



Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah  
ISSN: 2527 - 6344 (Printed), ISSN: 2580 - 5800 (Online)  
Accredited No. 204/E/KPT/2022  
DOI: <https://doi.org/10.30651/jms.v11i1.30936>  
Volume 11, No. 1, 2026 (736 - 749)

---

# **DIMENSI CARTER DALAM PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DAN LOYALITAS NASABAH PADA PT. BPRS BHAKTI SUMEKAR CAB. PRAGAAN**

**Siti Inayatul Azaliya**

Universitas Al-Amien Prenduan

[azaliainaya23@gmail.com](mailto:azaliainaya23@gmail.com)

**Holilur Rahman**

Universitas Al-Amien Prenduan

[holafif@gmail.com](mailto:holafif@gmail.com)

## **Abstrak**

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank merupakan salah satu faktor yang dapat menarik minat nasabah. Untuk mengetahui seberapa besar kualitas layanan pada perbankan Syariah, maka dapat menggunakan dimensi CARTER yaitu Compliance (kepatuhan), Assurance (jaminan), Reliability (keandalan), Tangible (bukti fisik), Empathy (kepedulian), dan Responsiveness (daya tanggap). Namun, masih ditemukan keluhan nasabah terkait kualitas layanan yang belum optimal. Mulai dari fasilitas parkir yang masih minim dan anggapan bahwa BPRS tidak menyediakan fasilitas ATM. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana kualitas layanan dan loyalitas nasabah di bank BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan dengan menggunakan dimensi CARTER, yang dijabarkan dalam dua fokus yaitu: 1. Bagaimana penerapan dimensi CARTER di PT. BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan 2. Bagaimana dimensi CARTER dapat meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas nasabah di PT. BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan. Penelitian ini dirancang menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini adalah kepala cabang, teller, dan nasabah. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk keabsahan data, peneliti menggunakan ketekunan pengamatan dan triangulasi. Adapun hasil penelitian ini adalah penerapan dimensi CARTER yang telah dilakukan di PT. Bank BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan sudah diterapkan dengan baik, hal tersebut dapat dilihat dari kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan baik itu dari segi kepatuhan terhadap syariah, jaminan, kehandalan, bukti fisik, kepedulian serta daya tanggap. Dimensi CARTER sudah dapat meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas nasabah pada bank BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan, hal ini dapat dilihat dari karyawan

ketika memberikan pelayanan terhadap nasabah. Sedangkan loyalitas nasabah dilihat dari nasabah melakukan pembelian secara berulang-ulang, nasabah merekomendasikan kepada orang lain, membicarakan hal-hal yang positif kepada orang lain dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

**Kata kunci:** *Dimensi CARTER, Kualitas Layanan, Loyalitas Nasabah*

### **Abstract**

*The quality of service provided by the bank is one of the factors that can attract customers. To find out how much quality of service in Islamic banking, you can use the CARTER dimensions, namely Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, and Responsiveness. However, there are still complaints from customers regarding the quality of service that is not optimal. Starting from the parking facilities that are still minimal and the assumption that BPRS does not provide ATM facilities. The problem raised in this study is how the quality of service and customer loyalty at BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan by using the CARTER dimension, which is described in two focuses, namely: 1. How is the application of the CARTER dimension at PT BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan 2. How the CARTER dimension can improve service quality and customer loyalty at PT BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan. This research was designed using a descriptive qualitative approach. The data sources in this research are branch heads, tellers, and customers. The data collection techniques used were observation, interviews, and documentation. Data analysis uses data reduction, data presentation, and conclusion drawing. For data validity, researchers used observation persistence and triangulation. The results of this study are the implementation of the CARTER dimension that has been carried out at PT. Bank BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan has been implemented well, this can be seen from customer satisfaction with the services provided both in terms of compliance with sharia, guarantees, reliability, physical evidence, concern and responsiveness. CARTER dimensions can improve service quality and customer loyalty at BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan, this can be seen from employees when providing services to customers. While customer loyalty is seen from customers making repeated purchases, customers recommending to others, talking about positive things to others and showing immunity to the pull of competitors.*

**Kata kunci:** *CARTER Dimensions, Service Quality, Customer Loyalty*

## **1. Pendahuluan**

Semakin berkembangnya perbankan Syariah di Indonesia, tentu persaingan semakin ketat dengan meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah persaingan, menuntut agar setiap bank selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah, serta berusaha memenuhi harapan nasabah dengan cara memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan dibandingkan pelayanan yang diberikan oleh bank lain. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank merupakan salah satu faktor yang dapat

menarik minat nasabah. Jika nasabah merasa nyaman dan puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh bank, maka nasabah akan menjadi loyal terhadap bank. Kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan itu sangat penting untuk mempertahankan posisi perusahaan di pasar serta menciptakan kemampuan perusahaan. (Renita, 2023, hlm. 2–3)

Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan dan merupakan salah satu faktor kepuasan nasabah. Kepuasan pelayanan nasabah merupakan hal yang sangat berpengaruh terhadap suatu bank untuk mempertahankan nasabah atau untuk mendapatkan nasabah baru. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, bank harus menyiapkan tenaga SDM yang handal dan fasilitas yang memadai agar nasabah merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang telah di berikan oleh bank. (Samsudin dkk., 2023, hlm. 1164) Pelayanan yang diberikan oleh perbankan Syariah merupakan suatu kepuasan bagi nasabah agar tetap loyal terhadap bank dalam menggunakan produk atau jasa yang dipasarkan baik berupa produk penghimpunan maupun penyaluran dana, maka kelayakan nasabah sangat tergantung dari pelayanan suatu perusahaan. (Nasfi dkk., 2020, hlm. 20)

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan respon konsumen atas pelayanan yang diterima secara nyata dengan pelayanan yang mereka harapkan atau inginkan terhadap pelayanan suatu perusahaan. Jika pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan dapat memuaskan, jika pelayanan yang diterima tidak sesuai harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. (Ilahi & Arifuddin, 2022, hlm. 30)

Loyalitas nasabah merupakan kesetiaan seseorang terhadap bank dan suatu objek, loyalitas nasabah merupakan tujuan jangka panjang yang diharapkan oleh perusahaan agar keberadaan produk atau jasa yang dijual mempunyai pelanggan yang tetap. Loyalitas nasabah yaitu kesediaan pelanggan untuk terus belangganan terhadap perusahaan dengan membeli produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan secara terus-menerus. Konsumen yang merasa puas dan percaya terhadap suatu produk atau jasa maka akan memberikan apresiasi dengan membeli secara berulang-ulang. Semakin baik kualitas pelayanan suatu perusahaan maka loyalitas nasabah akan semakin meningkat. (Fakhri dkk., 2023, hlm. 2)

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan bank yang berfungsi sebagai lembaga mediator antara pemilik dana dengan pihak yang memerlukan dana, dengan menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip Syariah. Kegiatan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat, memberikan jasa, dan menyediakan produk sesuai dengan prinsip Syariah berdasarkan persetujuan Bank Indonesia. Bank BPRS dilatar belakangi dengan adanya peluang bagi Bank Islam, dimana undang-undang perbankan telah memperbolehkan bagi hasil. (Rahman & Mukarromah, 2021, hlm. 129–130)

Sebagaimana keterangan awal dari salah satu nasabah Bank BPRS Bhakti Sumekar cabang Pragaan mengungkapkan bahwasanya di Bank BPRS dengan mudah dapat menabung dan mengambil uang sesuai kebutuhan tanpa proses dan persyaratan yang rumit seperti pada bank umumnya, BPRS merupakan Lembaga keuangan yang melayani masyarakat sesuai dengan syariat yang ada. Selain itu bank BPRS juga memberi banyak bonus ketika menabung di setiap bulannya membuat

nasabah semangat dan rajin menabung di sana.(Wawancara Saudari Hurum Maksurotul Ilmi, komunikasi pribadi, 7 Juli 2024)

Agar dapat bersaing dan terus berkembang, maka para pihak BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan harus memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabah. Maka dari itu, dibutuhkan karyawan yang mempunyai komitmen untuk bekerja sesuai dengan standarisasi bank. Terutama pada bagian frontliner (Teller, Costumer Service dan Security). Karena frontliner ada di barisan paling depan dalam sebuah perusahaan layanan jasa dan wajib memberikan pelayanan yang baik agar dapat menciptakan kesan baik terhadap nasabah. Hal penting selain komitmen dan para frontliner dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah yaitu dengan adanya standar pelayanan bank yang jelas dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah.(Saputra dkk., 2023, hlm. 72)

Salah satu kualitas layanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran ialah model SERVQUAL (Service Quality) yang dikembangkan oleh Parasuraman. Pada awalnya Parasuraman mengidentifikasi 10 dimensi pokok dengan 22 variabel yang terkait dengan pelayanan, kemudian dianalisis dengan memakai analisis faktor. ternyata hanya beberapa kriteria yang digunakan dalam menilai mutu pelayanan. Kriteria tersebut meliputi 10 dimensi potensial yang saling melengkapi diantaranya tangibles, reliability, responsiveness, communication, credibility, security, competence, courtesy, understanding dan access. Lalu pada penelitian selanjutnya Parasuraman menyempurnakan dimensi tersebut sehingga disederhanakan menjadi lima dimensi.

Dimensi SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman terdiri dari lima dimensi yaitu pertama assurance berkaitan dengan pengetahuan, sopan santun dan kemampuan pegawai dalam menyampaikan kebenaran dan meyakinkan. Dimensi kedua, reliability berkaitan dengan kemampuan bank dalam memberikan pelayanan yang dapat diandalkan dan akurat. Dimensi ketiga, tangibility berkaitan dengan fasilitas, peralatan dan penampilan karyawan. Dimensi keempat, empathy berkaitan dengan cara berkomunikasi dan perhatian terhadap kebutuhan atau keluhan nasabah. Sedangkan dimensi kelima, responsiveness yang berhubungan dengan kemauan perusahaan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat.

