

# PENGARUH PRODUK, LAYANAN, DAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA TBK (KOTA SABANG)

Sulifiani<sup>1</sup>, Cut Delsie Hasrina<sup>2</sup>, Azlim<sup>2</sup>, Yuliana<sup>2</sup>, Lukman T. Ibrahim<sup>2</sup>

<sup>1</sup>) Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Abulyatama, Jl. Blang Bintang Lama Km 8,5 Lampoh Keude Aceh Besar.

<sup>2</sup>) Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Abulyatama, Jl. Blang Bintang Lama Km 8,5 Lampoh Keude Aceh Besar.

Email: cutdelsie\_akuntansi@abulyatama.ac.id

**Abstract:** *This research aims to analyze interest in saving at Bank Syariah Indonesia, especially in Sabang City. Data collection techniques in this research are observation, interviews, documentation, distribution of questionnaires using public perception as moderator. The research method used is quantitative descriptive, the population is customers of commercial banks (Bank Mandiri, Bank BNI, Bank Rakyat Indonesia). In accordance with Aceh Qanun no. 11 of 2018 concerning Sharia Financial Institutions, which is meant by statutory regulations that regulate the activities of financial institutions in order to create a just and prosperous economy for the people of Aceh under the auspices of basic Islamic Sharia which underlies the publication of Aceh Qanun No. 11 of 2018 concerning Sharia Financial Institutions is a follow-up to the principles of Islamic sharia which explicitly requires that all financial institutions operating in Aceh must be implemented based on Sharia principles. The research sample is a community of 100 respondents using a sampling method. The results of the study show that Bank Syariah Indonesia's (savings) products have benefits for customers or the community, especially in Sabang City. Meanwhile, public perception can be a significant research on interest in saving at Bank Syariah Indonesia Tbk.*

**Keywords :** *Sharia Bank Products, Services, saving decision*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat menabung di Bank Syariah Indonesia, khususnya di Kota Sabang. Teknik pengumpulan data secara observasi, wawancara, dokumentasi, dan penyebaran kuisisioner menggunakan persepsi masyarakat sebagai moderatingnya. Metode penelitian yang digunakan secara deskriptif kuantitatif, dengan populasi nasabah Bank Umum (Bank Mandiri, Bank BNI, Bank Rakyat Indonesia). Sesuai Qanun Aceh No. 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah, yang dimaksud dengan peraturan Perundang-undangan yang mengatur tentang kegiatan Lembaga keuangan dalam rangka mewujudkan ekonomi masyarakat Aceh yang adil dan sejahtera dalam naungan Syariat Islam dasar yang melandasi terbitnya Qanun Aceh No. 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah merupakan tindak lanjut dari pokok-pokok syariat islam yang secara tegas telah mewajibkan bahwa semua lembaga keuangan yang beroperasi di Aceh wajib dilaksanakan berdasarkan prinsip Syariah. Sampel Penelitian adalah masyarakat sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia yang berjumlah 100 responden dengan metode *sampling*. Hasil kajian menunjukkan bahwa produk-produk (tabungan) Bank Syariah Indonesia mempunyai manfaat bagi nasabah atau masyarakat khususnya di

Kota Sabang. Sedangkan persepsi masyarakat dapat menjadi penelitian yang signifikan terhadap minat menabung pada Bank Syariah Indonesia Tbk.

**Kata kunci :** Produk Bank Syariah, Layanan, Keputusan Menabung

## **Pendahuluan**

Dengan adanya Qanun Aceh No. 11 tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah, yang dimaksud dengan peraturan Perundang-undangan yang mengatur tentang kegiatan Lembaga Keuangan dalam rangka mewujudkan ekonomi masyarakat Aceh yang adil dan sejahtera dalam naungan Syariat Islam. Dasar yang melandasi terbitnya Qanun Aceh No. 11 Tahun 2018, yang merupakan tindak lanjut dari pokok-pokok syariat islam yang secara tegas mewajibkan semua Lembaga keuangan yang beroperasi di Aceh wajib dilaksanakan berdasarkan prinsip Syariah.

