

Pengaruh Penggunaan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi

Abdul Gani

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email: dulgani134@gmail.com

Putri Apria Ningsih

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email: putriapria8@gmail.com

Ahmad Syahrizal

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email: ahmadsyahrizal@uinjambi.ac.id

Jl. Jambi- Muara Bulian KM. 16 Simp. Sei Duren Jaluko Kab. Muaro Jambi 31346 Telp. (0741) 582021

Korespondensi penulis: dulgani134@gmail.com

Abstract: *This study aims to reveal the effect of using mobile banking on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia Jambi Branch. This thesis uses a quantitative approach using a simple partial regression statistical analysis method with a sample of 68 customers. The results of the study show that there is a significant influence on the mobile banking usage variable (X) on customer decisions. with the tcount value on the mobile banking usage variable (X) amounting to 12,944 with a significance level of 0,000. Because the value of tcount is greater than ttable ($12,944 > 2,387$) and a significance value of $0.00 < 0.05$, H_0 is rejected and H_a is accepted. Then the mobile banking usage variable (X) partially has a significant influence on customer decisions in using Bank Syariah Indonesia Mobile Banking Jambi Branch.*

Keywords: *Use of Mobile Banking, Customer Decisions, BSI*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pengaruh penggunaan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi. Skripsi ini menggunakan pendekatan kuantitatif menggunakan metode analisis statistik regresi sederhana secara parsial dengan sampel berjumlah 68 nasabah. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel penggunaan *mobile banking* (X) terhadap Kepuasan nasabah. dengan nilai t_{hitung} pada variabel penggunaan *mobile banking* (X) adalah sebesar 12.944 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu ($12.944 > 2.387$) dan nilai signifikansi $0.00 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka variabel penggunaan *mobile banking* (X) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi

Kata kunci: Penggunaan *Mobile Banking*, Kepuasan nasabah, BSI

LATAR BELAKANG

Salah satu diantara lembaga keuangan syariah di Indonesia yang telah menghadirkan aplikasi dan mengimplementasikan *Mobile banking* adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). Direktur Utama BSI menyebut, pengguna aktif BSI Mobile hingga Maret 2022 mencapai 3,77 juta atau tumbuh 124% secara tahunan. Jumlah pengguna yang semakin meningkat diakibatkan perubahan perilaku masyarakat yang mulai beralih ke e-channel BSI Mobile, ATM maupun *mobile banking*. Tak hanya jumlah transaksi, peningkatan ini juga mendorong pertumbuhan

pendapatan bunga atau *fee based income* perusahaan. Hingga Maret 2022, BSI berhasil mengantongi *fee based income* sebesar Rp 58,94 miliar <https://keuangan.kontan.co.id>.

Melalui *Mobile banking* pihak perbankan berusaha memberikan layanan yang cepat, mudah, nyaman, dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Dengan adanya layanan *Mobile banking* semua transaksi lebih mudah digunakan Sistem informasi ini juga telah ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi dalam bentuk aplikasi *Mobile banking* agar kegiatan transaksi menjadi lebih mudah, bermanfaat, dan keuntungan lainnya yang dapat diperoleh penggunaannya. Berbicara tentang keunggulan penggunaan *Mobile banking* tentu tidak lepas dari resiko yang bisa saja terjadi baik dari segi keamanan atau segi kestabilan sistem dan mengakibatkan kehilangan data-data penting sehingga hal inilah yang menyebabkan kurang ketertarikan masyarakat dalam menggunakan *Mobile banking*.

Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang diinginkan oleh nasabah, sehingga jaminan kualitas suatu produk dan layanan akan menjadi kualitas utama bagi suatu perusahaan. Untuk kepuasan nasabah terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat yaitu harapan nasabah terhadap kualitas pelayanan dan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan. Nasabah selalu menilai suatu layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan. Pelayanan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna jasa yang pada dasarnya pengguna jasa akan memberikan apa yang menjadi harapan pengguna jasa. Untuk selalu menjaga kepuasan nasabah maka salah satu cara yang harus terus diperhatikan yaitu meningkatkan kualitas baik itu dari segi fasilitas ataupun layanan yang harus disesuaikan dengan kebutuhan nasabah.

