

**Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan
terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung:
Studi Kasus Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balai Kota**

Nuraisyah Syarifah

Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam - Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

nuraisyahsyari@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of product quality, service quality and company image on savings decisions. The variables used are product quality (X1), service quality (X2) and company image (X3) on saving decisions (Y). The type of research used is quantitative research using surveys and distributing questionnaires. The sampling technique used was a non-probability sampling method with a total of 80 respondents. The analytical method used in this research is multiple linear regression. Research data processing was carried out using the Statistical Package for the Social Sciences version 20 (SPSS) tools. The research results showed that simultaneously the variables product quality, service quality and company image had a positive effect on purchasing decisions at the Bank Muamalat Medan City Hall Branch Office. 79% of product quality, service quality, company reputation and profit sharing can influence customer decision variables in saving while the remaining 21% of customers' decisions to take financing are influenced by other variables not examined in this research.

Keywords: product quality, service quality, company image, saving decisions.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap keputusan menabung. Variabel yang digunakan kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan citra perusahaan (X3) terhadap keputusan menabung (Y). Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif secara survei dan penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *nonprobability sampling* dengan jumlah sebanyak 80 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Pengolahan data penelitian dilakukan dengan menggunakan alat bantu *Statistical Package for the Social Sciences* versi 20 (SPSS). Hasil penelitian didapatkan bahwa secara simultan variabel kualitas Produk, Kualitas pelayanan, dan citra perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balai Kota. 79% kualitas produk, kualitas pelayanan, reputasi perusahaan dan bagi hasil dapat mempengaruhi variabel keputusan nasabah dalam menabung sedangkan sisanya yaitu 21% keputusan nasabah mengambil pembiayaan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: kualitas produk, kualitas pelayanan, citra perusahaan, keputusan menabung.

PENDAHULUAN

Di masa milenial dikala ini dengan tingkatan kompetisi yang kencang, wajib sanggup menghasilkan Indonesia sebagai negeri yang berkuasa dengan negara - negara rivalnya. Sebagai salah satu negeri bertumbuh, Indonesia wajib mencermati fondasi ekonomi supaya senantiasa kokoh. Dengan perekonomian yang kuat hendak menghasilkan Indonesia selaku negeri yang disegani dalam perdagangan global. Salah satu donor perekonomian suatu negeri kokoh merupakan kehadiran industri bidang usaha. lapak bidang usaha dikala ini kompetisi terus menjadi kencang serta menuntut para pelakon upaya buat lebih inovatif, inovatif serta hirau kepada kemajuan era buat menciptakan maksimal keuntungan untuk perusahaan mereka. Banyaknya bank syariah yang berdiri di Indonesia, membuat warga dihadapkan pada bermacam berbagai opsi badan finansial serta pastinya pula bermacam berbagai produk yang ditawarkan oleh bank itu. Bank Syariah ialah badan intermediasi serta fasilitator pelayanan finansial yang bertugas bersumber pada etika serta sistem angka Islam, khususnya yang leluasa dari bunga (riba), leluasa dari aktivitas hipotetis yang nonproduktif semacam pertaruhan (Maysir), leluasa dari keadaan yang tidak nyata serta meragukan (gharar), berpendirian kesamarataan, serta cuma mendanai aktivitas upaya yang halal.

Pendirian Bank Islam Indonesia diawali pada Tahun 1980. Lewat diskusi-diskusi bertemakan Bank Islam sebagai tiang ekonomi Islam. Sebagai tes percobaan dari ide perbankan Islam dipraktikkan dalam rasio yang relatif terbatas semacam di Bandung ada Bagian At-Tamwil Salman ITB serta di Jakarta ada Koperasi Ridho Baginda. Pada tahun 1980, Badan Malim Indonesia(berikutnya diucap MUI) membuat golongan kegiatan buat mendirikan Bank Islam di Indonesia. Bertepatan pada 18 hingga dengan 20 Agustus 1990, MUI menyelenggarakan sanggar kerja bunga bank serta perbankan di Cisarua, Bogor, Jawa Barat.

Hasil sanggar kerja itu setelah itu diulas lebih mendalam pada konferensi nasional IV MUI di Jakarta yang Bertepatan pada 22 hingga dengan 25 Agustus 1990. Yang menciptakan mandat untuk pembuatan golongan kerja pendirian Bank Islam di Indonesia. Golongan kegiatan diartikan diucap Regu Perbankan MUI dengan diberi kewajiban buat melaksanakan pendekatan serta diskusi dengan seluruh pihak yang terpaat.

Bank syariah kerap dipersamakan dengan bank tanpa bunga. Bank Syariah tidak hanya menjauhi bunga pula dengan cara aktif ikut berperan dalam menggapai target serta tujuan dari ekonomi Islam yang mengarah pada keselamatan sosial. (Ascarya dan Diana Yumanita, 2015: 13). Kegiatan perbankan syariah di Indonesia baru dimulai Tahun 1992 berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia No 7 Tahun 1992 Mengenai Perbankan. Penguasa setelah itu memutuskan kebijaksanaan yang spesial menata mengenai perbankan syariah ialah dengan menerbitkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor Ayu dan Hermawan, 2018:3). Oleh karenanya, kompetisi di antara badan finansial hendak terus menjadi hebat. Telah diberlakukannya UU Perbankan Syariah tersebut, menjadi awal pengembangan industri perbankan syariah nasional berkembang 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan

Syariah. Kebijakan ini membagikan peluang yang lebih besar buat pengembangan jaringan perbankan syariah. Rah secara pesat. Perkembangan yang impresif dengan rata-rata 65% per tahun dalam 5 tahun terakhir, hingga hendak amat diharapkan kedudukan pabrik perbankan syariah dalam men-*support* perekonomian nasional perkembangan dengan sangat signifikan. Untuk pelanggan, jasa yang baik dan kemampuan pegawai yang dihadapkan pada pelanggan ialah perihal yang amat berarti buat memperoleh kebahagiaan sebab mengenang andil serta partisipasi pelanggan tercantum perihal yang mendukung kemajuan serta perkembangan industri. (Febriana, 2017: 6). Pelakon bidang usaha dianjurkan buat berlagak bagus serta bertutur halus pada pembeli ataupun pelanggan. Karena adab yang bagus ialah modal awal buat menghasilkan benar serta moralis. (Ahmad Syahrizal, 2018)

Perbankan syariah salah satu zona cagak ekonomi negeri yang menjunjung besar rancangan klien sentris ataupun lebih memajukan kemauan serta memprioritaskan keinginan pelanggan dengan metode membagikan jasa yang terbaik buat memperoleh kebahagiaan pelanggan. Perihal ini diharapkan sanggup penuhi keinginan nasabahnya dalam aspek jasa bisnis finansial. Salah satu yang bisa dicoba perbankan syariah buat penuhi keinginan pelanggan yakni mengenali produk serta pelayanan yang diperlukan oleh pelanggan dengan menganalisis sikap pelanggan, sebab tiap pelanggan mempunyai perilaku yang berbeda- beda satu dengan yang lain. Sehabis melaksanakan pengenalan sikap pelanggan berikutnya perbankan syariah bisa membagikan mutu jasa yang bagus buat menghasilkan kebahagiaan pelanggan. Bila jasa yang diserahkan melampaui impian pelanggan hingga hendak menghasilkan kebahagiaan, hendak namun kebalikannya bila jasa yang diserahkan jauh lebih kecil dari apa yang diharapkan hingga pelanggan hendak merasa tidak puas. (Fandy Tjiptono, 2015: 12)

Bank Muamalat Indonesia telah memperoleh tempat di batin warga Indonesia. Perihal ini dibuktikan bahwa bank ini telah mempunyai 325 kantor layanan tercantum 1(satu) kantor agen di Malaysia. Operasional bank ini pula dibantu oleh jaringan layanan yang besar berbentuk 710 bagian ATM Muamalat, 120 ATM Prima, dan lebih dari 11. 000 jaringan ATM di Malaysia lewat Malaysia Elektronik Payment (MEPS). Sampai dikala ini, Bank Muamalat Indonesia bekerja bersama cabang entitasnya dalam membagikan layanan terbaik ialah Alljarah Indonesia Financi (ALIF) yang membagikan pelayanan pembiayaan terbaik berbasis syariah, DPLK Muamalat yang membagikan anggaran pensiun lewat layanan anggaran pensiun badan finansial, serta *baitulmaal* Muamalat yang membagikan layanan distribusi anggaran Amal Infak serta Amal (selanjutnya disebut ZIS).

Penelitian Novita menerangkan kepatuhan pelanggan amat berarti untuk bank yang melindungi kesinambungan usahanya. Pelanggan yang loyal merupakan mereka yang amat puas dengan produk serta jasa khusus, alhasil memiliki antusiasme buat memperkenalkannya pada siapa pun yang mereka kenal. (Novita, Anggun Citra, 2018: 14). Berikutnya pada langkah selanjutnya pelanggan yang patuh itu hendak memperluas “kesetiaan” mereka pada bahan- bahan lain dari bank itu. Ahli penjualan beranggapan bahwa “*Customer loyalty is the DNA of marketing*”, yang maksudnya

kepatuhan klien merupakan DNA penjualan, sebab kepatuhan klien ataupun pelanggan merupakan agunan kelebihan bersaing, perkembangan, keuntungan, serta daya tahan waktu yang lama sebuah industri atau bank.

Ada sebagian profit strategis untuk industri mengenai berartinya menjaga kepatuhan klien. Balasan dari kepatuhan bertabiat waktu jauh serta tertimbun. Jadi bertambah lama kepatuhan setiap pelanggan, terus bertambah besar keuntungan yang bisa didapat industri dari seseorang konsumen. (Griffin, 2018: 16). Seseorang klien yang patuh bisa jadi *asset* yang amat berharga untuk perusahaan. Dipertahankannya klien yang patuh bisa memperkecil upaya mencari klien terkini, membagikan korban balik positif pada perusahaan, serta kepatuhan memiliki ikatan positif dengan profitabilitas. (Dharmmesta dan Yudha Bagja, 2018: 21).

Di dalam Novel Tjiptono, kalau faktor- faktor yang pengaruhi kepatuhan pelanggan terdapat 5 ialah mutu jasa, mutu produk, penuh emosi, harga, serta bayaran. Dari kelima aspek itu terdapat 2 aspek yang jadi elastis pada riset ini, ialah mutu jasa serta mutu produk. Mutu Jasa yang dipunyai oleh sebuah bank bisa mempengaruhi positif kepada kepatuhan klien sebab membagikan angka plus berbentuk dorongan spesial untuk klien buat menjalankan jalinan kedekatan yang sama-sama profitabel dalam waktu yang lama dengan industri. Jalinan inilah yang membuat klien patuh. Kualitas produk yang baik dengan metode langsung dapat mempengaruhi kadar keceriaan klien, dan bila Mengenai itu berjalan dengan metode tidak berubah- ubah dapat menimbulkan klien yang tetap patuh membeli atau mengenakan produk itu serta diucap kepatuhan pelanggan. Dalam penelitian Utari mengatakan kalau nama baik industri mempengaruhi kepada kepatuhan pelanggan, disebabkan bila nama baik industri yang dipunyai oleh bank bagus bisa memunculkan kelayakan pelanggan kepada bank tersebut. (Utari, Desi Suci, 2015: 4). Citra atau Nama baik industri berpengaruh kepada kepatuhan pelanggan, maknanya kalau bila industri mempunyai citra atau nama baik yang sangat bagus harusnya bisa menggambarkan kualitas pelayanan yang baik juga, dalam konteks pelayanan nasabah, jaminan sosial terhadap nasabah dan indikator lainnya yang menarik minat dan kepuasan serta menimbulkan kenyamanan dalam menabung bagi nasabah.