Akan tetapi Othman dan Owen memperkenalkan enam dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan pada Lembaga keuangan Syariah. Metode ini menggunakan lima dimensi yang terdapat dalam SERVQUAL (Service Quality) yang dikembangkan oleh Parasuraman dan menambahkan dimensi Compliance with Islamic law (kepatuhan terhadap hukum Islam), keenam dimensi itu disebut model CARTER. Untuk mengetahui seberapa besar kualitas layanan suatu bank, maka dapat menggunakan analisis pada suatu dimensi salah satunya yaitu dimensi CARTER (Compliance (Kepatuhan), Assurance (Jaminan), Reability (Kehandalan), Tangibility (Bukti fisik), Emphy (Perhatian), Responsiveness (Daya tanggap)).(Huda dkk., 2015, hlm. 177–179)

Menurut Othman dan Owen menjelaskan mengapa bank syariah harus menjaga kualitas layanan. Mereka beragumen bahwa konsumen menyimpulkan produk dan layanan Islami yaitu produk yang baik karena didasarkan pada keyakinan Islam dan pengenalan kualitas pelayanan di bank syariah sudah menjadi penting dalam hal biaya, keuntungan, kepuasan nasabah, sebagai promotor pemasaran bisnis

dan hasil keuangan. Operator perbankan syariah harus mempertimbangkan dengan meningkatkan peran dan keadaan dalam memperbesar target pasar nasional ataupun internasional.

Model CARTER yang dikembangkan oleh Othman dan Owen adalah hasil dari upaya penerapan pengukuran kualitas layanan pada perbankan syariah. Model CARTER menambahkan salah satu dari lima dimensi yaitu Compliance yang didefinisikan sebagai kemampuan untuk mematuhi prinsip syariah dan menjalankan sesuai dengan prinsip perbankan dan keuangan Syariah. Teknik pengukuran yang digunakan dalam model CARTER adalah membandingkan tanggapan dan tujuan (Hariyadi, 2022).

Pada penelitian yang dilakukan sebelumnya yang ditulis oleh Lenny Menara Sari Saragih, Boy Fadly, Asmuni dan Isnaini Harahap pada tahun 2020 yang berjudul “Analisis Dimensi CARTER dan Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Syariah Mandiri di Kota Medan”, menyatakan bahwa kualitas pelayanan berdasarkan Dimensi CARTER yang diberikan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Medan sudah baik dan memberikan dampak kepuasan kepada nasabah sehingga membuat nasabah ingin merekomendasikan produk Bank kepada keluarga, rekan kerja dan orang lain untuk menggunakan produk yang ada di Bank Syariah di kota Medan. (Saragih dkk., 2020, hlm. 531)

Dalam era persaingan yang semakin ketat di sektor perbankan, khususnya perbankan syariah, kualitas layanan menjadi faktor utama dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah. PT. BPRS Cab. Pragaan sebagai lembaga keuangan yang berbasis syariah, dituntut untuk tidak hanya memenuhi kebutuhan finansial nasabah, tetapi juga memberikan pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah dan ekspektasi nasabah secara keseluruhan. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada bank syariah dapat menggunakan suatu dimensi yakni dimensi CARTER (*Compliance, Assurance, Reliability, Emphaty, Responsiveness*). Namun, masih ditemukan keluhan nasabah terkait kualitas layanan yang belum optimal. Mulai dari fasilitas parkir yang masih minim dan anggapan bahwa BPRS tidak menyediakan fasilitas ATM. Maka dari itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian secara lebih mendalam tentang kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah dengan judul “Dimensi CARTER Dalam Peningkatan Kualitas Layanan dan Loyalitas Nasabah Pada PT. BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan”.

## 2. Kajian Pustaka

### 2.1. Dimensi CARTER

Model CARTER merupakan salah satu instrumen pengukuran kualitas pelayanan yang dirancang khusus untuk lembaga keuangan syariah. Model ini dikemukakan oleh Othman dan Owen pada tahun 2001 sebagai pengembangan dari model SERVQUAL yang sebelumnya diperkenalkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. SERVQUAL awalnya mengidentifikasi sepuluh dimensi kualitas layanan, yang kemudian disederhanakan menjadi lima dimensi utama, yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*.

Perbedaan utama antara SERVQUAL dan CARTER terletak pada penambahan dimensi *compliance* dalam model CARTER. Dimensi ini mencerminkan kepatuhan lembaga keuangan syariah terhadap prinsip dan hukum Islam, baik dalam operasional maupun produk yang ditawarkan. Dengan adanya dimensi *compliance*, model CARTER dinilai lebih relevan untuk mengukur kualitas



layanan bank syariah yang memiliki karakteristik berbeda dengan bank konvensional (Fauzia, 2021).

Dimensi CARTER terdiri dari enam aspek, yaitu *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness*. *Compliance* menunjukkan kepatuhan bank terhadap prinsip syariah, seperti tidak menerapkan sistem bunga dan menggunakan sistem bagi hasil. *Assurance* berkaitan dengan pengetahuan, kesopanan, serta kemampuan karyawan dalam memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada nasabah. *Reliability* mencerminkan kemampuan bank dalam memberikan pelayanan yang akurat, tepat waktu, dan sesuai dengan janji yang diberikan.

Selanjutnya, *tangible* berhubungan dengan bukti fisik pelayanan, seperti fasilitas, kenyamanan ruangan, dan penampilan karyawan. *Empathy* menggambarkan perhatian serta kepedulian bank terhadap kebutuhan dan keluhan nasabah, sedangkan *responsiveness* menunjukkan kesigapan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Keenam dimensi tersebut digunakan sebagai indikator untuk menilai kualitas layanan bank syariah secara menyeluruh (Apriyani dkk., 2023; Saragih dkk., 2020).