Upaya menciptakan kepuasan nasabah sangat dibutuhkan. Strategi yang banyak diterapkan adalah melakukan riset kepuasan nasabah, merancang sistem pelayanan yang terbaik. Kepuasan nasabah tidak ada batasnya sehingga pelayanan yang sesuai dengan standar yang diterapkan pun sering kali kurang dimata nasabah. Untuk meningkatkan pelayanan kepuasan terhadap nasabah diperlukan perbaikan yang tiada henti baik segi produk maupun pemasarannya termasuk *Mobile Banking* itu sendiri, sehingga pengguna layanan merasakan dampak yang positif dengan penggunaan *Mobile Banking* yang aman dan membantu dalam transaksi.

Dapat dilihat dari tabel di atas terdapat penurunan di tahun 2022 sebesar 30,6% yang hanya 2093 nasabah dimana pada tahun sebelumnya 2021 terdapat 2471 nasabah BSI dengan persentase 37,4%. Presentase tersebut menunjukkan bahwa masih banyak nasabah yang tidak menggunakan *Mobile Banking*. Kepercayaan mengarah kepada keyakinan individu terhadap sesuatu dan percaya bahwa pada akhirnya apa yang dilakukan akan membawa kebaikan atau

keuntungan. Selain itu juga kepercayaan nasabah terhadap risiko keamanan dalam menggunakan *Mobile Banking* masih kurang sehingga menimbulkan rasa keragu-raguan serta waspada akan apa yang terjadi nantinya atau bisa dikatakan takut terkena penipuan disaat penggunaannya. Pada tahun 2021 diperoleh presentase sebesar 3% dari keseluruhan pengguna yang ada di Bank BSI melakukan pengaduan atau keluhan terkait *Mobile Banking*. Menurut wawancara yang dilakukan peneliti dengan Nuryatman nasabah Bank KCP Jelutung, menyatakan bahwa saat mengakses layanan *Mobile Banking* harus mempunyai sinyal yang sangat kuat karena jika koneksi internet kurang baik, maka otomatis layanan m-banking tidak dapat diakses sehingga kita tidak dapat bertransaksi.

Sementara pendapat lain dikatakan oleh Indah Pramita nasabah Bank BSI KCP Jelutung bahwa dia pernah menerima SMS palsu yang menanyakan detail akun m-banking dari seorang hacker yang menyamar sebagai institusi keuangan sehingga uangnya terkuras habis. Pernyataan lainnya disampaikan oleh Arif Rahman Saputra nasabah Bank KCP Jelutung, bahwa menggunakan layanan m-banking memang mudah dan dapat mempercepat transaksi serta menghemat waktu namun ia menyatakan kurang percaya terhadap layanan m-banking karena banyaknya berita terkait maraknya aksi pembobolan data.

Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi diharapkan untuk selalu menjaga kepercayaan dan kepuasan nasabah agar kepuasan nasabahnya meningkat. Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi perlu secara cermat menentukan kebutuhankonsumen sebagai upaya untuk memenuhi harapan atau keinginan dan meningkatkan kepuasan atas kualitas layanan *Mobile Banking* yang diberikan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Annisa Fitria dalam jurnalnya dengan judul Pengaruh Penggunaan *Mobile banking*. *Mobile Banking* dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI ditemukan bahwa *Mobile banking*, *Mobile Banking* dan SMS Banking secara Bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. *Mobile banking* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, *Mobile Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dan SMS Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Selanjutnya penelitian yang dilakukan Rian Maulana dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model”, Hasil penelitian ini didapatkan variabel persepsi kegunaan penggunaan (X) berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi (Y) dimana koefisiennya adalah 11,127 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002 dan Koefisien regresi persepsi kegunaan penggunaan (X) sebesar 0,640 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai

Usefulness, maka nilai Minat bertambah sebesar 0,640. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga

KAJIAN TEORITIS

Menurut Kotler dan Keller formula AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) merupakan formula yang paling sering digunakan untuk membantu perencanaan suatu iklan secara menyeluruh, dan formula itu dapat diterapkan pada suatu iklan. Perencanaan ini yang terdiri atas; (*Attention*), membuat ketertarikan produk (*Interest*), membuat keinginan untuk memiliki produk (*Desire*), dan mengajak nasabah untuk melakukan tindakan dalam pembelian produk (*Action*). Menurut Kotler dan Keller menjelaskan Teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, and Action*) merupakan suatu pesan yang harus mendapatkan perhatian, menjadi ketertarikan, menjadi keinginan, dan mengambil tindakan. Teori ini menyampaikan akan kualitas dari pesan yang baik.