Bank Syariah Mandiri sebagai roda utama perbankan di Aceh dapat dengan baik memproyeksi nilai-nilai keislaman tersebut dalam kegiatan operasinonalnya. Setelah adanya Qanun tersebut terdapat beberapa Bank BUMN serta Bank Swasta yang diharapkan menjadi Bank Syariah, seperti Bank Mandiri, Bank Rakyat Indonesia, Bank BNI, Bank BCA, Bank Danamon, Bank BTN, Bank CIMB Niaga serta seluruh Bank yang ada di Aceh. Qanun ini berlaku sejak tanggal tanggal 4 Januari 2019 dimana lembaga keuangan yang beroperasi di Aceh wajib menyesuaikan dengan Qanun ini paling lama 3 (tiga) tahun sejak Qanun ini diundangkan.

Setelah setahun berjalan tahapan konversi Bank Konvensional ke Bank Syariah, pada tanggal 1 Februari 2021 pemerintan indonesia mendirikan lagi lembaga syariah yaitu Bank Syariah Indonesia yang didirikan oleh Bpk Hery Gunardi (Direktur Utama), Mulya E. Siregar (Komisaris Utama). Terbentuknya Bank Syariah Indonesia ini hasil merger anak perusahaan BUMN bidang perbankan diantaranya Bank Syariah Mandiri, Bank BNI Syariah, Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Keputusan Menabung**

Dalam konteks perilaku nasabah, maka pengambilan Keputusan Menabung (*consumer decision marketing*) sebagai aktivitas dimana seseorang melibatkan diri dalam proses menyeleksi, membeli dan mempergunakan barang dan jasa sehingga

memuaskan kebutuhan dan hasratnya. Beberapa aktivitas melibatkan mental dan proses emosional, sebagai tambahan dari reaksi fisik.

### **Layanan**

Helena *et al* (2013:26) juga mendefinisikan bahwa kualitas layanan merupakan penilaian nasabah atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh dan besarnya antara perbedaan harapan atau keinginan nasabah dengan tingkat persepsi nasabah.

Kualitas pelayanan menurut Utami (2013) merupakan perspektif nasabah dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif dari jasa transfer. Baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan nasabahnya secara konsisten.

### **Produk Bank Syariah Indonesia**

#### **a. Tabungan Wadiah BSI**

Tabungan Wadiah adalah tabungan yang menggunakan skema penitipan. Maksudnya penitipan ini adalah nasabah bertindak sebagai penitip dana dan memberikan amanah kepada pihak bank untuk memanfaatkan dana tersebut, selain itu juga pada Tabungan Wadiah tidak ada perjanjian pemberian bonus. Namun pihak bank juga bisa memberikan insentif secara sukarela tanpa melalui kesepakatan. Artinya, tabungan wadiah tidak ditujukan untuk menambah nilai tabunga, tapi hanya menabung saja.

#### **b. Tabungan Mudharabah**

Berbeda dengan Tabungan Wadiah, Tabungan Mudharabah Bank BSI adalah tabungan yang memiliki skema kerja sama antara nasabah dan pihak bank. Nasabah tidak hanya batas menitipkan dana saja, tetapi juga mengizinkan pihak bank untuk mengelolanya demi mencapai keuntungan.

Keuntungan tersebut dibagi kepada pihak bank dan nasabah sesuai dengan kontraknya, Keuntungan atau Laba tersebut bisa dibagikan dalam periode tertentu sesuai perjanjian, bisa bulanan maupun tahunan. Namun jika bank mengalami kerugian saat mengelola uang tersebut, kerugian akan ditanggung penuh oleh bank.