## **2.2. Kualitas Layanan**

Kualitas layanan merupakan konsep yang bersifat dinamis dan sangat bergantung pada perspektif konsumen. Goetsch dan Davis mendefinisikan kualitas sebagai kondisi yang berkaitan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta lingkungan yang mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Dalam konteks pelayanan, kualitas tidak hanya berfokus pada hasil akhir, tetapi juga pada proses pelayanan dan interaksi antara penyedia layanan dan konsumen.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelayanan diartikan sebagai cara melayani atau kemudahan yang diberikan kepada konsumen dalam transaksi barang dan jasa. Dengan demikian, kualitas layanan dapat dipahami sebagai penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dibandingkan dengan pelayanan yang diharapkan. Pelayanan yang berkualitas akan menciptakan kepuasan nasabah, yang pada akhirnya mendorong terbentuknya hubungan jangka panjang antara nasabah dan perusahaan (Meilani & Sugiarti, 2022).

Dalam industri perbankan, kualitas layanan memiliki peranan yang sangat penting karena berpengaruh langsung terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Pelayanan yang cepat, tepat, ramah, serta didukung oleh kompetensi karyawan dan sarana prasarana yang memadai akan meningkatkan kepercayaan nasabah. Sebaliknya, kualitas layanan yang rendah dapat menurunkan kepuasan dan menyebabkan nasabah berpindah ke bank lain (Syarifah & Zaitunah, 2023).

## **2.3. Pelayanan Prima**

Pelayanan prima merupakan konsep pelayanan terbaik yang menekankan kepedulian dan kepuasan nasabah sebagai prioritas utama. Pelayanan prima tidak hanya memenuhi harapan nasabah, tetapi juga mampu memberikan nilai tambah yang melebihi ekspektasi. Konsep ini menuntut petugas bank untuk memberikan pelayanan secara optimal melalui sikap ramah, responsif, dan profesional.

Pelayanan prima mencakup beberapa unsur penting, antara lain kemampuan karyawan, sikap yang baik, penampilan yang rapi, perhatian terhadap

kebutuhan nasabah, tindakan nyata dalam membantu nasabah, serta tanggung jawab dalam menyelesaikan permasalahan. Penerapan pelayanan prima bertujuan untuk menciptakan kepuasan, membangun kepercayaan, serta mencegah nasabah berpindah ke pesaing. Selain itu, pelayanan prima juga mendorong nasabah untuk merekomendasikan layanan bank kepada pihak lain (Ritonga, 2020; Andih, 2018).

#### **2.4. Loyalitas Nasabah**

Loyalitas nasabah merupakan komitmen yang kuat untuk terus menggunakan produk atau jasa suatu perusahaan secara konsisten dalam jangka panjang. Menurut Oliver, loyalitas tercermin dari perilaku pembelian berulang meskipun terdapat situasi yang berpotensi mendorong konsumen untuk beralih ke pesaing. Loyalitas tidak hanya berkaitan dengan perilaku transaksi, tetapi juga sikap positif dan keterikatan emosional nasabah terhadap perusahaan (Warsito, 2021).

Tingkat loyalitas nasabah sangat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan yang diperoleh dari kualitas layanan yang diberikan. Nasabah yang merasa puas cenderung melakukan transaksi secara berulang, merekomendasikan layanan kepada orang lain, serta menyampaikan pengalaman positif. Selain itu, nasabah yang loyal menunjukkan ketahanan terhadap pengaruh dan tawaran dari bank pesaing.

Jill Griffin mengemukakan empat indikator utama loyalitas nasabah, yaitu melakukan pembelian secara berulang, merekomendasikan kepada orang lain, membicarakan hal-hal positif, serta menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan melalui penerapan dimensi CARTER menjadi strategi penting bagi bank syariah dalam membangun dan mempertahankan loyalitas nasabah (Sulle, 2021).

### **3. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam penerapan dimensi CARTER dalam meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas nasabah. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman fenomena pelayanan perbankan syariah berdasarkan pengalaman, persepsi, dan interaksi langsung antara pihak bank dan nasabah. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai praktik pelayanan yang diterapkan oleh PT. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan.

Lokasi penelitian ditentukan secara purposif, yaitu di PT. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan, dengan pertimbangan bahwa bank tersebut merupakan lembaga keuangan syariah yang aktif memberikan pelayanan kepada masyarakat dan menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya. Subjek penelitian meliputi kepala cabang, karyawan bagian pelayanan (teller), serta nasabah yang menggunakan produk dan jasa bank. Objek penelitian berfokus pada penerapan dimensi CARTER yang mencakup *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness* serta pengaruhnya terhadap kualitas layanan dan loyalitas nasabah.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan informan yang dipilih secara purposif, yaitu pihak-pihak yang dianggap memiliki pengetahuan dan

pengalaman terkait pelayanan bank syariah. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen internal bank, seperti profil perusahaan dan laporan pelayanan, serta dari literatur pendukung berupa buku, jurnal ilmiah, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas pelayanan dan interaksi antara karyawan dan nasabah. Wawancara semi-terstruktur digunakan agar peneliti memiliki pedoman pertanyaan sekaligus fleksibilitas dalam menggali informasi yang lebih mendalam dari informan. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa arsip, foto, dan catatan yang berkaitan dengan kegiatan pelayanan bank.

