer satisfaction. Service quality in Islam, namely CARTER, is seen from several variables, namely compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, and responsiveness provided by Islamic banks. This study intends to determine the level of compliance, level of assurance, level of reliability, level of tangibles, level of empathy, and level of responsiveness to customer satisfaction. The subjects of this research are BSI microfinance customers in West Java. In this study, the method used was quantitative with descriptive causality research design. The analytical tool used is Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the SmartPLS application. Respondents of this study were BSI microfinance customers in West Java with a total of 205 respondents. The results of the research on descriptive analysis show that the compliance and tangibles variables are in the very high category, while the assurance, reliability, empathy, responsiveness, and customer satisfaction variables are in the high category. Then the results showed that compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, and responsiveness had a positive and significant effect on BSI microfinance customer satisfaction. This research implies that it can be a consideration, knowledge, and useful information for stakeholders involved in the Islamic banking sector to develop microfinance in Islamic banks for the better.

Keywords: *Customer Satisfaction, Islamic Service Quality, CARTER Model, Microfinance*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh,

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan rasa syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. yang telah memberikan nikmat sehat sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan lancar. Skripsi ini disusun dengan judul **“Islamic Service Quality dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah (Suatu Kasus pada Nasabah Pembiayaan Mikro di BSI Jawa Barat Tahun 2024)”**.

Penyusunan skripsi ini tersaji dengan disertai bantuan dari berbagai pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dan tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini. Dalam menyusun skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat kesalahan dan kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dan dapat dijadikan bahan koreksi untuk perbaikan penyusunan skripsi ini.

Bandung, Juli 2024

Allysa Zahra Hershafira

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya penulis dapat melaluinya dengan baik. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari do'a, dukungan, dan bantuan beberapa pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Aas Nurasyiah, M.Si., sebagai Ketua Prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam serta Dosen Pembimbing I dalam penyusunan skripsi yang telah memberikan banyak ilmu, inspirasi, serta motivasi. Terima kasih telah senantiasa membantu, mengarahkan, membimbing, dan memfasilitasi kelancaran studi untuk penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya di Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam sebagai Sarjana Ekonomi. Terima kasih banyak atas segala perhatian dan perjuangan Ibu yang telah mengharumkan Prodi IEKI. Semoga Ibu selalu dilimpahkan keberkahan serta kebahagiaan dunia dan akhirat.
2. Ibu Rumaisah Azizah Al Adawiyah, S.E., M.Sc., sebagai Dosen Pembimbing II dalam penyusunan skripsi yang telah banyak memberikan ilmu, saran, dan masukan agar penulisan dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik. Penulis mengucapkan banyak terima kasih atas waktu, tenaga dan motivasi yang dengan ikhlas membimbing penulis sampai penyusunan skripsi ini selesai. Semoga Ibu selalu dilimpahkan keberkahan serta kebahagiaan dunia dan akhirat.
3. Yang terhormat, Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., M.A., sebagai Rektor Universitas Pendidikan Indonesia dan Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S. sebagai Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan fasilitas untuk mendukung kelancaran studi serta dapat menyelesaikan skripsi penulis di kampus UPI.

4. Ibu Rida Rosida, BS., M.Sc., sebagai Dosen Pembimbing Akademik penulis selama studi S1 di UPI. Terima kasih banyak atas segala bantuan, perhatian, bimbingan, dukungan, motivasi, dan nasihat yang dengan ikhlas telah diberikan kepada penulis hingga penulis bisa menyelesaikan studi. Semoga Ibu selalu dilimpahkan keberkahan serta kebahagiaan dunia dan akhirat.
5. Segenap Dosen Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam: Prof. Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si., Dr. Hilda Monoarfa, M.Si., CFP., Dr. Juliana, M.E.Sy., CFP., Ibu Neni Sri Wulandari, S.Pd., M.Si., Ibu Suci Apriliani Utami, S.Pd., M.E.Sy., Bapak Firmansyah, S.Pd., M.E.Sy., Ibu Rida Rosida, B.Sc., M.Sc., Ibu Aneu Cakhyaneu, S.Pd., M.E.Sy., Ibu Fitrianty Adirestuty, S.Pd., M.Si., Ibu Rumaisah Azizah Al Adawiyah, S.E., M.Sc., CFP., Bapak Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A., Bapak Dea Aryandhana Mulyana Haris, S.AB., ME., RIFA., Bapak Mumuh Muhammad, SE., MA., dan Bapak Syaiful Muhammad Irsyad., B.BA., M.Sc. yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat, pengajaran yang sangat berharga dan dukungan dalam berbagai kegiatan bagi penulis sejak awal perkuliahan hingga akhir studi.
6. Bapak Cecep M. Kurnia yang telah membantu, memberikan ilmu, memberikan nasihat, serta pelajaran kehidupan sehingga penulis menerima banyak pengetahuan dan semangat agar penyelesaian skripsi ini berjalan dengan lancar dan baik.
7. Bapak Hamidin yaitu Staff Administrasi Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah banyak membantu dalam pembuatan surat-surat izin dan mengurus keperluan untuk sidang. Semoga Allah Swt. senantiasa memberikan keberkahan serta kebahagiaan dunia dan akhirat bagi Bapak dan keluarga.
8. Orang tua tersayang dan tercinta, Bapak Tonny Gustiana Djuandi dan Ibu Hersribayu Sedini yang senantiasa memberikan do'a, kasih sayang, dukungan, motivasi, dan arahan yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi sehingga mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam. Terima kasih yang tak terhingga, semoga selalu dalam lindungan Allah Swt.,