Dari pengertian tersebut diketahui bahwa *Mudharabah* memiliki motif untuk investasi dana.

c. Tabunganku

Produk Tabungaku ini diluncurkan untuk nasabah perorangan dengan syarat yang mudah dan ringan, kemudahan ini diharapkan mampu meningkatkan budaya menabung di semua kalangan masyarakat. Untuk tabungan ini tidak mendapat bagi hasil atau bonus tidak sama halnya seperti produk tabungan *Wadiah* dan *Mudharabah*.

d. Giro

Tabungan Giro adalah produk tabungan untuk perorangan atau badan usaha dalam bentuk rupiah maupun mata uang asing. Tetapi Giro di BSI hanya bisa menggunakan rupiah saja, penarikan saldo dapat dilakukan dimana saja namun harus selama jam kerja. Penarikan ini menggunakan Cek, Bilyet Giro, maupun Kartu Debit. Dana dalam BSI Giro ini akan dikelola Bank BSI Giro dengan prinsip akad wadiah dengan perjanjian bonus sebesar 3% dari total keuntungan hasil pengelolaan dana.

e. Tabungan Pensiun

Sesuai dengan namanya, Tabungan Pensiun ini merupakan produk bagi nasabah perorangan untuk mempersiapkan masa tua mereka, dana nasabah akan diserahkan ke Lembaga Pengelolaan Pensiun yang telah bekerjasama dengan Bank BSI.

f. Tabungan Mabru

Tabungan ini berbentuk tabungan rupiah yang dikhususkan untuk persiapan keberangkatan haji dan umroh nasabah. Jika berniat untuk menunaikan ibadah di Tanah Suci, bisa buka tabungan ini dengan setoran awal Rp 100.000,- untuk membuka Tabungan Mabru ini tergolong murah dan ringan, jika sudah terkumpul uang sampai dengan Rp 25.000.000,- maka akan di daftarkan ke Siskohat Kementerian Agama.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian Deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian dilakukan pada PT Taspen (Persero) Cabang Banda Aceh Jl. Tengku H Abdullah Ujung Rimba, Kp. Baru, Kec. Baiturrahman, Kota Banda Aceh. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dokumentasi, wawancara dan kepustakaan. Adapun langkah-langkah yang di gunakan untuk menganalisis data adalah reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan.

Metode ini memiliki beberapa metode penelitian, diantaranya :

### a. Desain Penelitian

Ini adalah rencana dan struktur penelitian yang dibuat sedemikian rupa untuk mempreoleh jawaban atas pertanyaan-petanyaan penelitian. Penelitian ini merupakan program menyeluruh dari penelitian yang meliputi hal-hal yang akan dilakukan penelitian ini dimulai dari membuat hipotesis dan implikasinya secara operasional sampai ke analisis data, sedangkan struktur penelitian adalah rencana kerja yang akan dilakukan dalam suatu penelitian.

### b. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri dari objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi yang dimaksudkan adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia KC Sabang. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 11.104 orang, yaitu jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia KC Sabang. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk pengambilan data tersebut dilakukan dengan Teknik *random sampling*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 11.104 orang, yaitu jumlah nasbah Bank Syariah Indonesia KC Sabang, sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden dimana sampel tersebut dihitung menggunakan rumus slovin. Teknik

pengambilan sampel yang digunakan untuk pengambilan data dilakukan dengan teknik *simple random sampling*.

### Hasil Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda bertujuan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini. Analisis ini digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel Produk (X1) dan Layanan (X2) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Nasabah (Y). Berdasarkan data yang diperoleh, kemudian dilakukan perhitungan atau pengolahan data dengan menggunakan program SPSS. Persamaan hasil regresi analisis data diperoleh nilai-nilai sebagai berikut:

#### Pengaruh Variabel

Nama Variabel	b	Standar Error	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	Sig.
(Constant)	0,349	0,284	1,288	1,984	0,573
Produk	0,334	0,096	3,470	1,984	0,001
Layanan	0,300	0,085	3,539	1,984	0,001
Layanan Purna Jual	0,333	0,096	3,487	1,984	0,001

Koefisien Korelasi (R) = 0,819  
 Koefisien Determinasi (R Square) = 0,660  
 Koefisien Determinasi (Adjusted R Square) = 0,736  
 F<sub>hitung</sub> = 65,056  
 F<sub>tabel</sub> = 2,70  
 Sig. F = 0.000

Dengan demikian maka hasil perhitungan statistik dapat dituliskan persamaan regresi linier berganda simultan sebagai berikut:

$$Y = 0,349 + 0,334X_1 + 0,300X_2 + 0,333X_3$$

Dari hasil persamaan regresi diatas diketahui hasil dari penelitian sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 0,349, artinya jika variabel Produk dan Layanan bernilai nol atau konstan, maka variabel Keputusan Nasabah akan bernilai positif 0,349.
2. Koefisien regresi pengaruh Produk sebesar 0,334 menjelaskan setiap adanya kenaikan satu satuan pada Produk maka akan dapat meningkatkan Keputusan Nasabah sebesar 0,334, artinya terdapat pengaruh positif variabel Produk terhadap Keputusan Nasabah..

