



Analisis Pelayanan Bank Terhadap Keputusan Nasabah Sesuai Dengan Perspektif Islam

(Studi Kasus Di Lakukan Pada PD. BPR Astanajapura)

Agus Karjuni^{1✉}, Gama Pratama², Dapiah³, Windi Juningsih⁴

¹²³⁴IAI Bunga Bangsa Cirebon

Email : Muhzeta123@gmail.com¹, gamapratama0@gmail.com², dapiah@bungabangsacirebon.ac.id³

Received: 2021-07-15; Accepted: 2020-08-27; Published: 2021-08-31

Abstrak

Skripsi ini Kajiannya dilatarbelakangi dengan semua Perbankan di Indonesia yang menerapkan suatu pelayanan bank yang berpotensi menurut perspektif islam dalam peningkatan keputusan nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh variabel pelayanan bank terhadap keputusan nasabah dalam perspektif islam yang dinilai dalam 5 dimensi servqual. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode angket (kuesioner), observasi dan dokumen. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket untuk mendapatkan data tentang Pelayanan Bank (X) dan Keputusan Nasabah (Y) melalui penyebaran angket . Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Pengambilan sampel menggunakan teknik randomsampling. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Pelayanan bank sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Hal ini dibuktikan bahwa Berdasarkan hasil penelitian, 41,6% responden memberikan tanggapan dengan skor 4 yaitu setuju. Dimana hasil terbanyak sangat setuju terdapat pada item pernyataan ke 7 sebesar 64% yang artinya responden merasa puas dengan point bukti fisik pelayanan. Selanjutnya diikuti dengan item pernyataan ke 8 sebesar 58%. Hal ini dibuktikan bahwa variabel Pelayanan bank dengan nilai t_{hitung} sebesar $17,029 > t_{tabel}$ 2.011 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: *Pelayanan, Keputusan, Kualitas.*

Abstract

This thesis study is motivated by all banks in Indonesia that implement a bank service that has the potential according to an Islamic perspective in improving customer decisions. This study aims to examine the effect of bank service variables on customer decisions in an Islamic perspective which is assessed in 5 dimensions of servqual. This research is a type of quantitative research using a questionnaire (questionnaire), observation and documents. Data collection techniques using a questionnaire to obtain data about Bank Services (X) and Customer Decisions (Y) through the distribution of questionnaires. The test equipment used in this research is by using simple linear regression analysis. Sampling using random sampling technique. The results of this study indicate that bank services are very influential on customer decisions. It is proved that based on the results of the study, 41.6% of respondents responded with a score of 4, namely agree. Where the most strongly agree results are in the 7th statement item by 64%, which means that respondents are satisfied with the physical evidence point of service. This is followed by the 8th statement item at 58%. This is evidenced that the variable bank services with a tcount value of $17.029 > ttable$ 2011 with a significant level of $0.000 < 0.05$.

Keywords *Service, Decision, Quality.*

PENDAHULUAN

Dalam dunia Perbankan sampai saat ini Semakin Kompleks, Berbagai Macam Jenis Produk dan Sistem Usaha ditawarkan oleh masing-masing bank. Hal yang paling mencolok adalah adanya dua sistem pengembalian uang nasabah yaitu dengan sistem bunga dan bagi hasil. Bank konvensional menggunakan sistem bunga dan bank syariah menggunakan sistem bagi hasil.

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang melakukan kegiatan usaha secara konvensional dan/atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BPR juga menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan dan/atau bentuk lainnya yang di persamakan dengan itu. Kegiatan usaha BPR terutama ditujukan untuk melayani Kredit/usaha-usaha kecil dan masyarakat di daerah pedesaan.(Manajemen Informatika 2019)

PD. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) ASTANAJAPURA didirikan dengan peraturan Daerah Tingkat II Cirebon Nomor 15 Tahun 1996 tanggal 3 Desember 1996 Tentang Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat yang mengubah Bentuk hukum dari Bank Karya Produksi Desa (BKPD) menjadi Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat. Perusahaan Daerah tersebut telah mendapatkan persetujuan dari Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor : KEP-628/KM.17/1997 tanggal 12 November 1997.