Diputra meyakinkan bahwasanya bila industri bisa membagikan jasa yang bermutu serta pelanggan merasa memperoleh kebahagiaan dampaknya bisa mewujudkan kepatuhan konsumen, serta kebalikannya. Bagi Hardiwan serta Mahdi mutu produk yang bagus bisa menghasilkan, menjaga kebahagiaan dan menghasilkan pelanggan hendak loyal. Konsumen yang Loyal maknanya ialah setia untuk menggunakan jasa perbankan yang diberikan oleh bank yang bersangkutan. Untuk tiap bank layanan ialah aspek yang berarti dalam upaya buat membuat kepatuhan pada para pelanggannya. Apabila klien merasa tidak puas bisa menimbulkan klien itu beralih ke bank yang lain, alhasil bisa menimbulkan kehilangan pendapatan pada bank itu. Di suatu industri dalam membagikan jasa yang bagus seluruh pegawai diharapkan memiliki kepehaman yang bagus. Kepehaman (*Responsiviness*) merupakan suatu respons/kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. (Aziz dan Fathul Aminudin, 2016: 18)

Penelitian ini akan mengukur kuatnya pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap keputusan menabung pada industri perbankan, tepatnya pada Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balai Kota.

Dikala ini pelanggan yang patuh sedang jadi prioritas penting Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balai Kota supaya sanggup bertahan dengan para kompetitor bank- bank syariah yang lain yang terletak di Medan. Buat menjaga nasabahnya, Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balai Kota menerapkan pelayanan yang sebaik mungkin serta baik melayani seluruh nasabahnya tanpa terkecuali. Pelayanan merupakan suatu cara pelampiasan keinginan lewat kegiatan orang lain dengan cara langsung. Jasa yang diperlukan orang pada dasarnya terdapat 2 tipe, ialah layanan raga yang karakternya individu sebagai orang serta layanan administratif yang diserahkan oleh orang lain berlaku sebagai bagian perusahaan, baik itu perusahaan massa ataupun Negeri. Awal, Layanan raga yang karakternya individu selaku orang yakni apabila seorang nasabah dihadapkan pada layanan secara fisik menyangkut kebutuhan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan, nasabah merasa terbantu secara lahiriah dan batiniah sehingga muncul rasa kepuasan terhadap suatu pelayanan yang diberikan. Kedua, Layanan administratif yang diberikan oleh suatu Lembaga perbankan berupa pelayanan surat-menyurat, layanan secara pemberkasan dan lain sebagainya yang diberikan dengan maksimal kepada nasabah akan membawa penilaian yang baik terhadap reputasi perbankan itu sendiri. Pelayanan yang sangat baik dari Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balai Kota merupakan perwujudan kualitas Pelayanan mengutamakan pelanggan (*customer*). Kualitas Pelayanan merupakan suatu kemampuan jasa yang diberikan untuk memuaskan kebutuhan atau tuntutan dari pelanggan (*customer*).

Ada pula faktor- faktor kebahagiaan pelanggan dalam memakai pelayanan layanan asuransi antara lain merupakan mutu produk, mutu jasa, penuh emosi, harga, keringanan, pengalaman individu, pengalaman orang lain, serta advertensi. Buat penuhi keinginan pelanggan serta kebahagiaan pelanggan, mempunyai standar yang serupa dalam mengukur jasa yang bagus. Tidak hanya mempraktikkan jasa yang terbaik, Bank Muamalat Kantor Agen Area Gedung Kota pula berusaha buat membagikan produk yang bermutu dan unggul dibandingkan dengan produk yang ada di bank-bank syariah lainnya. Produk yang berkualitas dan unggul merupakan sebuah tingkat kualitas produk yang memiliki tingkat kualitas yang sangat baik dan mampu bersaing dengan produk-produk lainnya di dunia pasar. Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong ialah kalau mutu produk ialah senjata strategi yang potensial buat menaklukkan kompetitor. Jadi, cuma industri dengan mutu produk terbaik hendak berkembang dengan cepat, serta dalam waktu yang panjang industri itu bisa lebih sanggup sukses dibandingkan industri yang lain. *Style* hidup mempunyai 2(2) pandangan untuk para pelanggan. yang pertama, berperan sebagai penganjur ataupun memberi semangat buat bermacam aktivitas membeli. Maksudnya keinginan buat membuat ketetapan membeli muncul dari apa, siapa serta bagaimana permasalahan dan kesempatan apa saja yang dialami dalam kehidupan. Kedua,

merupakan kalau *style* hidup bisa berganti sebagai hasil dari cara pengumpulan ketetapan pelanggan.

Kualitas produk ialah perihal yang amat butuh dicermati oleh industri. Perihal ini diakibatkan kalau mutu produk yang bagus bisa membagikan kebahagiaan untuk para pelanggan. Perihal ini pula diakibatkan oleh sikap pelanggan yang senantiasa membutuhkan produk yang terbaik dalam mencukupi kebutuhannya. Mutu produk yang amat bagus ini bisa membagikan keyakinan pada pelanggan dalam penggunaannya yang setelah itu jadi dorongan pelanggan buat membeli ataupun menikmati produk itu. Mutu produk yang amat bagus ini hendak membagikan keyakinan pada pelanggan untuk menggunakan suatu jasa perbankan. Dengan demikian secara otomatis akan meningkatkan citra atau reputasi dari perusahaan perbankan, karena sudah mendapatkan tempat di hati masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi suatu unit sosial seperti halnya individu, kelompok, lembaga atau masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk

Bank Muamalat merupakan perusahaan publik yang sahamnya tidak tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan secara resmi beroperasi sebagai Bank Devisa sejak tanggal 27 Oktober 1994 berdasarkan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 27/76/KEP/DIR tentang Penunjukan PT Bank Muamalat Indonesia Menjadi Bank Devisa tanggal 27 Oktober 1994. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. S-79/MK.03/1995 Tanggal 6 Februari 1995, Perseroan secara resmi ditunjuk sebagai Bank Devisa Persepsi Kas Negara.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. S-9383/MK.5/2006 tanggal 28 Desember 2006, Perseroan memperoleh status Bank Persepsi yang mengizinkan Perseroan untuk menerima setoran-setoran pajak. Kemudian pada tanggal 25 Juli 2013, Perseroan telah menjadi peserta program penjaminan Lembaga Penjamin Simpanan sebagaimana tercantum dalam Surat Lembaga Penjamin Simpanan No. S.617/DPMR/VII/2013 perihal Kepesertaan Lembaga Penjamin Simpanan. Perseroan lalu ditetapkan sebagai Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji berdasarkan Surat Keputusan Badan Pengelola Keuangan Haji No. 4/BPKH.00/2018 tanggal 28 Februari 2018.

Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balai Kota

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (“Bank Muamalat Indonesia”) yang beralamat di Jalan Balai Kota No. 10 D-E, Kesawan, Kec. Medan Barat, Kota Medan, Sumatera Utara memulai perjalanan bisnisnya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November

1991 atau 24 Rabi’us Tsani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat.

Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan *multifinance* syariah (*Al-Ijarah Indonesia Finance*) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia.

Selain itu produk Bank yaitu Shar-e yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk Shar-e Gold Debit Visa yang diluncurkan pada tahun 2011 tersebut mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi *chip* pertama di Indonesia serta layanan *echannel* seperti *internet banking*, *mobile banking*, ATM, dan *cash management*. Seluruh produk-produk tersebut menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.

Untuk memperkuat permodalannya, Bank Muamalat sedang mencari investor yang ada dan Islamic Development Bank (IDB) merespons positif. berbasis di Jeddah, Arab Saudi. IDB secara resmi bangkrut pada rapat umum pada 21 Juni 1999 pemegang saham Bank Muamalat. Periode antara tahun 1999 dan 2002 ada masa-masa penuh tantangan dan kesuksesan bagi Bank Muamalat. Di dalam Selama ini, Bank Muamalat berhasil membalikkan keadaan dari kekalahan menjadi kemenangan Berkat usaha dan dedikasi setiap kru Muamalat, didukung oleh kepemimpinan dan strategi yang kuat tertibnya perkembangan bisnis serta pemenuhan implementasi perbankan syariah secara efisien.

Pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia mendapatkan izin sebagai Bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2003, Bank dengan percaya diri melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 (lima) kali dan merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi *Mudharabah*. Aksi korporasi tersebut semakin menegaskan posisi Bank Muamalat Indonesia di peta industri perbankan Indonesia.

Seiring kapasitas Bank yang semakin diakui, Bank semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia. Pada Tahun 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala

Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di

Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui *Malaysia Electronic Payment* (MEPS).

Pengujian Hipotesis a. Uji t (Pengujian Hipotesis Secara Parsial)

Buat mencoba apakah tiap- tiap variabel kualitas produk, kegiatan jasa, pandangan pada industri serta untuk hasil dengan cara parsial bisa memberikan pengaruh variabel ketetapan pelanggan mengutip pembiayaan memakai uji t. Selanjutnya hendak dipaparkan pengetesan tiap- tiap variabel dengan cara parsial.

Tabel 1. Pengujian hipotesis secara parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.070	3.814		3.951	.000
	Total_Kualitas_Produk	.102	.155	.095	.659	.023
	Total_Kualitas_Pelayanan	.441	.131	.469	3.369	.001
	Total_Citra_Perusahaan	.122	.134	.127	.910	.036

a. *Dependent Variable:* Total_Keputusan_Nasabah

Sumber: Data Primer yang diolah 2022

Tabel 2. Dependent Variable

Variabel	t hitung	t table	Sig
Kualitas Produk	5,659	1,991	0,023
Aktivitas Pelayanan	3,369	1,991	0,001
Citra Perusahaan	2,910	1,991	0,036

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

- 1) Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,659 > 1,992$ dan memiliki taraf signifikansi sebesar $0,023 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka variabel Kualitas Produk (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan.
- 2) Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,369 > 1,992$ dan memiliki taraf signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka variabel aktivitas promosi (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan.
- 3) Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,910 > 1,992$ dan memiliki taraf signifikansi sebesar $0,036 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka variabel citra perusahaan (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan.

b. Uji F (Pengujian Hipotesis Secara Simultan)

Hasil perhitungan Regresi secara Bersama-sama diperoleh pada tabel 2.9 berikut ini:

Tabel 3. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1208.660	3	402.887	17.830	.000 ^b
	Residual	1717.340	76	22.597		
	Total	2926.000	79			
a. <i>Dependent Variable:</i> Total_Keputusan_Nasabah						
b. <i>Predictors:</i> (Constant), Total_Citra_Perusahaan, Total_Kualitas_Pelayanan, Total_Kualitas_Produk						

Sumber: Data Primer yang diolah 2022

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama- sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik diperoleh nilai F hitung = 17,830 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai sig (0,00) < 0,05 atau nilai F hitung (17,830) > F tabel (2,72) menunjukkan bahwa secara bersama-sama Kualitas produk, aktivitas pelayanan, citra perusahaan dan bagi hasil dapat mempengaruhi variabel keputusan nasabah dalam menabung.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini dipakai buat mengenali seberapa besar akibat variabel- variabel leluasa mempunyai akibat kepada variabel terikatnya. Angka koefisien determinasi ditetapkan dengan angka *adjusted R square*.