Analisis data dilakukan secara berkesinambungan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh diseleksi dan dirangkum untuk memfokuskan pada informasi yang relevan dengan tujuan penelitian, kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, dan selanjutnya ditarik kesimpulan secara sistematis. Untuk menjamin keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan dan sumber data, sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

#### **4. Hasil dan Pembahasan**

##### **4.1. Hasil Penelitian**

Adapun keseluruhan data yang diperoleh peneliti berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, peneliti menemukan beberapa hal yang terkait dengan Dimensi CARTER dalam peningkatan kualitas layanan dan loyalitas nasabah pada PT. BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan.

1. Penerapan Dimensi CARTER di PT. BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan.
  - a. Dimensi *Compliance*: tidak menerapkan sistem bunga akan tetapi menerapkan sistem bagi hasil.
  - b. Dimensi *Assurance*: karyawan memiliki pengetahuan yang memadai, jaminan keramahan menerapkan 3S senyum, sapa dan salam. Kalau dari sisi keamanan keuangan bank dijamin sama LPS (Lembaga Penjamin Simpanan).
  - c. Dimensi *Reliability*: memberikan pelayanan yang baik, cepat, tepat dan memberikan kemudahan kepada nasabah.
  - d. Dimensi *Tangible*: fasilitas yang memadai, dengan adanya fasilitas AC, televisi, komputer untuk mempercepat proses transaksi, ruang tunggu, ruangan yang nyaman, rapi dan bersih, tempat parkir, adanya ATM, BBS Mobile serta penampilan karyawan yang rapi dalam berpakaian.
  - e. Dimensi *Empathy*: memberikan perhatian terhadap nasabah, menangani keluhan atau masalah dengan cepat dan memahami situasi dan kondisi nasabah.
  - f. Dimensi *Responsiveness*: memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
2. Bagaimana dimensi CARTER dapat meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas nasabah di PT. BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan

Peningkatan kualitas layanan dapat dilihat dari karyawan BPRS Cab. Pragaan ketika memberikan pelayanan yang baik, ramah, cepat dan tepat, jika terdapat masalah atau keluhan dari nasabah langsung ditanggapi dan mengatasinya dengan baik, karyawan menjawab pertanyaan nasabah dengan



cepat, serta melihat kepada tidak adanya pengaduan terhadap bank. Sedangkan peningkatan loyalitas nasabah dapat dilihat dari beberapa indikator diantaranya yaitu:

- a. Melakukan pembelian secara berulang-ulang
- b. Merekomendasikan kepada orang lain
- c. Membicarakan hal-hal yang positif kepada orang lain
- d. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Maka dari itu kebutuhan nasabah merasa terpenuhi dan nasabah akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga terjadi pembelian secara berulang-ulang dan loyal terhadap bank.

#### 4.2. Pembahasan

##### a. Penerapan Dimensi CARTER di PT. BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan

Dimensi CARTER dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan berdasarkan prinsip Syariah. Dalam perbankan Syariah, pengukuran akan lebih sesuai karena pada bank Syariah mempunyai karakteristik lain dibandingkan dengan bank konvensional yaitu dengan menerapkan prinsip Syariah dalam pengelolaannya.

Penelitian ini memberi gambaran mendalam tentang dimensi CARTER dalam peningkatan kualitas layanan dan loyalitas nasabah pada PT. BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan. Berikut adalah pembahasan secara deskriptif terhadap data dan temuan penelitian:

##### a. Dimensi *Compliance* (Kepatuhan)

*Compliance* merupakan dimensi terpenting dalam pengukuran kualitas jasa pada bank Syariah karena kepatuhan terhadap Syariah merupakan wujud eksistensi seorang muslim. Salah satu yang mencolok yaitu dengan tidak menggunakan sistem bunga akan tetapi menerapkan sistem bagi hasil. (Apriyani dkk., 2023, hlm. 42–51)

Berdasarkan hasil penelitian, penerapan dimensi *compliance* di BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan telah berjalan dengan baik. Hal ini tercermin dalam sistem tabungan maupun pinjaman yang diterapkan, dimana bank tidak menjanjikan bunga melainkan bagi hasil. BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan konsisten berpegang pada prinsip-prinsip Syariah, yang dapat dilihat dari sistem yang telah dijalankan yaitu dengan tidak adanya bunga dalam segala transaksi yang dilakukan. Dengan demikian, komitmen terhadap kepatuhan syariah ini memperkuat kepercayaan nasabah terhadap kredibilitas bank dalam menjalankan operasional perbankan berbasis syariah.

##### b. Dimensi *Assurance* (Jaminan)

*Assurance* (jaminan) yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan untuk menyampaikan kepercayaan, kesopanan, sifat dapat dipercaya dalam berkomunikasi agar nasabah tertarik dan percaya terhadap produk yang ditawarkan oleh bank, serta memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan (Sugiarti dan Meilanni, 2021).