PD BPR Astanajapura sebagai Perusahaan milik Pemerintah Daerah Kabupaten Cirebon dan Provinsi Jawa Barat. Kami turut serta menyumbangkan sebagian laba kepada Pendapatan Asli Daerah (PAD), Simpanan pada PD BPR Astanajapura dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) sampai dengan 2 Milyar per nasabah.

PD BPR Astanajapura Terdaftar dan Diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), PD BPR Astanajapura telah mendapat penghargaan dengan predikat sangat bagus atas kinerja keuangan dari majalah nasional Infobank selama 6 tahun berturut-turut (tahun 2011-2017), Saat ini PD BPR Astanajapura memiliki 1 kantor pusat, 2 kantor kas (Pabuaran dan Karangsembung) dengan 8 layanan di pasar tradisional(Pasar Mundu, Pasar Lemah Abang, Pasar Cipejuh, Pasar Karangsembung, Pasar Pabuaran, Pasar Ciledug, Pasar Gebang dan Pasar Losari).

Banyaknya kantor Bank Perkreditan Rakyat yang berdiri, masyarakat akan dihadapkan pada banyak pilihan akan produk yang ditawarkan oleh Bank yang lainnya. Bagi nasabah, Pelayanan yang bermutu sangatlah penting. Kualitas pelayanan menjadi komponen utama karena produk-produk utama bank yaitu kredit merupakan suatu penawaran yang tidak berbeda dan pelayanan bank juga mudah ditiru. Oleh karena itu persaingan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan bank memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan pesaingnya.

Dalam memilih Jasa Keuangan nasabah memiliki keputusan untuk itu dalam Jenis Pengelolaan ataupun pelayanan nasabah sangat berpengaruh penting dalam keputusan nasabah. Karena kepuasan nasabah termasuk aspek untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah perlu ditingkatkan. Peningkatan kualitas pelayanan kepada para nasabah adalah hal penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah.

Hal tersebut sangat penting karena mengingat peranan nasabah yang sangat besar dalam kontribusi pendapatan secara langsung maupun secara tidak langsung untuk mendukung eksistensi perusahaan. (Nina Indah Febriana 2016)

Pelayanan dan Kepuasan nasabah dalam sebuah perusahaan Perbankan yang memberikan Pelayanan Jasa mempunyai keterkaitan yang sangat erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan bank. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan bank untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhannya, dengan demikian bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimana bank memasimumkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan. Perusahaan yang kurang dalam meningkatkan Pelayanannya akan menghadapi masalah yang Kompleks. Seperti nasabah yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan. Jadi setiap bank wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan suatu sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya. Penilaian akan kualitas layanan dikembangkan oleh Leonard L. Barry, A, Praturaman dan Zeithaml yang dikenal dengan service quality (SERVQUAL), yang berdasarkan pada lima dimensi Kualitas yaitu Tangibles (bukti langsung), realibility (Kehandalan), Responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan) dan empathy (empati) (Kotler,2009). (Yuliana 2017)

Tingkat Kualitas Pelayanan memiliki suatu bentuk penilaian nasabah terhadap tingkat Pelayanan yang diterima (Perceived service) dengan tingkat layanan yang diharapkan (expected service). Kepuasan nasabah dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuhkembangkan bank agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. (Yuliana 2017)

Berikut dengan bisnis perbankan, merupakan bisnis yang berdasarkan pada azas kepercayaan, masalah kualitas layanan (Service quality) menjadi faktor penting dalam menentukan Keputusan nasabah untuk memilih produk Bank sehingga bank akan mendapatkan keberhasilan bisnis ini. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Pelayanan Bank Terhadap Keputusan Nasabah Sesuai Dengan Perspektif Islam Pada PD. BPR Astanajapura”.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif, Penelitian Kuantitatif disimpulkan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu. pengumpulan data memanfaatkan instrumen Penelitian dan Analisis data berupa kuantitatif /statistik bersama target menguji hipotesis yang telah di tetapkan. (Prof, Dr, Endang Widi Winarni 2018) Maka penelitian ini digunakan oleh peneliti untuk menguji dan mengetahui analisis pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam perspektif islam pada PD.BPR Astanajapura.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Uji Validitas

Setelah menentukan nilai r, negosiasikan dengan nilai product moment r untuk menjelaskannya sehingga dapat dilihat apakah korelasi tersebut valid.