Tabel 4. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.643 ^a	.413	.790	4.754	1.310
a. Predictors: (Constant), Total_Citra_Perusahaan, Total_Kualitas_Pelayanan, Total_Kualitas_Produk					
b. Dependent Variable: Total_Keputusan_Nasabah					

Sumber: Data Primer yang diolah 2022

Hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,790. Hal ini berarti 79% kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan dapat mempengaruhi variabel keputusan nasabah dalam menabung sedangkan sisanya yaitu 21% keputusan nasabah mengambil pembiayaan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. Uji Dominasi

Buat memastikan variabel bebas yang sangat mempengaruhi kepada variabel Y, bisa dicoba dengan menyamakan koefisien regresi (Beta) antara variabel yang satu dengan yang lain. variabel bebas yang sangat besar pengaruhnya kepada variabel Y merupakan variabel yang mempunyai koefisien regresi yang sangat besar. Buat menyamakan koefisien regresi tiap-tiap variabel bebas, dihidangkan bagan tingkatan sebagai berikut:

Tabel 5. Ringkasan Hasil Analisis Regresi

Peringkat	Variabel	Koefisien Beta
3	X1	0,095
1	X2	0,469
2	X3	0,127

Berdasarkan tabel 4.10 terlihat bahwa variabel X2 adalah variabel yang memiliki koefisien beta yang paling besar. Artinya, variabel lebih banyak dipengaruhi oleh variabel X2 (Kualitas Pelayanan) dibandingkan dengan variabel lain.

Pembahasan ini adalah analisis mengenai hasil temuan penelitian ini terhadap kesesuaian teori, pendapat, maupun penelitian terdahulu yang telah dikemukakan hasil penelitian sebelumnya. Berikut ini ada 4 (Empat) bagian utama yang akan dibahas dalam analisis hasil temuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Keputusan Menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balai Kota

Mutu produk ialah bentuk wujud dari penilaian pelanggan kepada tingkatan produk yang ditawarkan dengan tingkat produk yang Fasilitas layanan yang diberikan PT. Bank Muamalat Tbk, Kantor Cabang Medan Balai Kota memberikan kualitas, kemudahan, dan keamanan bagi nasabah PT. Bank Muamalat Tbk, Kantor Cabang Medan Balai Kota.

Mutu produk yang bagus ialah impian pelanggan yang wajib dipadati oleh industri sebab mutu produk yang bagus ialah kunci perkembangan daya produksi industri (Agustinawati. 2016). Oleh sebab itu, industri hendak senantiasa berupaya memberikan kepuasan klien dengan sediakan produk yang bermutu serta berguna. Mutu produk merupakan karakter serta karakter benda atau pelayanan yang memberikan pengaruh pada kemampuannya buat mencukupi keinginan itu memberikan pengaruh pada keahlian buat mencukupi keinginan yang diklaim ataupun tersirat. Kualitas produk merupakan perihal berarti yang wajib dipunyai oleh produk, jadi produsen wajib menciptakan produk bermutu yang menarik atensi pelanggan buat membeli serta kesimpulannya tingkatkan kepatuhan klien.

Berdasarkan hasil pengujian secara individual pengaruh sebesar 38,5% Kualitas Produk terhadap Keputusan Menabung diperoleh nilai t hitung $5,009 > 1,992$ Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (H_0 diterima), hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Menabung. Sedangkan selebihnya 61,5% dipengaruhi dan ditentukan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam Analisa atau penelitian regresi ini. Kualitas Produk merupakan salah satu sarana *positioning* utama pemasar dalam perusahaan, juga mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas produk berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Dengan kualitas produk yang mampu meyakinkan nasabah untuk menabung maka keputusan untuk menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Medan Balai Kota akan semakin meningkat. Hasil itu diperkuat oleh riset yang dicoba oleh Setiawan yang membuktikan kalau mutu produk serta harga mempengaruhi penting kepada mutu jasa. Riset lain yang dicoba oleh Habibah (2016) dengan hasil mutu produk serta harga mempengaruhi positif kepada ketetapan pembelian.

Kepatuhan klien bisa diperkuat dengan tingkatkan gelombang komunikasi. Saat klien sudah membeli produk, interaksi tidak wajib selesai. Tindakan lanjutan *marketing* buat memeriksa apakah konsumen suka dengan jasa yang mereka dapat. Sebab agen berhubungan dengan orang yang belum sempat mereka temui lebih dahulu dikala menawarkan asuransi ataupun mencari calon klien, mereka hendak mempunyai banyak relasi ataupun ikatan. (Muhammad Risalah Harahap, 2022)

Kualitas produk menjadi hal yang sangat vital bagi sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa seperti perbankan. Hal ini disebabkan karena dunia perbankan berinteraksi langsung dengan masyarakat. Produk termasuk dalam kategori pelayanan pada sebuah industri yang berjalan dalam bidang perbankan.

Produk yang dimaksud berbentuk pelayanan yang diberikan kepada para *customer*. Hal ini juga pernah dikemukakan oleh Sachdev serta Verma kalau baik tidaknya mutu jasa dilihat berdasarkan oleh anggapan pelanggan serta tindakan pelanggan. Apabila produk layanannya baik maka dengan sendirinya bisa memberikan pengaruh pada ketetapan pelanggan buat jadi pelanggan dan menjadi bagian dari sebuah bank tersebut. Nasabah tidak hanya menabung semata-mata dan menggunakan berbagai fasilitas yang diberikan, namun nasabah dengan sendirinya menuntut produk layanan yang berkualitas yang diberikan oleh manajemen perusahaan kepada para *customer*-nya.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Keputusan Menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balai Kota

Mutu jasa ialah sebuah wujud penilaian pelanggan kepada tingkatan jasa yang diperoleh (*perceived service*) dengan tingkatan layanan yang diharapkan (*expected service*). Sebaliknya Roesanto serta Nanang Tasunar beranggapan kalau mutu layanan merujuk pada penilaian- penilaian pelanggan mengenai inti jasa. Inti jasa yang diartikan ialah sang donatur jasa itu sendiri ataupun totalitas perusahaan jasa, beberapa warga saat ini mulai membuktikan desakan kepada jasa prima, mereka bukan lagi hanya menginginkan produk yang baik namun mereka lebih suka menikmati kenyamanan jasa.