diberikan kesehatan dan keberkahan, diluaskan rezekinya, dimudahkan untuk segala urusannya, serta diberikan kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat, aamiin.

9. Adik kandung penulis, yaitu Daffa Ali Herfadillah yang selalu memberikan do'a, semangat, dan energi yang positif untuk penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini dengan baik. Semoga selalu diberikan kesehatan dan senantiasa dimudahkan dalam segala urusannya.
10. Terima kasih kepada pihak karyawan-karyawan BSI di Jawa Barat yang bersedia meluangkan waktunya untuk membantu mengumpulkan nasabah untuk mengisi kuesioner penelitian penulis. Semoga hal baik yang diberikan kepada penulis dilipatgandakan oleh Allah Swt.
11. Terima kasih kepada nasabah-nasabah pembiayaan mikro BSI di Jawa Barat yang telah berpartisipasi untuk menjadi responden pada penelitian ini. Semoga hal baik yang diberikan kepada penulis dilipatgandakan oleh Allah Swt.
12. Sahabat tersayang, kepada Irena Dwi Febriani. Terima kasih sudah senantiasa bersama dari bangku SMP, menjadi tempat bercerita untuk mendengarkan segala cerita penulis, menjadi tempat berbagi baik di saat senang maupun sulit, memberikan nasihat dan motivasi bagi penulis, serta senantiasa memberikan kenyamanan kepada penulis semoga hal baik yang diberikan kepada penulis dilipatgandakan oleh Allah Swt. dan semoga persahabatan ini tidak hanya di dunia tetapi sampai akhirat.
13. Sahabat tersayang, kepada Isfadilla Nur Azahra. Terima kasih telah selalu memberikan kebaikan bagi penulis dan orang lain, selalu membantu dan merangkul bersama agar tujuan untuk lulus bersama bisa kita wujudkan, menjadi tempat bercerita untuk mendengarkan segala cerita penulis, menjadi tempat berbagi baik di saat senang maupun sulit, serta memberikan kenyamanan kepada penulis. Semoga hal baik yang diberikan kepada penulis dilipatgandakan oleh Allah Swt. dan semoga persahabatan ini tidak hanya di dunia tetapi sampai akhirat.
14. Sahabat tersayang, kepada Rahma Meirizka Syafa Utami yang senantiasa kebersamai penulis di masa perkuliahan dan cerita-cerita berorganisasi.

Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita di saat senang maupun sedih, memberikan motivasi, memberikan semangat, dan memberikan kenyamanan bagi penulis. Semoga hal baik yang diberikan kepada penulis dilipatgandakan oleh Allah Swt. dan semoga persahabatan ini tidak hanya di dunia tetapi sampai akhirat.

15. Terima kasih kepada Sinterot sahabat-sahabat terdekat penulis, Rahma, Isfadilla, Irena, Syifa, Adzkia, Rizkya, Tipus, Maris, Widy, Parus yang telah senantiasa menjadi sahabat selama perkuliahan. Terima kasih telah menjadi tempat untuk berbagi dan selalu saling memberikan dukungan, tempat berkeluh kesah dan bercerita baik di masa senang maupun sulit. Semoga hal baik yang diberikan kepada penulis dilipatgandakan oleh Allah Swt. dan semoga persahabatan ini tidak hanya di dunia tetapi sampai akhirat.
16. Sahabat tersayang, kepada Resti Nuraeni yang senantiasa kebersamaan penulis dari bangku SMK hingga saat ini. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita di saat senang maupun sedih, memberikan motivasi, memberikan semangat, memberikan kenyamanan bagi penulis, serta senantiasa mengingatkan agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga hal baik yang diberikan kepada penulis dilipatgandakan oleh Allah Swt. dan semoga persahabatan ini tidak hanya di dunia tetapi sampai akhirat.
17. Terima kasih kepada adik-adik tersayang, ine dan nurin yang senantiasa menjadi tempat bercerita, berbagi canda tawa, memberikan semangat dan motivasi selama perkuliahan bersama penulis. Semoga selalu diberikan kelancaran dalam perkuliahannya dan semoga hal baik yang diberikan kepada penulis dilipatgandakan oleh Allah Swt. dan semoga tali hubungan ini tidak hanya di dunia tetapi sampai akhirat.
18. Terima kasih kepada Kang Deni, Teh Elsa, Teh Benaya, dan Teh Nisa yang telah meluangkan waktunya untuk membantu dan menjawab setiap kesulitan yang dialami oleh penulis selama penyusunan skripsi ini. Semoga hal baik yang diberikan kepada penulis dilipatgandakan oleh Allah Swt.
19. Terima kasih kepada TWENTIEKI dengan teman-teman yang Namanya tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih telah berjuang bersama-

sama dengan banyak kenangan, pengalaman, dan cerita-cerita yang kita ukir bersama selama perkuliahan. Semoga angkatan 2020 selalu diberikan kelancaran pada setiap urusannya dan diberikan kebahagiaan di dunia maupun di akhirat.

20. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu telah memberikan do'a, dukungan, dan membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.
21. Terakhir penulis akan memberikan ucapan terima kasih kepada diri sendiri, terima kasih telah berjuang untuk bisa sampai di titik ini dengan segala perjuangan dan pengorbanan yang telah dilewati. Terima kasih telah memberikan hasil yang terbaik untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Akhir kata, semoga Allah Swt. memberikan balasan sebaik-baiknya balasan di dunia maupun di akhirat atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini. Aamiin. *Jazakumullah Khairon Kaitsiran.*

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Teori Kualitas Layanan	12
2.1.2 Konsep <i>Compliance</i> (Kepatuhan)	15
2.1.3 Konsep <i>Assurance</i> (Jaminan)	17
2.1.4 Konsep <i>Reliability</i> (Keandalan)	18
2.1.5 Konsep <i>Tangibles</i> (Wujud Fasilitas)	19
2.1.6 Konsep <i>Empathy</i> (Empati)	19
2.1.7 Konsep <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	22
2.1.8 Konsep Kepuasan Konsumen	23
2.1.9 Konsep Pembiayaan Mikro Syariah	25
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Teoritis dan Hipotesis Penelitian	38
2.3.1 Keterkaitan <i>Compliance</i> (Kepatuhan) Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Mikro BSI	38

2.3.2	Keterkaitan <i>Assurance</i> (Jaminan) Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Mikro BSI	39
2.3.3	Keterkaitan <i>Reliability</i> (Keandalan) Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Mikro BSI	40
2.3.4	Keterkaitan <i>Tangibles</i> (Wujud Fasilitas) Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Mikro BSI	40
2.3.5	Keterkaitan <i>Empathy</i> (Empati) Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Mikro BSI	41
2.3.6	Keterkaitan <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Mikro BSI	42
BAB III OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN		45
3.1	Objek Penelitian	45
3.2	Metode Penelitian	45
3.3	Desain Penelitian	45
3.4	Definisi Operasional Variabel	46
3.5	Populasi dan Sampel	48
3.6	Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	51
3.6.1	Instrumen Penelitian	51
3.6.2	Uji Instrumen Penelitian	52
3.6.3	Teknik Pengumpulan Data	57
3.7	Teknik Analisis Data	57
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif	57
3.7.2	Analisis <i>Structural Equation Modeling Partial Least Square</i> (SEM- PLS)	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	65
4.2	Hasil Penelitian Deskriptif dan Pembahasan	65
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia	67
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	68
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Usaha	69
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan	70

4.3	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	71
4.3.1	Tingkat <i>Compliance</i> (Kepatuhan) (X_1)	71
4.3.2	Tingkat <i>Assurance</i> (Jaminan) (X_2).....	76
4.3.3	Tingkat <i>Reliability</i> (Keandalan) (X_3)	82
4.3.4	Tingkat <i>Tangibles</i> (Wujud Fasilitas) (X_4).....	87
4.3.5	Tingkat <i>Empathy</i> (Empati) (X_5)	93
4.3.6	Tingkat <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) (X_6).....	97
4.3.7	Tingkat Kepuasan Nasabah Pembiayaan Mikro BSI (Y).....	103
4.4	Analisis Data dengan <i>Partial Least Square – Structural Equation Modeling</i> (PLS-SEM)	108
4.4.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	109
4.4.1.1	<i>Convergent Validity</i>	109
4.4.1.2	<i>Internal Consistency Reliability</i>	110
4.4.1.3	<i>Discriminant Validity</i>	111
4.4.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	116
4.4.2.1	Kolinearitas	117
4.4.2.2	Koefisien R^2 (<i>R-Square</i>)	117
4.4.2.3	Koefisien F^2 <i>Effect Size</i>	118
4.4.2.4	Koefisien <i>Stone-Geisser Q²</i>	119
4.4.2.5	Analisis <i>Goodness of Fit (GoF)</i>	120
4.5	Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Penelitian	122
4.5.1	Pengujian Hipotesis I: Pengaruh Tingkat <i>Compliance</i> (Kepatuhan) terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Mikro BSI.....	124
4.5.2	Pengujian Hipotesis II: Pengaruh Tingkat <i>Assurance</i> (Jaminan) terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Mikro BSI.....	126
4.5.3	Pengujian Hipotesis III: Pengaruh Tingkat <i>Reliability</i> (Keandalan) terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Mikro BSI.....	128
4.5.4	Pengujian Hipotesis IV: Pengaruh Tingkat <i>Tangibles</i> (Wujud Fasilitas) terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Mikro BSI.....	129
4.5.5	Pengujian Hipotesis V: Pengaruh Tingkat <i>Empathy</i> (Empati) terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Mikro BSI.....	131