Penerapan dimensi *assurance* (jaminan) di BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan sudah berjalan dengan baik. Hal ini ditunjukkan oleh tingkat kepuasan nasabah yang menyatakan bahwa karyawan di BPRS Cab. Pragaan memiliki pengetahuan yang memadai dan mampu memberikan pelayanan secara ramah melalui penerapan prinsip 3S (Senyum, Sapa dan Salam). Selain itu, jaminan

terhadap keamanan dana nasabah yang dijamin oleh LPS (Lembaga Penjamin Simpanan), sehingga menambah rasa aman dan kepercayaan nasabah dalam bertransaksi. Dengan memberikan pelayanan yang baik maka nasabah akan merasa puas dan nyaman dalam melakukan transaksi perbankan.

c. Dimensi Reliability (Kehandalan)

*Reliability* adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada nasabah dengan handal, akurat, dan memuaskan agar nasabah dapat melihat dan memberikan kesan yang baik karena kinerja yang diberikan oleh bank terjamin, tepat, dan memberikan kemudahan kepada nasabahnya (Priyanto, 2021).

Penerapan dimensi *reliability* (kehandalan) di BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan sudah berjalan dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari cara karyawan memberikan pelayanan kepada nasabah secara cepat, tepat dan memberikan kemudahan kepada nasabah, sehingga nasabah itu merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang konsisten dan akurat ini menimbulkan kepuasan bagi nasabah, yang pada akhirnya memperkuat kepercayaan mereka terhadap kinerja bank.

d. Dimensi Tangible (Bukti Fisik)

*Tangible* merupakan kemampuan dalam menampilkan fasilitas fisik seperti gedung, ruangan front office, tersedianya tempat parkir, perlengkapan alat komunikasi, kerapian, kenyamanan ruangan, dan penampilan karyawan akan menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih suatu produk atau jasa (Mujiburrahman, 2021).

Penerapan dimensi *tangible* di BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan telah berjalan dengan baik. Sebagaimana terlihat dari tersedianya berbagai fasilitas seperti AC, televisi, adanya komputer untuk mempercepat proses transaksi, ruang tunggu, ruangan yang nyaman, rapi dan bersih, tempat parkir, adanya ATM, BBS Mobile serta penampilan karyawan yang rapi dalam berpakaian. Hal ini menunjukkan bahwa aspek fisik yang ditampilkan oleh bank mampu menciptakan kesan profesional dan meningkatkan kenyamanan nasabah dalam menerima layanan.

e. Dimensi Emphaty (Empati)

*Emphaty* adalah kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian terhadap kebutuhan atau keluhan para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen (Hayati, 2019).

Konsep ini tercermin dalam hasil penelitian yang dilakukan di BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan, di mana penerapan dimensi *emphaty* sudah berjalan dengan baik. Hal ini sesuai dengan apa yang peneliti temukan bahwa pihak bank benar-benar menjaga hubungan yang harmonis dengan nasabah yaitu dengan memberikan perhatian terhadap nasabah, menangani keluhan atau masalah dengan cepat dan memahami situasi dan kondisi nasabah seperti apa dan apa yang diinginkan nasabah. Dengan penerapan empati yang tinggi maka akan menimbulkan perasaan nyaman dan rasa puas terhadap nasabah sehingga dapat memajukan bank.

f. Dimensi Responsiveness (Daya Tanggap)

*Responsiveness* merupakan keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, dengan penyampaian informasi yang jelas (Zuanita, 2017).

Hal ini selaras dengan temuan peneliti di BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan, di mana penerapan dimensi *responsiveness* telah berjalan dengan baik. BPRS Cab. Pragaan mampu memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap kepada nasabah dengan cara langsung mengarahkan nasabah sesuai dengan kebutuhan nasabah itu sendiri tanpa harus membiarkan nasabah menunggu lama agar nasabah merasa nyaman.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Syifa Kholila Ikhwan yang dilakukan di PT. Bank Sumut Syariah KCP Kota Baru Marelan menyatakan bahwa standar pelayanan dan penerapan dimensi CARTER sudah diterapkan dengan baik. Dari segi kepatuhan terhadap Syariah dilihat dari sistem yang dijalankan yaitu tidak adanya bunga, pelayanan yang ramah, kesopanan, keamanan terhadap dana nasabah, kompetensi, kehandalan, empati serta respon cepat tanggap dalam memberikan pelayanan kepada nasabah (Ikhwan, t.t). Penerapan dimensi CARTER pada PT. BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan menunjukkan hasil yang sejalan, dimana dimensi CARTER juga telah diterapkan dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari kepatuhan terhadap prinsip syariah (*compliance*) terlihat dari sistem tanpa bunga, sementara *assurance* tercermin dari pelayanan ramah (3S), kompetensi karyawan, dan jaminan dana oleh LPS. Pelayanan yang cepat dan tepat (*reliability*), fasilitas fisik yang lengkap dan nyaman (*tangible*), serta penanganan keluhan yang cepat dan pemahaman kebutuhan nasabah (*empathy* dan *responsiveness*) menunjukkan bahwa pelayanan di bank BPRS Cab. Pragaan telah diterapkan secara menyeluruh dan efektif.