Fasilitas layanan yang diberikan PT. Bank Muamalat Tbk, Kantor Cabang Medan Kota memberikan kenyamanan, kemudahan, dan keamanan bagi nasabah PT. Bank Muamalat Tbk, Kantor Cabang Medan Balai Kota berupa pelayanan dari karyawan/pegawai yang cepat, tepat, dan ramah kemudian memberikan ATM, *phone banking*, *SMS banking*, *internet banking*, dan *mobile banking* adalah layanan 24 jam agar mempermudah nasabah PT. Bank Muamalat Tbk, Kantor Cabang Medan Kota melakukan transaksi.

Selain itu juga bisa dilakukan untuk membuat nasabah tertarik untuk menabung pengembangan lokasi fisik bank berupa tempat dan infrastruktur yang aman dan nyaman, sehingga dapat dikatakan bahwa fisik objek dapat menjadi faktor penentu dalam pemesanan atau tidak ada pelanggan (Nurul Inayah 2022).

Promosi atau advertensi ialah salah satu variabel yang amat berarti dalam menjual produk pelayanan. Alhasil terus menjadi banyak advertensi diharapkan membagikan hasil yang positif pada kebahagiaan pelanggan. Tanpa terdapatnya advertensi yang dicoba oleh bank syariah, bisa banyak warga tidak hendak memahami bank itu (Ortega, 2017).

Bersumber dari hasil pengujian secara individual pengaruh Kualitas Produk berpengaruh sebesar 37,4% terhadap Keputusan Menabung diperoleh nilai $t_{hitung} > 2,288 > 1,992$ Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (H_0 diterima). sedangkan sisanya sebesar 62,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Setelah memberikan peningkatan mutu jasa industri buat penuh keinginan serta kemauan pelanggan, perbankan juga wajib melaksanakan advertensi buat dana haji serta umrah. Dengan terdapatnya advertensi, yang ialah

aktivitas buat mengonsumsi, memberikan wawasan serta kepercayaan orang mengenai sebuah produk supaya mereka mengenali serta menjajaki kebolehan produk itu, membeli serta mengenakan produk itu, juga mengikat akal serta juga perasaannya dalam sebuah bentuk kepatuhan kepada produk.

Hasil itu di atas diperkuat oleh Ariani (2015) yang membuktikan kalau mutu jasa, memberikan pengaruh penting kepada menyimpan uang pada Bank Orang Indonesia Cabang Solok. Riset lain yang sempat dicoba oleh Choirini (2013) menerangkan kalau mutu jasa memberikan pengaruh positif kepada ketetapan pembelian di Baseball Food Court Universitas Surabaya. Perihal ini berarti kalau ingin meningkatkan ketetapan menyimpan uang, hingga Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balai Kota wajib tingkatkan mutu ruangan serta ketersediaan sarana wisatawan, intensitas pegawai dalam menolong pelanggan dengan cara ikhlas jujur, membagikan rasa nyaman pada para pelanggan dikala berbisnis.

Mutu jasa jadi perihal yang amat vital untuk suatu industri yang beranjak dalam aspek pelayanan semacam perbankan. Hal ini disebabkan karena dunia perbankan berinteraksi langsung dengan masyarakat. Hal ini juga pernah dikemukakan oleh Sachdev dan Verma kalau baik tidaknya mutu jasa ditetapkan oleh anggapan pelanggan serta tindakan pelanggan. Apabila pelayanannya baik maka dengan sendirinya bisa memberikan pengaruh pada ketetapan pelanggan buat jadi pelanggan serta menjadi bagian dari sebuah bank tersebut. Nasabah tidak hanya menabung semata-mata dan menggunakan berbagai fasilitas yang diberikan, namun nasabah dengan sendirinya menuntut pelayanan yang berkualitas yang diberikan oleh manajemen perusahaan kepada para *customer*-nya.

Mutu jasa merupakan gambaran ataupun tingkatan analogi antara tingkatan jasa yang di informasikan industri dibanding ekspektasi klien. (Tjiptono, 2014)

Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Keputusan Menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balai Kota

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan di atas diperoleh hasil bahwa variabel (X) Citra Perusahaan terhadap loyalitas nasabah berpengaruh sebesar 36,6% signifikan terhadap variabel (Y) Nasabah Menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balai Kota. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil analisis korelasi produk moment sebesar $2,910 > 1,992$ dibandingkan dengan r tabel tingkat signifikan 0,036 Jadi r hitung besar dari r tabel, maka dapat ditarik bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan (H_a) diterima.

Hasil riset itu diperkuat oleh Indratama (2014) kalau pandangan *merk* serta promosi atau advertensi pemasaran memberikan pengaruh penting kepada ketetapan pelanggan memilah dana. Pandangan industri yang amat bagus dipengaruhi oleh mutu jasa serta mutu produk yang sangat baik. Sehingga memunculkan persepsi yang baik dari kalangan masyarakat terkait keputusan menabung di PT Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balai Kota. Perusahaan yang memiliki citra yang baik maka dengan sendirinya memiliki Citra atau reputasi yang

baik. Apabila Citra atau reputasi perusahaan sangat baik, maka akan memudahkan konsumen untuk memilih menabung di PT Bank Muamalat Kantor Cabang Medan

Balai Kota. Bank Muamalat Indonesia Tbk dikenal sangat baik reputasinya. Sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia yang berdiri sejak Tahun 1992. Oleh karena itu, Bank Muamalat Indonesia dikenal dengan pelopor Bank Syariah di Indonesia yang memiliki citra merek atau reputasi perusahaan yang dapat meningkatkan pangsa pasar.