3. Koefisien regresi pengaruh Layanan sebesar 0,300 menjelaskan setiap adanya kenaikan satu satuan pada Layanan yang dirasakan nasabah maka akan dapat meningkatkan Keputusan Nasabah sebesar 0,300, artinya terdapat pengaruh positif variabel Layanan terhadap Keputusan Nasabah.
4. Koefisien regresi pengaruh Layanan Purna Jual sebesar 0,333 menjelaskan setiap adanya kenaikan satu satuan pada Layanan Purna Jual yang dirasakan nasabah maka akan dapat meningkatkan Keputusan Nasabah sebesar 0,333, artinya terdapat pengaruh positif variabel Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Nasabah.

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama (secara simultan). Bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan tingkat signifikan 5% maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  tingkat signifikan 5% maka dapat disimpulkan variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hasil pembagian Mean Square regresi dengan Mean Square residual diperoleh nilai F hitung sebesar 65,056 dengan batasan nilai probabilitas signifikansi adalah 0,000. Sementara nilai F tabel pada taraf signifikan 5% dan df 96 adalah sebesar 2,70. Dengan demikian nilai F hitung (65,056) lebih besar dari F tabel (2,70) sehingga dapat diambil suatu keputusan yaitu menerima hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dan menolak hipotesis  $H_0$ , artinya Produk ( $X_1$ ), Layanan ( $X_2$ ), dan Layanan Purna Jual ( $X_3$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah (Y).

Uji t dilakukan untuk melihat signifikan dari pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen (secara parsial). Dengan menganggap variabel lainnya konstan. Bila  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  dengan signifikansi 5% maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka dapat disimpulkan variabel independen tidak berpengaruh terhadap dependen.

- a. Pengaruh secara parsial variabel Produk terhadap Keputusan Nasabah

Dari hasil perbandingan nilai koefisien regresi dengan standar eror diperoleh nilai  $t$  hitung untuk pengaruh variabel Produk adalah sebesar 3,470 pada batasan nilai probabilitas signifikansi 0,001. Sementara nilai  $t_{\text{-tabel}}$  pada  $df$  98 dan tingkat signifikan 5% adalah sebesar 1,984. Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung lebih besar dari nilai  $t_{\text{-tabel}}$  sehingga dapat diambil suatu keputusan bahwa hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dapat diterima dan menolak hipotesis nol ( $H_0$ ), artinya Produk ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah ( $Y$ ).

b. Pengaruh secara parsial variabel Layanan terhadap Keputusan Nasabah

Dari hasil perbandingan nilai koefisien regresi dengan standar eror diperoleh nilai  $t$  hitung untuk pengaruh variabel Layanan adalah sebesar 3,539 pada batasan nilai probabilitas signifikansi 0,001. Sementara nilai  $t_{\text{-tabel}}$  pada  $df$  98 dan tingkat signifikan 5% adalah sebesar 1,984. Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung lebih besar dari nilai  $t_{\text{-tabel}}$  sehingga dapat diambil suatu keputusan bahwa hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dapat diterima dan menolak hipotesis nol ( $H_0$ ), artinya Layanan ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah ( $Y$ ).

c. Pengaruh secara parsial variabel Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Nasabah

Dari hasil perbandingan nilai koefisien regresi dengan standar eror diperoleh nilai  $t$  hitung untuk pengaruh variabel Layanan Purna Jual adalah sebesar 3,487 pada batasan nilai probabilitas signifikansi 0,001. Sementara nilai  $t_{\text{-tabel}}$  pada  $df$  98 dan tingkat signifikan 5% adalah sebesar 1,984. Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung lebih besardari nilai  $t_{\text{-tabel}}$  sehingga dapat diambil suatu keputusan bahwa hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dapat diteolak dan menerima hipotesis nol ( $H_0$ ), artinya Layanan Purna Jual ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah ( $Y$ ).