Nilai r tabel ditentukan dengan melihat nilai r tabel product moment, dimana N adalah 50, dan rate efektif 5%, sehingga nilai r tabel adalah 0,279. Jika r hitung $< 0,279$ maka item tersebut tidak valid Begitu pula sebaliknya jika r hitung $> 0,279$ berarti angket (angket) valid.

Maka dapat disimpulkan bahwa r hitung keseluruhan indikator yang diuji bernilai positif dan lebih besar dari nilai r tabel mempunyai signifikansi < 0.05 . Dengan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan indikator- indikator yang digunakan dalam penelitian ini dikatakan valid

B. Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan/ Pernyataan kuesioner (angket) adalah konsisten dan memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$.

Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan/ pernyataan kuesioner (angket) baik dalam variabel x maupun variabel y , memiliki koefisien alpha lebih besar daripada r tabel 0.297. Dengan demikian kuesioner (angket) pada penelitian ini dapat dikatakan reliabel atau handal.

C. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Kriteria penggunaan uji Kolmogorov-Smirnov untuk pengambilan keputusan normal di SPSS 16.0 adalah: (As'ari, 2018, hal. 11)

- a. Nilai sig atau nilai signifikansi atau probabilitas $< 0,05$, distribusi data tidak normal.
- b. Nilai sig atau nilai signifikansi atau probabilitas $> 0,05$, distribusi data normal.

Hari hasil perhitungan SPSS diketahui bahwa variabel berdistribusi normal, dapat dilihat dari tabel di atas tingkat signifikansinya lebih dari 0.05, yakni diketahui tingkat signifikansinya 0.200. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal

2. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linier atau tidak signifikan antara dua variabel atau lebih yang diuji. Tes ini sering digunakan sebagai prasyarat untuk analisis korelasi atau regresi linier. Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian linier adalah: (Setiawan & Yosepha, 2020, hal. 4).

- a. Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka hubungan variabel (X) dan (Y) adalah linier.
- b. Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka hubungan antara variabel (X) dan (Y) tidak linier.

Maka dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi diperoleh sebesar 0.408 lebih besar dari 0.05. Yang artinya terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel pelayanan (X) dengan variabel keputusan konsumen (Y).

Berdasarkan nilai F diperoleh F hitung sebesar 1,086. Sedangkan F tabel pada Distribution Tabel Nilai F 0,05 adalah 2.11. Karena F hitung lebih kecil dari F tabel maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel pelayanan (X) dengan variabel keputusan konsumen (Y).

3. Uji Homogenitas

Dasar Pengambilan keputusan dalam uji Homogenitas sebagai berikut:

- a. Jika nilai sig (signifikansi) $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah tidak sama (tidak homogen).
- b. Jika nilai sig (signifikansi) $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah sama (homogen).

Dari hasil perhitungan SPSS diketahui bahwa nilai signifikansi variabel Peningkatan Pendapatan (Y) berdasarkan variabel pelayanan (X) = $0,085 > 0,05$. Artinya data variabel keputusan konsumen (Y) berdasarkan pelayanan (X) mempunyai varian yang sama (homogen).

D. PEMBAHASAN

1. Tingkat Kualitas Pelayanan Bank BPR Astana Japura

Pelayanan bertujuan meningkatkan usaha marketing. Service disebut kegiatan ataupun manfaat yang diberikan pihak satu ke pihak lainnya yang tidak terwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya bisa atau tidak bisa dikaitkan dalam satu produk fisik. Intinya pelayanan sama dengan kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lainnya.

Pelayanan yang diberikan oleh pemberi fasilitas terhadap dasarnya haruslah sama dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Harapan pelanggan ini bersumber berasal dari Info berasal dari mulut ke mulut. Kebutuhan teristimewa pelanggan pengalaman masa lantasi yang dialami pelanggan dan komunikasi eksternal (iklan dan beraneka bentuk promosi pemberi fasilitas lainnya).