**b. Bagaimana dimensi CARTER dapat meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas nasabah di PT. BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan**

Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dampak positif dari pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan kesetiaan nasabah serta keinginan untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang yang tentunya dapat meningkatkan pendapatan yang diterima dari produk yang sudah terjual. (Syarifah & Zaitunah, 2023, hlm. 193) Salah satu pendekatan dalam mengukur kualitas layanan perbankan syariah adalah menggunakan dimensi CARTER yang terdiri dari *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangibles*, *Empathy*, dan *Responsiveness* (Huda, dkk., t.t).

Dimensi CARTER dapat meningkatkan kualitas layanan di BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan. Hal ini dapat dilihat dari karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik, ramah, cepat dan tepat. Ketika terdapat keluhan atau permasalahan dari nasabah, karyawan segera memberikan respon dan penyelesaian secara baik. Selain itu, karyawan juga mampu menjawab pertanyaan nasabah dengan cepat dan jelas serta melihat kepada tidak adanya pengaduan terhadap bank. Oleh karena itu, dimensi CARTER secara konsisten dapat meningkatkan kepuasan nasabah, membangun loyalitas yang lebih kuat, serta memberikan dampak positif terhadap citra dan pendapatan bank.

Loyalitas konsumen merupakan komitmen yang dipegang teguh secara konsisten terhadap suatu layanan sehingga menyebabkan pembelian merek secara berulang-ulang. (Warsito, 2021, hlm. 40) Loyalitas pelanggan bukan hanya membeli ulang suatu produk atau jasa, akan tetapi juga mempunyai sikap dan komitmen yang positif terhadap perusahaan sehingga dapat merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain. Besarnya loyalitas nasabah dipengaruhi oleh besarnya kepuasan yang didapat dari produk atau layanan dari *brand* tertentu. (Ritonga, 2020, hlm. 249–254)

Dalam penelitian yang dilakukan di BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan, ditemukan bahwa dimensi CARTER, mampu meningkatkan loyalitas nasabah. Hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator loyalitas nasabah diantaranya yaitu:

a. Melakukan pembelian secara berulang-ulang

Pembelian secara berulang-ulang adalah aktivitas membeli suatu produk atau jasa lebih dari satu kali dalam jangka waktu tertentu. pembelian ini dilakukan karena sifat yang positif suatu produk atau jasa (Mawaddah, 2024).

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan pada nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan, yang menunjukkan bahwa para nasabah sudah melakukan pembelian produk secara berulang. Seperti kebiasaan mereka dalam menabung secara rutin, baik setiap bulan maupun setiap hari meskipun dengan jumlah yang tidak banyak. Perilaku ini mencerminkan adanya kepercayaan dan sikap positif terhadap produk tabungan yang ditawarkan oleh bank, sehingga mendorong nasabah untuk terus melakukan transaksi secara konsisten.

b. Merekomendasikan kepada orang lain

Merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain yaitu memberi rekomendasi atau mempromosikan suatu produk kepada orang lain. Hal ini dilakukan dengan cara menyampaikan pengalaman positif yang telah dirasakan oleh seseorang terhadap suatu produk atau layanan (Mashuri, 2020).

Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan sudah pernah merekomendasikan produk dan layanan bank kepada orang lain. Rekomendasi ini diberikan berdasarkan pengalaman baik mereka sebagai nasabah serta mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan pihak yang mereka rekomendasikan. Hal ini mencerminkan adanya kepuasan dan kepercayaan nasabah terhadap layanan bank, yang mendorong mereka untuk menyebarkan informasi positif secara aktif kepada lingkungan sekitar.

c. Membicarakan hal-hal yang positif kepada orang lain

Tindakan konsumen menyampaikan berbagai informasi atau pengalaman tentang merek, produk atau layanan kepada orang lain, dengan tujuan memberikan inspirasi atau pengaruh positif (Munandar dan Erdkhadifa, 2023).

Hal ini terbukti dari hasil penelitian saya, yang menunjukkan bahwa nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan telah berbagi pengalaman dan kesan positif kepada orang lain mengenai pelayanan bank. Mereka menyampaikan hal-hal seperti keramahan petugas, kecepatan layanan, serta penanganan keluhan yang cepat dan solutif. Tindakan ini mencerminkan adanya hubungan yang baik antara nasabah dan pihak bank, yang mendorong

mereka untuk secara aktif menyebarkan citra positif Lembaga keuangan kepada orang lain.

d. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Para pelanggan yang loyal selalu menolak apabila ditawarkan produk atau jasa dari perusahaan lain (pesaing). Mereka sudah memiliki kecintaan tersendiri terhadap produk atau jasa yang telah digunakan (Hapsari, 2019).

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian saya, di mana nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan tetap mempertahankan diri dan tidak terpengaruh oleh tawaran bank atau orang lain, yang menunjukkan bahwa mereka merasa puas dan nyaman dengan layanan BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan, khususnya karena layanan tersebut sesuai dengan prinsip syariah dan memberikan kemudahan saat melakukan transaksi.