Pengaruh Secara Simultan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balai Kota

Pengaruh secara simultan merupakan pengaruh yang berkesinambungan secara bersama-sama antara variabel 1 dan variabel yang lainnya, sehingga membentuk sebuah hasil akhir. Pengaruh berkesinambungan antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan reputasi sebuah perusahaan yang pada akhirnya bermuara pada keputusan masyarakat untuk menggunakan pelayanan jasa sebuah perusahaan, seperti halnya perbankan.

Mengenai pengaruh antara kualitas produk, kualitas Pelayanan, dan citra perusahaan terhadap keputusan menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Medan Balai Kota pada penelitian ini sudah jelas terbukti ada pengaruh secara simultan. Berdasarkan hasil uji F didapat nilai F hitung = 17,830. Dikarenakan nilai $F_{hitung} (17,830) > F_{tabel} (2,72)$ dengan signifikan 0,000. artinya ada pengaruh kualitas produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan secara simultan dan signifikan terhadap keputusan menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Medan balai Kota 79% kualitas produk, kualitas pelayanan, reputasi perusahaan dan bagi hasil dapat mempengaruhi variabel keputusan nasabah dalam menabung sedangkan sisanya yaitu 21%.

Produk dan layanan pada dunia perbankan sangat berkaitan erat. Produk di dalam sebuah perusahaan perbankan itu berbentuk sebuah pelayanan jasa yang pada prinsipnya berhadapan langsung dengan masyarakat selaku *customer*-nya. Produk diukur dengan sebuah indikator yang disebut dengan kualitas. Kualitas produk merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat produk yang ditawarkan dengan tingkat produk yang Fasilitas layanan yang diberikan PT. Bank Muamalat Tbk, KCP Medan Balai Kota memberikan kualitas, kemudahan, dan keamanan bagi nasabah PT. Bank Muamalat Tbk, KCP Medan Balai Kota.

Bentuk pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia khususnya KC Medan Balai Kota terhadap *customer* yakni pemberian produk layanan yang langsung diterima oleh masyarakat. Kualitas produk yang baik akan memberikan dampak yang baik juga terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Pelayanan merupakan kegiatan yang dapat dijadikan sebagai dasar untuk ditonjolkan dari perusahaan lain. Formulir pengiriman layanan Satu perusahaan mungkin berbeda dari yang lain. Setiap perusahaan berusaha menarik konsumen agar menjadi pelanggan setia. Sebagai perusahaan yang berkomitmen dalam bidang

produk dan layanan, kualitas layanan. Selain kualitas produk merupakan aspek penting lain yang perlu diperhatikan. Lebih-lebih lagi saat ini persaingan tidak lagi berdasarkan pada kualitas produk yang ditawarkan melainkan pada tentang kualitas layanan yang dicari pelanggan.

Dibutuhkan strategi spesial buat melalui kompetisi yang terdapat paling utama dengan melaksanakan komunikasi penjualan. Dikala ini komunikasi penjualan tidak lagi mencermati mutu produk yang diperoleh, industri mulai berganti mencermati perihal yang lebih berarti lagi ialah pandangan jasa sebab jasa bisa bawa profit untuk industri. Akibat jasa yang bagus serta bisa jadi hendak melampaui impian pelanggan Menghasilkan kebahagiaan klien bisa mendesak tingkatan keyakinan serta kepatuhan pelanggan kepada sesuatu produk dengan cara tidak langsung bidang usaha (peningkatan citra).

Sedangkan pada variabel mutu jasa amat memberikan pengaruh yang positif serta penting kepada kebahagiaan klien. Perihal ini berarti terus menjadi bagus mutu jasa, hingga hendak terus menjadi besar kebahagiaan klien. Tidak hanya itu, mutu jasa ialah salah satu aspek yang bisa memberikan peningkatan kebahagiaan klien. Akibat mutu jasa kepada kebahagiaan klien begitu juga ditemui dalam analisa pada riset ini. Dimana bersumber pada *research*, klien yang puas hendak memilah pengalaman dengan 3- 5 orang. Kebalikannya bila mereka tidak puas hingga hendak menceritakan pada 10- 15 orang yang lain (Sunardji Harahap, 2018). Pada pelayanan, terdapat etika pelayanan yaitu integritas bank terutama petugas pelayanan dalam memenuhi apa saja yang diinginkan atau harapan konsumen/nasabah.

Demikian juga sebaliknya, jika produk pelayanan yang diberikan carutmarut, maka dengan sendirinya berdampak buruk terhadap kualitas pelayanan. Kualitas produk yang baik berdampak baik terhadap kualitas pelayanan yang langsung berdampak positif juga terhadap citra perusahaan yang bersangkutan. Apabila citra atau reputasi perusahaan baik, maka dengan sendirinya akan mempengaruhi masyarakat untuk menjadi nasabah dan menggunakan jasa pelayanan perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas produk, Kualitas Pelayanan dan citra Perusahaan berpengaruh terhadap keputusan menabung. Dapat disimpulkan bahwa dengan adanya Kualitas produk, Kualitas Pelayanan yang bagus dan Citra Perusahaan yang baik dapat meningkatkan di dalam keputusan menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Medan Balai Kota.

KESIMPULAN DAN SARAN

Di sini, berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan jawaban dari hipotesis dan atau tujuan penelitian atau temuan yang diperoleh. Kesimpulan bukan berisi perulangan dari hasil dan pembahasan, tetapi lebih kepada ringkasan hasil temuan seperti yang diharapkan di tujuan atau hipotesis.