4.5.6	Pengujian Hipotesis VI: Pengaruh Tingkat <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Mikro BSI	133
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI		136
5.1	Simpulan.....	136
5.2	Implikasi dan Rekomendasi	138
DAFTAR PUSTAKA		144
DAFTAR LAMPIRAN		151

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Total Pembiayaan Bank Syariah Indonesia (BSI) Segmen Ritel Tahun Tahun 2021- 2022.....	3
Tabel 1.2 Data Keluhan Nasabah Bank Syariah Indonesia Desember 2023	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	46
Tabel 3.2 Skala Pengukuran <i>Semantic Differential</i>	52
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Compliance</i> (Kepatuhan)	53
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Assurance</i> (Jaminan)	53
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Reliability</i> (Keandalan)	54
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Tangibles</i> (Wujud Fasilitas)..	54
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Empathy</i> (Empati)	55
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	55
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kepuasan.....	56
Tabel 3.10 Hasil Pengujian Reliabilitas Seluruh Variabel.....	56
Tabel 3.11 Rumus Kategorisasi	58
Tabel 4.1 Mean Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada X_1	71
Tabel 4.2 Karakteristik Variabel <i>Compliance</i> (Kepatuhan) Tiap Item Pertanyaan	74
Tabel 4.3 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat <i>Compliance</i> (Kepatuhan)	74
Tabel 4.4 Karakteristik Variabel Tingkat <i>Compliance</i> (Kepatuhan) untuk Skor Variabel	75
Tabel 4.5 Karakteristik Variabel Tingkat <i>Compliance</i> (Kepatuhan) Tiap Responden	75
Tabel 4.6 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat <i>Compliance</i> (Kepatuhan).....	76
Tabel 4.7 Mean Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada X_2	77
Tabel 4.8 Karakteristik Variabel Tingkat <i>Assurance</i> (Jaminan) Tiap Item Pertanyaan	79

Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat <i>Assurance</i> (Jaminan).....	79
Tabel 4.10 Karakteristik Variabel Tingkat <i>Assurance</i> (Jaminan) untuk Skor Variabel	80
Tabel 4.11 Karakteristik Variabel Tingkat <i>Assurance</i> (Jaminan) Tiap Responden	81
Tabel 4.12 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat <i>Assurance</i> (Jaminan)	81
Tabel 4.13 Mean Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada X ₃	82
Tabel 4.14 Karakteristik Variabel Tingkat <i>Reliability</i> (Keandalan) Tiap Item Pertanyaan	84
Tabel 4.15 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat <i>Reliability</i> (Keandalan)	85
Tabel 4.16 Karakteristik Variabel Tingkat <i>Reliability</i> (Keandalan) untuk Skor Variabel	85
Tabel 4.17 Karakteristik Variabel Tingkat <i>Reliability</i> (Keandalan) Tiap Responden	86
Tabel 4.18 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat <i>Reliability</i> (Keandalan).....	86
Tabel 4.19 Mean Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada X ₄	87
Tabel 4.20 Karakteristik Variabel Tingkat <i>Tangibles</i> (Wujud Fasilitas) Tiap Item Pertanyaan	89
Tabel 4.21 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat <i>Tangibles</i> (Wujud Fasilitas).....	90
Tabel 4.22 Karakteristik Variabel Tingkat <i>Tangibles</i> (Wujud Fasilitas) untuk Skor Variabel	91
Tabel 4.23 Karakteristik Variabel Tingkat <i>Tangibles</i> (Wujud Fasilitas) Tiap Responden.....	91
Tabel 4.24 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat <i>Tangibles</i> (Wujud Fasilitas) 92	
Tabel 4.25 Mean Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada X ₅	93
Tabel 4.26 Karakteristik Variabel Tingkat <i>Empathy</i> (Empati) Tiap Item Pertanyaan	95
Tabel 4.27 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat <i>Empathy</i> (Empati).....	95