Berdasarkan hasil penelitian, 41,6% responden memberikan tanggapan dengan skor 4 yaitu setuju. Dimana hasil terbanyak sangat setuju terdapat pada item pernyataan ke 7 sebesar 64% yang artinya responden merasa puas dengan point bukti fisik pelayanan yang diberikan Bank BPR yaitu selalu berpenampilan rapih dan bersih. Selanjutnya diikuti dengan item pernyataan ke 8 sebesar 58% yang artinya responden puas dengan fasilitas yang diberikan Bank BPR.

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang dilakukan Bank BPR dalam metode 5 Dimensi membuat nasabah puas dalam sistem pelayanannya terutama dalam dimensi bukti fisik (tangible).

2. Tingkat Keputusan Nasabah BPR Astana Japura

Keputusan adalah sebuah sistem pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, memicu keputusan membeli dan tabiat setelah membeli yang dilalui customer. (Fauziah Mubarak 2020)

Pengertian keputusan konsumen menurut Tjiptono (2008:19) adalah tindakan individu yang secara segera atau tidak segera terlibat dalam usaha beroleh dan memanfaatkan suatu produk atau jasa yang diperlukan. (Rita Irviani & Elvina F N STMIK Pringsewu 2018)

Berdasarkan hasil penelitian, sebanyak 43,2% responden memberikan tanggapan dengan skor 4 yaitu setuju. Dimana hasil terbanyak setuju terdapat pada item pernyataan ke 2 sebesar 58% yang artinya responden puas dengan sistem transaksi keuangan yang jelas dan tercatat. Selanjutnya diikuti dengan item pernyataan ke 10 sebesar 52% yang artinya responden selalu tertarik dengan penawaran yang ditawarkan Bank BPR.

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa nasabah puas dengan sistem transaksi keuangan yang jelas dan penawaran yang dilakukan Bank BPR dalam mengambil keputusan nasabah.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah BPR Astana Japura

Berdasarkan analisis regresi nilai koefisien regresi sebesar 0.582. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% tingkat pelayanan (X), maka keputusan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 58,2%.

Kemudian pada uji t, diketahui variabel Kemandirian (X) berpengaruh signifikan karena nilai t hitung $>$ t tabel yaitu ($17,029 > 2.011$) dan nilai signifikannya $0.000 < 0.05$.

Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen (Y). Nilai signifikansi variabel kemandirian (X) sebesar .000 lebih kecil dari 0.05, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) dan hipotesis ini diterima sesuai dengan hasil penelitian.

Berdasarkan besarnya nilai determinasi R Square (Koefisien Determinasi) adalah 0.410. Hal ini dapat dijelaskan bahwa 41% variasi keputusan dapat dijelaskan oleh variabel independen. Sedangkan sisanya ($100\% - 41\% = 59\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab yang diluar model. Variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen.

Berdasarkan nilai korelasi antara variabel pelayanan (X) dengan keputusan nasabah (Y) adalah sebesar 0.640. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara pelayanan (X) terhadap keputusan konsumen (Y).

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini, penulis membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah. Nilai t sebesar 17,029 dengan taraf signifikansi 0,000. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($17,029 > 2.011$), dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya variabel bebas (kualitas pelayanan) berpengaruh positif atau signifikan terhadap variabel terikat (kualitas pelayanan).
2. Hasil korelasi / hubungan (R-squared) menunjukkan bahwa variabel bebas/independen (X) memiliki pengaruh sebesar 41% terhadap variabel dependen/terikat (Y), artinya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 41%. 59% sisanya dijelaskan oleh alasan di luar model. Variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah, seperti 5 metode dimensi, dll.
3. Hasil koefisien korelasi (R) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan (X) dengan keputusan nasabah (Y). Hal tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,640.

DAFTAR PUSTAKA

- Fauziah Mubarak. 2020. "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Engaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Pedesaan Dalam Terhadap Keputusan Masyarakat Pedesaan Dalam Menabung Di Bri Syariah Kcp. Langkat Menabung Di Bri Syariah Kcp. Lang." *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi*

dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan: 22.