Definisi di atas dapat diimplikasikan bahwa AIDA (*Attention, Interest, Desire, and Action*) merupakan alat penyampaian suatu pesan yang ideal kepada nasabah di mana melalui suatu tahapan yang terdiri dari perhatian (*Attention/Awareness*), ketertarikan (*Interest*), keinginan (*Desire*), dan mengambil tindakan (*Action*). Hal ini di mana seorang pemasar harus menyadari bahwa pesan yang disajikan tentang AIDA (*Attention, Interest, Desire, and Action*),

Menurut widyasatuti tahun 2016, *Mobile banking* adalah fasilitas yang disediakan perusahaan perbankan melalui benda elektronik misalnya: handphone, komputer, dan telepon untuk mengganti kebutuhan bertransaksi yang biasanya dilakukan oleh ATM. Hal ini berarti nasabah dapat melakukan transaksi perbankan melalui handphone ataupun internet seperti transaksi di mesin ATM. *Mobile banking* membuka paradigma baru, struktur baru dan strategi bagi retail bank, dimana bank menghadapi tantangan yang baru Menurut Bank Indonesia, *Mobile banking* merupakan salah satu layanan jasa Bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *Mobile banking* merupakan transaksi perbankan melalui komputer atau *smartphone* yang terhubung dengan jaringan internet yang digunakan nasabah untuk mempermudah kegiatan tanpa harus *face to face* dengan petugas bank. Pelaksanaan fungsi jasa keuangan perbankan dapat menggunakan prinsip-prinsip transaksi syariah yang telah difatwakan oleh DSN. Beberapa prinsip itu adalah prinsip wakalah, kafalah, sharf, ijarah. Berikut pemaparannya Prinsip Wakalah , Prinsip Kafalah Al-kafalah, Prinsip Sharf dan Prinsip Ijarah.

Pengertian Penggunaan *Mobile Banking*

Kualitas digambarkan sebagai totalitas dari suatu hal yang membantu kapasitasnya dalam memenuhi kebutuhan yang dipilih. Pergaulan merupakan suatu pengembangan latihan yang pada umumnya diharapkan dapat memberikan kesetiaan klien melalui pemuasan kebutuhan klien yang tiada habisnya melalui pergaulan yang diberikan. Kualitas pergaulan merupakan suatu pengembangan spekulatif yang berusaha untuk memahami dengan mempertimbangkan bagian-bagian bantuan yang tidak biasa, yang sulit dipahami, istimewa dan tidak dapat dibatasi dari penciptaan dan pemanfaatan kualitas bantuan terkait Uang Beradaptasi sebagai pekerjaan dengan menyelesaikan masalah. permasalahan yang digabung dengan kebutuhan pembeli dan ketepatan sistem kendaraan untuk melihat asumsi dan kesetiaan pelanggan. Kemungkinan asosiasi Keuangan Fleksibel dapat dievaluasi dengan memisahkan kesan klien terhadap asosiasi yang didapat dengan asosiasi dalam spekulasi mereka.