Tabel 4.28 Karakteristik Variabel Tingkat <i>Empathy</i> (Empati) untuk Skor Variabel	96
Tabel 4.29 Karakteristik Variabel Tingkat <i>Empathy</i> (Empati) Tiap Responden	96
Tabel 4.30 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat <i>Empathy</i> (Empati).....	97
Tabel 4.31 Mean Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada X_6	98
Tabel 4.32 Karakteristik Variabel Tingkat <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) Tiap Item Pertanyaan.....	100
Tabel 4.33 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	100
Tabel 4.34 Karakteristik Variabel Tingkat <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) untuk Skor Variabel.....	101
Tabel 4.35 Karakteristik Variabel Tingkat <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) Tiap Responden	102
Tabel 4.36 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	102
Tabel 4.37 Mean Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Y.....	103
Tabel 4.38 Karakteristik Variabel Tingkat Kepuasan Nasabah Pembiayaan Mikro Tiap Item Pertanyaan	106
Tabel 4.39 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat Kepuasan Nasabah Pembiayaan Mikro.....	106
Tabel 4.40 Karakteristik Variabel Tingkat Kepuasan Nasabah Pembiayaan Mikro untuk Skor Variabel	107
Tabel 4.41 Karakteristik Variabel Tingkat Kepuasan Tiap Responden.....	107
Tabel 4.42 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Kepuasan Nasabah	108
Tabel 4.43 <i>Loading Factors</i>	109
Tabel 4.44 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	110
Tabel 4.45 <i>Internal Consistency Reliability</i>	111
Tabel 4.46 <i>Cross Loading</i>	111
Tabel 4.47 <i>Fornell-Lacker Criterion</i>	113
Tabel 4.48 <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i>	113
Tabel 4.49 Variabel Indikator yang Telah Valid dan Reliabel	114

Tabel 4.50 <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	117
Tabel 4.51 Koefisien Determinasi Konstruk.....	118
Tabel 4.52 Nilai $F^2(F\text{-square})$	118
Tabel 4.53 Nilai <i>Q-square</i>	119
Tabel 4.54 <i>Path Coefficients</i>	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Total Pembiayaan Mikro yang Disalurkan Perbankan Umum di Indonesia Tahun 2019 – 2022 (Rp Miliar)	2
Gambar 2.1 <i>Costumer Assesment of Service Quality Model</i>	13
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 3.1 Tahapan Pengujian SEM-PLS.....	60
Gambar 4.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Gambar 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Rentang Usia.....	67
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	68
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Usaha	69
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan.....	70
Gambar 4.6 Output Model Penelitian PLS-SEM.....	121
Gambar 4.7 Output Model Penelitian PLS-SEM.....	123

DAFTAR PUSTAKA

- Abdel, D., Farrag, R., Murphy, W. H., & Hassan, M. (2021). *Influence of category attitudes on the relationship between SERVQUAL and satisfaction in Islamic banks; the role of disruptive societal-level events*. December 2020. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2020-0228>
- Abdullah, P. M. (2015). Living in The World That Is Fit for Habitation : CCI's Ecumenical and Religious Relationships. In *Aswaja Pressindo*.
- Achjari, D. (2004). Partial Least Squares: Another Method Of Structural Equation Modeling Analysis. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 19(3), 238–248.
- Afkar, T. (2017). Pengaruh Pembiayaan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM), dan Kecukupan Modal Terhadap Kemampuan Mendapatkan Laba dari Aset Perbankan Syariah di Indonesia. *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics*, 1(2), 183. <https://doi.org/10.26740/jie.v1n2.p183-201>
- Ahmad Syafiq. (2019). Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam pandangan Islam. *El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5(1), 96–113. <https://doi.org/10.29062/faqih.v5i1.54>
- Ahmed, S., Mohiuddin, M., Rahman, M., Tarique, K. M., & Azim, M. (2022). The Impact of Islamic Shariah Compliance on Customer Satisfaction in Islamic Banking Services: Mediating Role of Service Quality. *Journal of Islamic Marketing*, 13(9), 1829–1842. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2020-0346>
- Al-hindawe, J. (1996). Considerations When Constructing A Semantic Differential Scale. *La Trobe Working Papers in Linguistics*, 9(7), 1–9.
- Amati, V., Meggiolaro, S., Rivellini, G., & Zaccarin, S. (2018). Social Relations and Life Satisfaction: The Role of Friends. *Genus*, 74(1). <https://doi.org/10.1186/s41118-018-0032-z>
- Amiruddin, K., Paly, M. B., & Abdullah, M. W. (2023). *Customer Loyalty Islamic Banks in Indonesia : Service Quality Which Mediated by Satisfaction and Customer Trust*. 1–23.
- Amri, A. D., Tiara, L., & Hastuti, B. I. (2023). Analisis Pembiayaan Bank Syariah Terhadap UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia Rentang Waktu 10 Tahun Terakhir. *Rizquna: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 1, 71–90. <http://journal.citradharma.org/index.php/rizquna/article/view/869>
- Andriyani, M., & Ardianto, R. E. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (The Effect of Service Quality and Product Quality on Bank Customer Satisfaction) Pendahuluan*. 01(02), 133–140.
- Arief, S. (2012). *Konsumen Rasional dalam Perspektif Islam*. 1.
- Asnawi, N., Sukoco, B. M., & Fanani, M. A. (2020). The Role of Service Quality Within Indonesian Customers Satisfaction and Loyalty and Its Impact on Islamic Banks. *Journal of Islamic Marketing*, 11(1), 192–212. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2017-0033>