- Hidayati, F. (2018). Keefektifan Metode Reciprocal Learning terhadap Kemampuan Mengapresiasi Cerita Pendek Ditinjau dari Minat Membaca Karya Sastra. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 3(9), 10-20.
- Huda, M Komarul, and Universitas Simalungun. 2020. "Jurnal Metabio." 2(2): 34–40.
- Ida Nurlaeli, UINS. 2017. "Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bprs Di Banyumas." XVIII(2): 84.
- Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. 1st ed. Jakarta.
- Irawan, Beny, Erwin Daniel Sitanggang, and Sayed Achmady. 2021. "Sistem Pendukung Keputusan Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Mutu Pelayanan Rumah Sakit Berdasarkan Metode ServQual." *CESS (Journal of Computer Engineering, System and Science)* 6(1): 10.
- Lusi Anggri Eny. 2019. "No Title." *Analisis Pengaruh Citra, Pelayanan Jasa Dan Keragaman Produk Terhadap LOYALITAS NASABAH MENURUT PERSPEKTIF ISLAM: 26*. Manajemen Informatika, AMIK BSI Bekasi\.
2019. "Analisis Peran Bank Pengkreditan Rakyat (Bpr) Terhadap Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil(Umk)." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9): 1689–99.
- Nawawi, R., Darmawan, I., Pratama, G., & Robawi, J. (2021). Analisis Administrasi Pembukaan Rekening Baru pada Tabungan Wadiah BNI IB Hasanah di BNI Syariah KCP Plered. *Ecobankers : Journal Of Economy And Banking*, 2(1), 43-48. Retrieved from <http://journal.bungabangsacirebon.ac.id/index.php/EcoBankers/article/view/325>
- Nina Indah Febriana. 2016. "Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung." *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 3(1).
- Pratama, G. (2020). Upaya Modernisasi dan Inovasi Pengelolaan Sampah Berbasis Masyarakat di Desa Leuwimunding Majalengka. *Etos: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 37-49.
- Pratama, G. (2020). Analisis Transaksi Jual Beli online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemic Covid 19. *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 1(2), 21-34.
- Pratama, G. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Barang Dan Jasa Secara Online Sebagai Alternatif Membeli Dikalangan Mahasiswa. *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 1(1), 46-54.
- Pratama, G., Amin, N. M. F., & Fitriyah, Y. (2021). Pengaruh Program Aplikasi Sistem Informasi Direktorat Jendral Pajak (SIDJP) Terhadap Kinerja Pegawai Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 2(1), 52-61.
- Prof, Dr, Endang Widi Winarni, M.Pd. 2018. *Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. retno ayu. JAKARTA.
- Rika Mustika Harahap. 2021. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu*.
- Rita Irviani & Elvina F N STMIK Pringsewu, STIE Lampung Timur. 2018. "Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan Dan Promosi Dengan Keputusan Nasabah Dalam

- Menabung Pada Pt Bpr Fajar Warapastika Lampung Timur.” *STMIK Pringsewu, STIE Lampung Timur* 4(2): 106–20.
- Robyyanto, Pratama. 2020. “Analisis Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 1441 H / 2020 M* 21(1): 1–9.
- Samosir, Suhaila Husna; Munawwaroh. 2019. “Pentingnya Motivasi Dalam Berwirausahaguna Menciptakan Human Capital Dan Perilaku Inovatif (Studi Kasus Pada Usaha Kecil Di Jalan Garu li a Kecamatan Medan Amplas).” *Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah* 1,2 *Abstrak*.
- Sastrawan, Alex. 2019. “Pengaruh Premi Asuransi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Pendidikan Perspektif Ekonomi Islam.” : 40.
- Siregar, Rifka. 2016. “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei.” *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* 5(2): 2460–0585.
- Yeni Upita Sari. 2021. “Pengaruh Kualitaspelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening.” *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga*: 27.
- Yuliana, Rika. 2017. “No Title.” *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah*.
- Yulinda. 2020. “Pengaruh Islamic Branding Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Di Toko Annur Sungai Kambang Telanaipura Jambi.” *Analisis pendapatan dan tingkat kesejahteraan rumah tangga petani* 53(9): 1689–99.