METODE PENELITIAN

A. Metode dan Jenis Penelitian

Strategi dalam ujian ini adalah teknik ilustratif kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam eksplorasi ini adalah penelitian lapangan. Penelitian lapangan atau bisa juga disebut eksplorasi eksperimental, yaitu penelitian yang memperoleh informasi dan data dari latihan-latihan di lapangan pekerjaan ujian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak pemanfaatan *Versatile Relying* terhadap loyalitas konsumen Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penjelajahan ini berlokasi di Bank Syariah Indonesia Cabang Jelutung Jambi yang terletak di Jalan Hayam Wuruk No.243, Jelutung, Kec. Jelutung, Kota Jambi, Jambi 36124. Kajian ini membahas tentang dampak pemanfaatan *Portable Depend* terhadap loyalitas konsumen pada Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi. Penjelajahan ini dilakukan pada bulan April hingga Juni 2023. Area ini dipilih dengan pertimbangan berkurangnya nasabah yang menggunakan perbankan serbaguna dan kemudahan memperoleh informasi dan data serta data lain yang diperlukan untuk menyiapkan usulan postulat ini.

C. Jenis dan Sumber Data

Ada dua macam informasi yang digunakan dalam eksplorasi ini, yaitu:

1. Informasi penting

Informasi esensial adalah informasi yang diambil langsung oleh analis dari sumbernya. Informasi penting dari penelusuran ini adalah hasil polling yang telah

diedarkan kepada responden mengenai dampak penggunaan Portable Count terhadap loyalitas konsumen di Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi yang meliputi:

- A. Informasi tentang atribut sosial dan moneter responden.
- B. Informasi tentang pembayaran klien.

2. Informasi opsional

Informasi pilihan adalah informasi yang diperoleh dari lapangan pada saat penelitian yang mencakup arsip-arsip yang sudah ada. Dalam pemeriksaan ini informasi penunjangnya adalah informasi kuantitas nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi.

Sumber informasi adalah subyek informasi yang didapat, sedangkan sumber informasi dalam pemeriksaan ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Orang adalah subjek penyelidikan. Orang adalah suatu tempat hipotesa yang memuat: obyek/subyek yang mempunyai kualitas-kualitas tersurat yang tidak sepenuhnya ditetapkan secara tegas oleh peneliti untuk dipusatkan dan selanjutnya ditarik. Manusia bukan sekedar manusia, apalagi benda dan benda-benda adat lainnya. Manusia lebih jauh lagi bukan sekedar jumlah benda/subyek yang dianalisis, melainkan mengintegrasikan seluruh ciri-ciri/kredit yang digerakkan oleh subjek atau benda tersebut. Jadi populasi umum dalam penelitian ini adalah seluruh bagian atau bagian-bagian yang merupakan orang-orang dari unit yang akan dipikirkan. Untuk kondisi saat ini, populasi umum adalah nasabah Bank Syariah Indonesia Serbaguna Moneter Cabang Jelutung Jambi sebanyak 2093 orang yang berjumlah 2093 pada setiap tahun 2022.

2. Sampel

Model adalah sebagian dari populasi umum yang karakteristiknya akan dianalisis, dan dianggap ditujukan kepada seluruh orang dalam jumlah yang lebih tidak mencolok dibandingkan jumlah orang secara keseluruhan. Model ini dipandang sebagai ilustrasi dari populasi umum yang hasilnya memperhatikan keseluruhan dampak sekunder yang diperhatikan. Oleh karena itu, mengingat waktu, tenaga dan sumber daya, mungkin ada kendala, pembuat hanya melangkah melalui ujian. Banyaknya pengujian yang dilakukan dengan menggunakan resep Slovin sesuai dengan yang terlampir: Model ini mendasar untuk jumlah dan karakteristik populasi umum. Jika orang yang diselidiki sudah melewati angka 100, maka modelnya bisa diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.

E. Metode Penarikan Sampel

Model ini penting untuk jumlah dan sifat populasi umum. Jika orang yang diselidiki melebihi angka 100, model dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih. Populasi umum dalam investigasi ini lebih dari 100, sehingga model yang digunakan dalam penilaian ini adalah 10% dari populasi umum, 2093 klien.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

Informasi:

n = Jumlah tes

N = Jumlah orang

e = Tingkat kesalahan karena kesalahan pengujian yang mungkin diperlukan adalah sekitar 10%.

Dengan populasi umum 2093 klien, model tidak disiapkan secara permanen sebagai berikut.

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{2093}{2093 \times (10\%)^2} \\ &= \frac{2093}{1 + 2093 \times (0.01)} \\ &= \frac{2093}{1 + 2.093} \\ &= \frac{2.093}{3.093} \end{aligned}$$

Maka hasilnya 67,66

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data primer (angket/kuesioner) yang telah dioleh dengan bantuan SPSS versi 16, maka dapat diketahui bahwa hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua nilai r_{hitung} keseluruhan pertanyaan yang diujikan bernilai positif dan lebih besar daripada nilai r_{tabel} (0,201). Maka dapat diambil kesimpulan, bahwa keseluruhan butir pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini lolos dalam uji validitas dan dinyatakan valid.

Uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai koefisien *Alpha* dari variabel- variabel yang diteliti menunjukkan hasil yang beragam. Akan tetapi, semua item pertanyaan variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) tersebut memiliki nilai koefisien *Alpha* lebih besar

dari pada 0.60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Pengujian hipotesis menunjukkan ada pengaruh yang signifikan pada variabel Penggunaan *Mobile Banking* (X) terhadap Kepuasan nasabah. Dengan nilai t_{hitung} pada variabel Penggunaan *Mobile Banking* (X) adalah sebesar 12.944 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu ($12.944 > 2.387$) dan nilai signifikansi $0.00 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka variabel Penggunaan *Mobile Banking* (X) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi dikarenakan *Mobile Banking* BSI memberikan konfirmasi layanan atas keberhasilan atau kegagalan dalam menjalankan transaksi, nasabah menerima informasi mutasi rekening yang berbeda dengan informasi pada cetak buku tabungan. *Mobile Banking* BSI menampilkan struktur transaksi yang dilakukan nasabah dan variasi fungsi dan fitur yang ditawarkan *Mobile Banking* BSI memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai jenis transaksi sekaligus dalam satu aplikasi dan beberapa fitur *Mobile Banking* BSI berfungsi dengan baik serta aplikasi *Mobile Banking* BSI memiliki kestabilan jaringan yang

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Aditya Wardhana (2020), Nila Erina (2021) dan Afifah Risma (2017) berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah dikarenakan kualitas layanan banking yaitu: speed, security, accuracy dan trust telah memenuhi kebutuhan nasabah yang ditunjukkan dari layanan m-banking yang memiliki kecepatan sesuai kebutuhan nasabah, dapat memberikan jaminan keamanan bagi nasabah pengguna m-banking

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Penggunaan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi dapat disimpulkan sebagai berikut: terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel Penggunaan *Mobile Banking* (X) terhadap Kepuasan nasabah. Dengan nilai t_{hitung} pada variabel Penggunaan *Mobile Banking* (X) adalah sebesar 12.944 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu ($12.944 > 2.387$) dan nilai signifikansi $0.00 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka variabel Penggunaan *Mobile Banking* (X) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi

DAFTAR REFERENSI

- Fitria, A. (2021). “Pengaruh Penggunaan Mobile banking. *Mobile Banking dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI*, Jurnal Managemen, 3 (1), 2021.
- Kiling, I. S. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Kunci Penggunaan Mobile banking (Studi Kasus Pada PT. BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Manado)*”, dalam *Jurnal EMBA* Vol 4.
- Maulana, R. (2018). “Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan *Technology Acceptance Model*, Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Volume 2, Nomor 2, Oktober 2018.
- Mustika, T. N. (2023). “Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Keuangan Menggunakan Aplikasi Mobile Banking/ M-Banking”, *AL Maqashid : Journal of Economics and Islamic Business* ISSN(e) 2797-8214| Vol. 03 No. 01 (April).
- Nur’aini, Y. A. (2015). “Pengaruh Pendapatan Nasabah dan Tingkat Margin terhadap Kepuasan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di *BMT Istiqomah Tulungagung*”, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, IAIN Tulungagung.
- Priansa, D. J. (2017). *Prilaku Konsumen*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta.
- Wahyudhi, R. H. (2020). “Pengaruh Penanganan Keluhan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada *Bprs Tanmiya Artha Kediri*”, data di unduh dari repo.iain-ulungagung.ac.id/3050/1/skripsi%20REVISI.docx, tanggal akses 11-02-2020.