Saran menyajikan hal-hal yang akan dilakukan terkait dengan gagasan selanjutnya dari penelitian tersebut. Kesimpulan dan saran ditulis dalam bentuk paragraf, bukan nomor.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran dan Terjemahannya

Arikunto, Suharsimi, *Manajemen Penelitian, cetakan kelima*, Jakarta: Asdi Mahasatya, 2016.

Ascarya, Dina Yumanita. *Bank Syariah: Gambaran Umum*, Jakarta: Pusat Pendidikan dan studi Kebanksentralan, 2015.

Aziz, Fathul Aminudin. *Manajemen dalam Perspektif Islam*, Majenang: Pustaka ElBayan, 2015.

Aziz. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo)*, Jurnal Administrasi Bisnis (Jab), 51(2), 2017.

Dharmmesta, Yudha Bagja, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen pada Hotel Arwana di Jakarta*, Skripsi Fakultas Ekonomi Unnes, 2015.

Febriana. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen pada Hotel Arwana di Jakarta*. Skripsi Fakultas Ekonomi Unnes, 2017.

Federick Taylor. *Elementary Survey Sampling, Seventh Edition*. United States of America: Nelson Education, Ltd, 2015.

Gagah B. *Manajemen Penilaian Kinerja*, 2017.

Griffin. *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2018.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*, New York: Prentice Hall, 2020.

Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, United States of America: SAGE Publication, Inc, 2017.

Harahap Risalah Muhammad dan Syahriza Rahmi "Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen" Vol. 2 No. 2, Year [2022] Page 1534-1547 Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Prodi Asuransi Syariah. 2022.

Harahap, Sunarji, 2018. *Studi Kelayakan Bisnis, Pendekatan Integratif*, Medan, Febi. UIN-SU Press

Hasanah. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun The Pagilaran*, Skripsi Universitas Diponegoro Semarang, 2018. <http://cnbcindonesia.com/>
<http://media.neliti.com/>

Kertajaya, Hermawan. *Rethinking Marketing*, Jakarta: Indeks, 2016.

Kotler, P. *Principle Dan Marketing*. California: Pearson/Prentice, 2017.

Mardiana, B. D. *Psychology Applied To Work: An Introduction To Industrial And Organizational Psychology: Eight Edition*, USA: Thomson Wadsworth, 2016.

Nasution, A. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Terhadap Kepuasan Nasabah Bri Syariah Cabang Cirebon*. Skripsi, 2015.

- Nasution, M, Fawwaz, "Analisis Pelayanan BTN Syariah Terhadap Kepuasan Mahasiswa Bidikmisi UINSU", *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU Medan*, 2020.
- Novita, Anggun Citra. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI*. *Jurnal Berkala Ilmiah*, Vol. 16, No. 01, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet, 2016.
- Sutojo. *Metode Riset Bisnis*, Yogyakarta: And, 2015.
- Sutrisni. *Metode Penelitian Pemasaran*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Syahrizal, Ahmad, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam", (*Jurnal Aktualita* Vol 9 Edisi I, Desember 2018), h. 108.
- Syofian, Siregar, *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Dilengk'api Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta 2016 Tjiptono, F. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang, 2015.
- Tjiptono, Fandy. 2013. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, Yogyakarta: AND, 2017.
- Utari, Desi Suci. *Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah pada jasa Asuransi (Kasus pada PT. Asuransi BSAM Cabang Pekanbaru)*. *Jurnal Jom FISIP*. Vol 2, No. 2, 2015.
- Wijanto, S. H. *Structural Equation Modeling dengan LISREL 8.8: Konsep dan Tutorial*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2018.
- Wijaya, T. *Manajemen Kualitas Jasa*, Jakarta: PT. Indeks, 2015.
- Yuliari, Imade. *Modul Regresi Linear Berganda*, Fakultas Matematika, dan Ilmu Pengetahuan Alam, 2016.

Jurnal Ilmiah

- Harahap Risalah Muhammad dan Syahriza Rahmi "Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen" Vol. 2 No. 2, Year [2022] Page 1534-1547 Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Prodi Asuransi Syariah. 2022.
- Novita, Anggun Citra. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI*. *Jurnal Berkala Ilmiah*, Vol. 16, No. 01, 2016.
- Tjiptono, Fandy. 2013. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, Yogyakarta: AND, 2017.
- Utari, Desi Suci. *Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah pada jasa Asuransi (Kasus pada PT. Asuransi BSAM Cabang Pekanbaru)*. *Jurnal Jom FISIP*. Vol 2, No. 2, 2015.
- Wijanto, S. H. *Structural Equation Modeling dengan LISREL 8.8: Konsep dan Tutorial*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2018.

Buku

- Arikunto, Suharsimi, *Manajemen Penelitian, cetakan kelima*, Jakarta: Asdi Mahasatya, 2016.

- Ascarya, Dina Yumanita. *Bank Syariah: Gambaran Umum*, Jakarta: Pusat Pendidikan dan studi Kebanksentralan, 2015.
- Aziz, Fathul Aminudin. *Manajemen dalam Perspektif Islam*, Majenang: Pustaka ElBayan, 2015.
- Aziz. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo)*, Jurnal Administrasi Bisnis (Jab), 51(2), 2017.
- Dharmmesta, Yudha Bagja, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen pada Hotel Arwana di Jakarta*, Skripsi Fakultas Ekonomi Unnes, 2015.
- Febriana. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen pada Hotel Arwana di Jakarta*. Skripsi Fakultas Ekonomi Unnes, 2017.
- Federick Taylor. *Elementary Survey Sampling, Seventh Edition*. United States of America: Nelson Education, Ltd, 2015.
- Gagah B. *Manajemen Penilaian Kinerja*, 2017.
- Griffin. *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2018.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*, New York: Prentice Hall, 2020.