Dalam penelitian ini, dimensi CARTER secara nyata mampu meningkatkan kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan. Peningkatan kualitas pelayanan terlihat dari kinerja karyawan yang ramah, cepat, tepat, serta tanggap dalam menyelesaikan keluhan nasabah. Sementara itu, peningkatan loyalitas nasabah tercermin melalui perilaku nasabah yang melakukan transaksi berulang, merekomendasikan layanan kepada orang lain, menyampaikan kesan positif, dan tetap setia meskipun ada tawaran dari pesaing. Oleh karena itu, dimensi CARTER terbukti efektif dalam memperkuat hubungan antara bank dan nasabah secara berkelanjutan.

## **5. Kesimpulan dan Saran**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai dimensi CARTER dalam peningkatan kualitas layanan dan loyalitas nasabah pada PT. BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Penerapan dimensi CARTER di PT. BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan sudah diterapkan dengan baik, mencerminkan prinsip Syariah tanpa bunga. Kepuasan nasabah terlihat dari pengakuan atas pengetahuan karyawan dan pelayanan ramah melalui 3S (Senyum, Sapa, Salam). Dana milik nasabah terjamin keamanannya karena dilindungi oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Pelayanan cepat, tepat, dan memudahkan, didukung fasilitas seperti AC, televisi, komputer, ruang tunggu nyaman, area parkir, ATM, serta layanan BBS mobile. Penampilan karyawan yang rapi dan hubungan dengan nasabah dijaga melalui respon cepat terhadap keluhan dan pemahaman atas kebutuhan nasabah.

Dimensi CARTER sudah dapat meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas nasabah pada BPRS Bhakti Sumekar Cab. Pragaan, hal ini dapat dilihat dari karyawan ketika memberikan pelayanan terhadap nasabah. Sedangkan loyalitas nasabah terlihat dari perilaku menabung secara rutin, merekomendasikan produk kepada orang lain, menyampaikan kesan positif, serta tetap setia meskipun terdapat tawaran dari bank lain.

## **6. Daftar Pustaka**

- Amalia Sulistiyani, Z. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Dengan Dimensi CARTER. Universitas Islam Negeri Sunan kalijaga.
- Apriyani, V., Wahyuni, E. S., & Sumarni, Y. (2023). Manajemen Pelayanan Kualitas Bank Syariah. CV Brimedia Global.



- Fakhri, H. O., Ramadhani, S., & Jannah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah PT. BPRS Puduarta Insani Tembung). *Jurnal eCo-Fin (Economy and Financial)*, Vol. 5, No. 3.
- Hariyadi, R. (2022). Kepuasan Nasabah Melalui Pelayanan Model CARTER Pada Bank Mega Syariah Cabang Kota Bengkulu. *Jurnal Fidusia*, Vol.5, No. 2.
- Hayati, I. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan Medan. *Jurnal Ekonomi Islam*, 1, no. 2.
- Huda, N., Novarini, Mardoni, Y., & Permatasari, C. (2015). Zakat Perspektif Mikro-Makro: Pendekatan Riset. KENCANA.
- Ilahi, A. A. A., & Arifuddin. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Amsir Bunga Rampai Journal*, Vol. 1, No. 1.
- Mujiburrahman, A. (2021). Pengaruh Dimensi CARTER Pada Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BSI Kantor Cabang Amuntai. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Nasfi, Rahmad, & Sabri. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Journal of Economic Studies*, Vol. 4, No. 1.
- Prijanto, B., Ferina Pulung, R., & Rusiana Sari, A. (t.t.). Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Di kota Depok Menggunakan CARTER Model. *Jurnal Tabarru'*, 4, no. 1, Mei 2021.
- Rahman, H., & Mukarromah, L. (2021). Implementasi Gadai Emas (Ar-Rahn) Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus PT. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pragaan). *Jurnal Investasi Islam*, Vol. 02, No. 01.
- Renita. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Dengan Dimensi CARTER Terhadap Kepuasan Nasabah Yang Menabung Di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KC Padangsidempuan [Manuscript].
- Ritonga, W. (2020). Pelayanan Prima. PT. Muara Karya.
- Samsudin, A., Nugroho, R. H., Zakaria, R., Putri, R. A. T. E., Wirawan, G. A., Saputra, R. N., & Widad, S. W. (2023). Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Melalui BSI Mobile Pada Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, Vol. 4, No. 5.
- Saputra, T. A., Rohman, M., Kholili, M., & Umam, K. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Model CARTER Di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Tlanakan. *Jurnal PROSPEKS (Prosiding Pengabdian Ekonomi dan Keuangan Syariah)*, Vol. 1, No. 1.
- Saragih, L. M. S., Fadly, B., Asmuni, & Harahap, I. (2020). Analisis Dimensi CARTER dan Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Syariah Mandiri di Kota Medan. *Prosiding Seminar Edusainstech FMIPA UNIMUS*.
- Sugiarti, D., & Meilani, A. (2021). Dimensi Carter Kualitas Layanan Bank Syariah Indonesia: Studi Komparatif Sebelum dan Setelah Merger. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 7, No.03.
- Syarifah, W., & Zaitunah. (2023). Pemodelan Matematika untuk Networking dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Tabungan Deposito Mudharabah. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika, Matematika dan Statistika*, Vol. 4, No. 1.
- Warsito, C. (2021). Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek Toko Islami. STAIN Press.