- Ayinaddis, S. G., Taye, B. A., & Yirsaw, B. G. (2023). Examining The Effect of Electronic Banking Service Quality on Customer Satisfaction And Loyalty: An Implication for Technological Innovation. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00287-y>
- Azwar, S. (2012). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya* (2nd ed.).
- Badan Pusat Statistika. (2023). *anyaknya Usaha Mikro dan Kecil menurut Kabupaten/Kota (Unit), 2020-2022*. Badan Pusat Statistika. <https://jabar.bps.go.id/indicator/9/752/1/banyaknya-usaha-mikro-dan-kecil-menurut-kabupaten-kota.html>
- Bananuka, Nkundabanyanga, Nalukenge, & Kaawaase. (2019). Islamic Banking: Promoting Financial Inclusion among Financially Excluded Communities. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 10(2), 213–234.
- Bank Syariah Indonesia. (2024). *Jaringan Kami*. Bank Syariah Indonesia. <https://www.bankbsi.co.id/jaringan?province=1&networkType=KantorCabang&page=1>
- BBC News. (2018). Millennials. *BBC News*. <https://www.bbc.com/news/topics/c1xzwm4v4x1t/millennials>
- Biro Ristek Info Bank. (2023, September 4). Rating 154 Institusi Keuangan Syariah 2023. *Infobankingnews.Com*. <https://infobanknews.com/rating-154-institusi-keuangan-syariah-2023-setelah-beleid-spin-off-terselip-kata-dan-atau/#:~:text=Menurut data Biro Riset Infobank%2C jumlah bank syariah di Indonesia,yang secara politik akan konversi.>
- Blanke, E. S., & Riediger, M. (2019). Reading Thoughts and Feelings in Other People: Empathic Accuracy Across Adulthood. *Progress in Brain Research*, 247(March), 305–327. <https://doi.org/10.1016/bs.pbr.2019.02.002>
- BPK RI. (2008). *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. BPK RI. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>
- De Bruin, L., Roberts-Lombard, M., & De Meyer-Heydenrych, C. (2021). Internal Marketing, Service Quality and Perceived Customer Satisfaction: An Islamic Banking Perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 12(1), 199–224. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2019-0185>
- Deloitte. (2023). Deloitte Global 2023 Gen Z and Millennial Survey. *Deloitte Indonesia Perspective*.
- Ebrahimi, M. R., & Moghadam, A. H. (2012). A Survey to Recognize the Most Important Dimensions of the Service Quality of Iran's Commercial Banks. *Journal of Management Research*, 4(4), 131–142. <https://doi.org/10.5296/jmr.v4i4.1870>
- Faber, E. (2024). *Gen Zs and Millennials Find Reasons For Optimism Despite Difficult Realities*. Deloitte Insights. <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/topics/talent/deloitte-gen-z-millennial-survey.html>
- Famiyeh, S., Asante-Darko, D., & Kwarteng, A. (2018). Service Quality, Customer Satisfaction, and Loyalty in The Banking Sector: The Moderating Role of Organizational Culture. *International Journal of Quality &*

Reliability Management.

- Fauzi, A. A., & Suryani, T. (2019). Measuring The Effects of Service Quality by Using CARTER Model Towards Customer Satisfaction, Trust and Loyalty in Indonesian Islamic Banking. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 269–289. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0048>
- Ferdinand, P. A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitriyah, I., & Handayani, T. (2022). The Role of Islamic Microfinance in Empowering Indonesian Women Entrepreneurs. *Journal of International Women's Studies*, 23 (1), 76–89.
- Fuan Ertiyant, W., & Nur Latifah, F. (2022). Peran Bank Syariah Terhadap Pembiayaan UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(1), 199–206. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(1\).9398](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(1).9398)
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *An Introduction to Structural Equation Modeling*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_1
- Haque, A., Chowdhury, N. A., Sheikh, B., & Rahman, M. (2022). *The Effect of CARTER Model on Customer Satisfaction Towards Loyalty: An Investigation on Muslim Customers of Islamic Banks in Bangladesh. August*. <https://doi.org/10.5296/ifb.v9i1.20017>
- Haryono, S. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Manajemen (Teori dan Aplikasi)*.
- Helliwell, J. F., Huang, H., Shiplett, H., & Wang, S. (2024). *Happiness of The Younger, The Older, and Those In Between*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2024/WHR+24_Ch2.pdf
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hernita, N., Prihartini, E., & Rahmayani, M. W. (2021). Increasing Income of Micro, Small and Medium Enterprises through Managerial and Digital Marketing Aspect in West Java. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 4(4), 10593–10600.
- Hidayah, N. (2019). The Preference of Millenials Towards Islamic Banks. *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), 488–502. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2018-0177>
- Hosen, M. N., Lathifah, F., & Jie, F. (2021). Perception and Expectation of Customers in Islamic Bank Perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 12(1),

- 1–19. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2018-0235>
- Husaeni, U. A., & Dewi, T. K. (2019). Pengaruh Pembiayaan Mikro Syariah Terhadap Tingkat Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Anggota Bmt Di Jawa Barat. *Bongaya Journal for Research in Management (BJRM)*, 2(1), 48–56. <https://doi.org/10.37888/bjrm.v2i1.122>
- Ismail, M. (2015). Pembiayaan Murabahah Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Pendidikan Dan Pranata Islam*, 2(6), 150–164. <http://ejournal.kopertais4.or.id/madura/index.php/syaikhuna/article/view/1033>
- Janahi, M. A., & Al Mubarak, M. M. S. (2017). The Impact of Customer Service Quality on Customer Satisfaction in Islamic Banking. *Journal of Islamic Marketing*, 8(4), 595–604. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2015-0049>
- Jawaid, S. T., Siddiqui, A. H., Kanwal, R., & Fatima, H. (2023). Islamic Banking and Customer Satisfaction in Pakistan: Evidence From Internal and External Customers. *Journal of Islamic Marketing*, 14(2), 435–464. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2020-0297>
- Juliana, J., Darmawan, H., Rahayu, A., Asya, N., Hidayat, T., & Islam, E. (2023). Does the Quality of Service affect the Loyalty of Sharia Hotel Guests? 6(1), 49–62. <https://doi.org/10.47076/jkpis.v6i1.191>
- Juliana, J., Nurhaliza, F., Hermawan, R., & Marlina, R. (2023). Bank Syariah Indonesia Customer Loyalty After Merger: Analysis of Trust, Service Quality, and Religiosity. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10(1), 96–108. <https://doi.org/10.20473/vol10iss20231pp96-108>
- Junaidi, M., Daeng, A., Dewi, R., Istanti, E., & Sanusi, R. (2023). *Journal of Managerial Sciences and the Impact of Service Quality and Trust on Customer*.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Laporan Tahunan Koperasi dan UKM 2022*. Kementerian Koperasi Dan UKM. <https://www.kemenkopukm.go.id/>
- Khaliq, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan. 177–188.
- Khamis, F. M., & AbRashid, R. (2018). Service Quality and Customer's Satisfaction in Tanzania's Islamic Banks: A Case Study at People's Bank of Zanzibar (PBZ). *Journal of Islamic Marketing*, 9(4), 884–900. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2016-0068>
- Khan, S. M., Ali, M., Puah, C. H., Amin, H., & Mubarak, M. S. (2023). Islamic Bank Customer Satisfaction, Trust, Loyalty And Word of Mouth: The CREATOR Model. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(5), 740–766. <https://doi.org/10.1108/JIABR-01-2022-0017>
- Khatimah, H., & Juliana. (2021). Karakteristik Wirausaha dan Spiritualitas Terhadap Keberhasilan Usaha. *Jurnal Riset Akuntansi & Komputerisasi Akuntansi*, 12(1), 125–138.
- Kline, R. B. (2016). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (D. Kenny & T. Little (eds.)). The Guilford Press.
- Komite Nasional Keuangan Syariah. (2018). Masterplan Ekonomi Syariah

- Indonesia 2019-2024. *Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional*, 1–443. https://knks.go.id/storage/upload/1573459280-MasterplanEksyar_Preview.pdf
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2005). Principles of Marketing. Fourth European Edition. In *Pearson* (Vol. 38, Issue 151).
- Kusnendi, & Ciptagustia, A. (2023). *Analisis Model Pengukuran dan Struktural dalam Penelitian Manajemen dan Bisnis* (A. Mulyadi (ed.)). UPI Press.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Deepublish.
- Lestari, A. T., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.513>
- Lin, X., Mamun, A. Al, Yang, Q., & Masukujjaman, M. (2023). Examining The Effect of Logistics Service Quality on Customer Satisfaction and Re-Use Intention. *PLoS ONE*, 18(5 May), 1–24. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0286382>
- Löffler, C. S., & Greitemeyer, T. (2023). Are Women The More Empathetic Gender? The Effects of Gender Role Expectations. *Current Psychology*, 42(1), 220–231. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01260-8>
- Ma, B., & Chen, L. (2024). Why is Intelligence not Making You Happier? *Journal of Happiness Studies*, 25(14). <https://link.springer.com/article/10.1007/s10902-024-00722-1>
- Maika, M. R., & Ningsih, D. D. S. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4P dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 693–702.
- Majidah, S. (2022). Islamic Marketing in Era Society 5.0 Based on Maqashid As-Syariah Approach. *Review of Islamic Economics and Finance*, 5(1), 13–24. <https://doi.org/10.17509/rief.v5i1.44443>
- Moosa, R. (2023). *Service Quality Preferences among Customers at Islamic Banks in South Africa*. 1–17.
- Mowen, J. C., & Minor, M. S. (1997). *Consumer Behaviour*. Prentice Hall.
- Muhtadi, M. F., Rahmawati, E., & Utomo, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Produk dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Mudharabah Al Barakah Di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 9(2), 14–25.
- Nadya, T., Putri, C., & Sukmaningrum, P. S. (2023). *Factors Affecting Financing Distribution of Sharia Commercial Banks in Indonesia*. 6(2), 119–138.
- Nawawi, Z. M., Soemitra, A., & Dalimunthe, M. (2022). Women’s Economic Empowerment Through Sharia Micro-Finance Institutions In Indonesia: A Qualitative Research. *Iqtishadia*, 15(2), 255.

<https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v15i2.15902>

- Ngaliman, Eka J, M. G., & Suharto. (2019). The Effect Of Tangibles, Responsiveness, And Reliability On Customer Satisfaction Of Delivery Services. *International Journal of Economics and Management Studies*, 6(5), 86–92. <https://doi.org/10.14445/23939125/ijems-v6i5p113>
- Othman, A., & Owen, L. (2001). *Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) In Islamic Banks : A Case Study in Kuwait Finance House*. 3(1).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2008). *UU 21 Tahun 2008*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Statistik Perbankan Syariah*.
- Owusu, G. M. Y. (2023). Predictors of Financial Satisfaction and Its Impact on The Psychological Wellbeing of Individuals. *Journal of Humanities and Applied Social Sciences*, 5(1), 59–76. <https://doi.org/10.1108/jhass-05-2021-0101>
- Özkan, P., Süer, S., Keser, İ. K., & Kocakoç, İ. D. (2020). The Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty: The Mediation of Perceived Value of Services, Corporate Image, and Corporate Reputation. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 384–405. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2019-0096>
- Pakurár, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., & Oláh, J. (2019). The Service Quality Dimensions That Affect Customer Satisfaction in The Jordanian Banking Sector. *Sustainability (Switzerland)*, 11(4), 1–24. <https://doi.org/10.3390/su11041113>
- Parasuraman A., P., A. Zeithaml, V., & L Berry, L. (1988). SERVQUAL A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Prayogi, M. A., & Siregar, L. H. (2017). Pengaruh Pembiayaan Mikro Syariah Terhadap Tingkat Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 17(2), 121–131.
- Pujihastuti. (2010). Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian. *Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Wilayah*, 2(1), 43–56.
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Ratnawati, A., Mislan Cokrohadasumarto, W. bin, & Kholis, N. (2020). Improving The Satisfaction and Loyalty of BPJS Healthcare In Indonesia: A Sharia Perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 12(7), 1316–1338. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0005>
- Rochmad, R., Yusuf, A. M., & Mulyana, R. (2024). Impact of Electronic Customer Relationship Management and Quality Moderated by Sharia Compliance on Loyalty (Study on Islamic banks in Jakarta). *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 17(2), 81–101. <https://doi.org/10.30993/tifbr.v17i2.337>
- Sarwono, J., Narimawati, U., & Prabawati, A. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS SEM)*. Andi.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business. In *Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents* (Seventh Ed). John Wiley & Sons Ltd.
- Subakti, H., & Jannah, N. (2022). Implementation of Sharia Principles in Murabahah Contracts at KCP Bank Muamalat. *Review of Islamic Economics and Finance*, 5(1), 69–78. <https://doi.org/10.17509/rief.v5i1.44450>
- Sugiarti, A. M., & Dian. (2022). Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2501–2510.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, cv.
- Tjiptono, F. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, F. (2007). *Service Quality and Satisfaction*. Andi.
- Travers, M. (2020). *6 Subtle Psychological Differences Between Men and Women*. Psychology Today. <https://www.psychologytoday.com/us/blog/social-instincts/202012/6-subtle-psychological-differences-between-men-and-women>
- Turmudi, M. (2017). Pembiayaan Mikro BRI Syariah: Upaya Pemberdayaan dan Peningkatan UMKM oleh BRI Syariah Cabang Kendari. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 20. <https://doi.org/10.31332/lifalah.v2i2.652>
- Wang, C. K., Masukujjaman, M., Alam, S. S., Ahmad, I., Lin, C. Y., & Ho, Y. H. (2023). The Effects of Service Quality Performance on Customer Satisfaction for Non-Banking Financial Institutions in an Emerging Economy. *International Journal of Financial Studies*, 11(1). <https://doi.org/10.3390/ijfs11010033>
- Yum, K., & Yoo, B. (2023). The Impact of Service Quality on Customer Loyalty through Customer Satisfaction in Mobile Social Media. *Sustainability (Switzerland)*, 15(14). <https://doi.org/10.3390/su151411214>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service Balancing Customer Perceptions and Expectations*. The Free Press. <https://books.google.co.id/books?id=RWPMYP7-sN8C&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Zheng, G., Zhang, Q., & Ran, G. (2023). The Association Between Academic Stress and Test Anxiety in College Students: The Mediating Role of Regulatory Emotional Self-Efficacy and The Moderating Role Of Parental Expectations. *Frontiers in Psychology*, 14(February), 1–9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1008679>
- Zouari, G., & Abdelhedi, M. (2021). Customer Satisfaction in The Digital Era : Evidence from Islamic Banking. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(9).