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan pembahasan serta hasil analisis penelitian, maka didapatkan



kesimpulan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh Produk terhadap Keputusan Nasabah diperoleh nilai t hitung untuk sebesar 3,470 pada batasan nilai probabilitas signifikansi 0,001 dengan nilai t hitung lebih besar dari nilai t-tabel 1,984. Dengan demikian Produk secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah.
2. Pengaruh Layanan terhadap Keputusan Nasabah diperoleh nilai t hitung untuk sebesar 3,539 pada batasan nilai probabilitas signifikansi 0,001 dengan nilai t hitung lebih besar dari nilai t-tabel 1,984. Dengan demikian Layanan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah.
3. Pengaruh Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Nasabah diperoleh nilai t hitung untuk sebesar 3,487 pada batasan nilai probabilitas signifikansi 0,001 dengan nilai t hitung lebih besar dari nilai t-tabel 1,984. Dengan demikian Layanan Purna Jual secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah.
4. Pengaruh Produk, Layanan, dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Nasabah diperoleh nilai F hitung sebesar 65,056 dengan batasan nilai probabilitas signifikansi adalah 0,000. Nilai F hitung (65,056) lebih besar dari F tabel (2,70). Dengan demikian Produk, Layanan, dan Layanan Purna Jual berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas maka peneliti dapat menyarankan sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya agar dapat menambahkan factor lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Nasabah.
2. Kepada perusahaan agar dapat menjadi saran dalam meningkatkan minat Menabung Nasabah.

### **DAFTAR KEPUSTAKAAN**

- Abdullah, T dan Tantri F. 2015. *Manajemen Pemasaran Edisi I Cetakan I*. Jakarta : Rajawali Pers, 2015
- Ahmad K. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada

## Bank Syariah Mandiri Cabang Malang

- Anwar, H. 2014. Proses Pengambilan Keputusan untuk Mengembangkan Mutu Madrasah, *jurnal Pendidikan Islam*, 8 (1), 1-12
- Bank Indonesia. 1998. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Jakarta: Gramedia
- Dayyan, M., Riza, M., dan Ridwan, A. 2017. Analisis Pemahaman Masyarakat Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1), 1-13
- Dewi, Y. 2012. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Britama pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) tbk Cabang A. Yani. Makassar: Universitas Hasanudin Makassar.
- Fatima. 2012. Impact of Peer Pressure and Store Atmosphere on Fpurchase Intention: An Empirical Study on the Youngsters in Pakistan" *international Journal of Academc Research in Business and Social Sciences*. 2(7)
- Helena, H dan Lesyari, A. 2013. Pengaruh Penggunaan Celebrity Endoser Irfan Bachdim dan Event Sponsorship Terhadap Citra Merek Minuman Isotonik Pocar Sweat. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol.1 No.1 2013
- Ismail. 2013. Perbankan Syariah. Edisi Pertama, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Ilyas, R. 2017. Konsep Dasar Dalam Sistem Keuangan Syariah. *Asy-Syariah Jurnal Ilmu Syariah dan Perbankan Islam*. 2(1), 121-142
- Kasmir. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. Depok: PT. Rajagrafindo Pesada
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No.634/MPP/Kep/9/2002 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pengawasan Barang dan atau Jasa yang Beredar di Pasar, Pasal 1 angka 12
- Marimin, A., Romdhoni, A., dan Fitria, T, 2015. Perkembangan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(2), 75-84
- Muhammad, K. 2012. Produk Operasionalisasi Bank Syariah: Studi Penerapan Prinsip Syariah Pada Bank Syariah Mandiri (Bsm) dan Bank Islam Malaysia Berhard

(Bimb). *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9(1), 20-35

Putra, S., Samuel, H., dan Barhamana, K. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Kosumen Restoran Happy Garden Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1-9

Qanun Aceh Nomor 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah