

**PENGARUH PELAYANAN PRIMA (*SERVICE OF EXCELLENCE*)
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Survey Nasabah Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung)**

¹ Rizky Aprisya, ² Eva Fauziah, ³ Ratih Tresnati

^{1,2} *Keuangan dan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116
e-mail: ¹Gendut00872@gmail.com*

Abstract: Industri perbankan syariah di Indonesia secara konsisten telah menunjukkan perkembangan dan mampu bersaing dengan baik. Persaingan yang dialami bukan hanya pada harga, bagihasil atau produk, melainkan lebih menekankan kepada hal pelayanan yang prima. Pelayanan prima yang dilakukan bank syariah menggabungkan aspek moral dan aspek bisnis yang harus mengintegritaskan nilai-nilai moral dan tindakan-tindakan berdasarkan prinsip syariah. Salah satu bank syariah di Indonesia yang menerapkan pelaksanaan pelayanan prima adalah Bank DanamonSyariah. Walaupun Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung telah menerapkan pelaksanaan pelayanan prima namun dari hasil survey masih ada nasabah yang belum mencapai kepuasannya, seperti sering terjadinya antrian nasabah, waktu pelayanan yang tidak sesuai *Standar Oprtating Procedure (SOP)*, kurang ramahnya karyawan saat melayani nasabah, dan lapangan parkir yang kurang memadai. Berdasarkan latarbelakang penelitian di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan pelayanan prima di Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung, tanggapan nasabah tentang pelaksanaan pelayanan prima di Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung, tingkat kepuasan pelanggan (nasabah) Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung, dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan (nasabah) Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah verifikatif, yang bertujuan untuk menguji hipotesis dengan cara pengumpulan data, pengolahan data dan analisis secara kuantitatif yang akhirnya menarik kesimpulan berdasar hasil pengolah data. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah survey, yaitu studi yang bersifat kuantitatif yang digunakan untuk meneliti gejala suatu kelompok atau perilaku individu. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Subjek dalam penelitian ini adalah 70 nasabah Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung dengan teknik pengumpulan sampel *Convenience Sampling*.

Hasil penelitian menunjukan bahwa pelaksanaan pelayanan prima di Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung telah menggunakan A6 dimensi pelayanan prima. Pelaksanaan pelayanan prima berada pada kategori baik. Tingkat kepuasan pelanggan (nasabah) sebesar 71,7% berada pada kategori baik. Hasil perhitungan koefisien regresi bernilai positif yang menunjukkan adanya pengaruh yang searah sebesar 41,5%. Koefisien korelasi sebesar 0,644 dengan tingkat hubungan yang kuat antara pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan. Uji hipotesis bahwa H_1 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Pelayanan Prima, *Service of Excellence*, KepuasanPelanggan

A. Pendahuluan

Perekonomian di Indonesia khususnya dalam sektor perbankan menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat. Persaingan dalam dunia perbankan konvensional maupun syariah tidak hanya bertumpu pada produk saja, namun pelayanan kepada nasabah dalam dunia jasa perbankan menjadi suatu hal yang harus diperhatikan, termasuk oleh bank syariah yang saat ini diminati masyarakat.

Perbankan syariah memberikan pelayanan dengan menggabungkan aspek moral dan aspek bisnis yang harus mengintegritaskan nilai-nilai moral dan tindakan-tindakan

berdasarkan prinsip syariah.¹ Dimana pelayanan berprinsip syariah dapat dijadikan sebagai sebuah keunggulan dibandingkan dengan usaha jasa perbankan lainnya.

Pelayanan prima yang diberikan bank syariah untuk mengutamakan kepentingan dan melayani nasabah dengan “unggul” agar nasabah merasa puas. Kepuasan nasabah dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah. Semakin baik fitur-fitur pelayanan atau fasilitas yang disediakan, maka nasabah dengan sendirinya akan merasa puas, sebab kepuasan nasabah akan berdampak pada kepercayaan dan loyal terhadap perusahaan. Nasabah yang telah merasa puas terhadap pelayanan jasa cenderung akan menyampaikan rasa puasnya kepada orang lain dan secara tidak langsung hal itu akan mempengaruhi orang lain agar menggunakan jasa bank tersebut.

Menurut Eihaitammy dalam Ruslan menyatakan: “Pelayanan prima (*service of excellence*) merupakan suatu sikap atau cara pihak *customer service*(pelayanan pelanggan) dapat melayani pelanggan secara memuaskan.”²

Bank Danamon Syariah adalah unit usaha syariah yang telah memberikan pelayanan prima kepada nasabahnya. Pelayanan prima yang diberikan Bank Danamon syariah merupakan suatu usaha melayani nasabah dengan sebaik-baiknya, untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah baik berupa produk maupun jasa. Bank Danamon Syariah sebagai salah satu bank syariah di Indonesia memberikan pelayanan seperti sistem layanan Perbankan secara manual, ATM dan *Autodebet*, layanan *cash pick up*, layanan *Phone Handling* (penerimaan telephone), layanan Mobil DSP, dan performa kenyamanan fasilitas kantor. Pada kenyataannya nasabah yang menggunakan jasa Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung tidak selalu memberikan tanggapan positif pada pelaksanaan pelayanan prima yang telah dilakukan oleh Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan pelayanan prima di Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung.
2. Untuk mengetahui tanggapan nasabah tentang pelaksanaan pelayanan prima di Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung.
3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan (nasabah) terhadap pelaksanaan pelayanan prima di Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung.
4. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan (nasabah) Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung.

B. Landasan Teori

Dewasa ini pelayanan dikenal dengan istilah pelayanan prima yang berkaitan dengan jasa pelayanan yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam upaya untuk memberikan rasa kepuasan dan menumbuhkan rasa kepercayaan pihak pelanggan. Pelayanan tersebut juga membuat pihak pelanggan merasa dirinya dipentingkan atau diperhatikan dengan baik dan wajar.³

¹Ahmad Ifham Shoihin, M.kompasiana.com/post/read/6530/3/keuntungan-memilih-bank-syariah-.html. diakses pada tanggal 20 Desember 20.

²Ruslan Rosady, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, PT Raja Grafindo Persada : Jakarta, 2007, hlm. 275.

³Ruslan Rosady, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, PT Raja Grafindo Persada : Jakarta, 2007, hlm. 278.

Dalam buku Atep Adya Barata “*Dasar-dasar Pelayanan Prima*” terdapat A6 dimensi utama sebagai penentu pelayanan prima :

1. Kemampuan (*Ability*)
2. Sikap (*Attitude*)
3. Penampilan (*Appearance*)
4. Perhatian (*Attention*)
5. Tindakan (*Action*)
6. Tanggung Jawab (*Accountability*)

Dalam prinsip syariah pelayanan prima berhubungan dengan hubungan manusia dengan sesama (muamalah). Interaksi antar sesama manusia mempunyai 2 nilai *builtin* yang tidak bisa dipisahkan satu sama lain, pertama adalah interaksi itu harus selaras dengan hukum islam, dan kedua interaksi itu memiliki kandungan nilai-nilai akhlak mulia. Yang dimaksud dengan keselarasan hukum Islam adalah setiap interaksi antara sesama manusia harus sejalan dengan *rule of the game* syariat Islam. Sedangkan yang dimaksud dengan kandungan akhlak adalah bahwa semua interaksi yang mendapat legitimasi hukum Islam pasti mempunyai nilai-nilai akhlak mulia didalamnya.

Allah SWT berfirman dalam Al – Quran surat Al – Maidah ayat 2 :

وَتَعَاوَنُوا عَلَىٰ الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَىٰ الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“...dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah sangat berat siksa-nya”.

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika hasil di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang”.⁴

Indikator yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk memantau dan mengukur kepuasan pelanggan adalah :

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*Overall Customer Satisfsaction*)
2. Dimensi kepuasan pelanggan (*Dimensions Of Customer Satisfsaction*)
3. Konfirmasi harapan (*Confirmation Of Expectations*)
4. Minat pembelian ulang (*Repurchase Intern*)
5. Kesiediaan untuk merekomendasi (*Willingness to Recommend*)
6. Ketidakpuasan pelanggan (*Customer Dissatisfsaction*)

dalam Islam, kepuasan terjadi manakala telah terpenuhinya kebutuhan fisik maupun non fisik seseorang. Kebutuhan fisik pun bukan dalam arti keinginan semata, tetapi kebutuhan yang memiliki nilai manfaat tertentu (berdasarkan pada tingkat kemaslahatan). Sedangkan kebutuhan non fisik berupa nilai ibadah yang didapati dari pada yang telah dilakukan.⁵

⁴Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management 14th Edition*, Prentice Hall, 2012, hlm. 128.

⁵Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Cetakan ketiga*, Ekonosia, yogyakarta, 2004, hlm. 168 – 173.

Allah SWT berfirman dalam Al – Quran surat Ali – Imran ayat 159 :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ إِنَّكَ لَأَنْتَ لَهٌمٌ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepadanya.”

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila pelanggan dilayani dengan lemah lembut, harus menghindari tutur kata yang kasar dan memusyawarahkan apapun keluhan yang dirasakan pelanggan dengan tidak bersikap keras kepala agar pelanggan merasa puas dan tidak meninggalkan perusahaan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pelaksanaan pelayanan prima yang dilakukan Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung dalam upaya melayani nasabah dengan sebaik-baiknya, untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah baik berupa produk maupun jasa.

Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung telah menerapkan pelayanan prima yang terdiri dari:

1. Ability (Kemampuan)

Dalam hal ini Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung memberikan pelayanan prima berupa *ability* (kemampuan) yang mewajibkan pelayanan transaksi perbankan sesuai waktu yang ditetapkan SOP (*Standar Oprtating Procedure*) dalam waktu 5 – 10 menit pelayanan, memberikan informasi perbankan secara lengkap dengan menjelaskan mekanisme dan manfaatnya kepada nasabah dan menumbuhkan rasa kekeluargaan dengan nasabah.

2. Atittude (Sikap)

Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung memberikan pelayanan prima berupa *atittude* (sikap) melayani nasabah dengan ramah, sopan, selalu melontarkan senyuman, selalu memberikan ucapan salam “*Assalamualaikum*” saat memulai pelayanan, dan mengucapkan ucapan terimakasih kepada nasabah saat mengakhiri pelayanan. Sikap ini diterapkan kepada seluruh karyawan dari mulai pintu terdepan.

3. Apperance (Penampilan)

Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung memberikan penampilan dalam dua aspek, seperti melayani nasabah menggunakan seragam sesuai SOP (*Standar Oprtating Procedure*) yang sopan, rapih, menutupi aurat, berjilbab menutupi dada, tidak ketat, dan manajemen mewajibkan setiap karyawan menggunakan tanda pengenal. Penampilan ruangan kantor yang memiliki kenyamanan fasilitas kantor, seperti adanya no antrian, kursi tunggu, AC, dan toilet.

4. Attantion (Perhatian)

Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung memberikan perhatian dengan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan nasabah, dan memberikan pelayanan yang adil kepada seluruh nasabah.

5. *Action* (Tindakan)

Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung memberikan pelayanan prima berupa tindakan dengan mendengarkan keluhan dan menanggapi keluhan yang dirasakan nasabah, dan memberikan pelayanan hingga tuntas.

6. *Accountability* (Tanggung Jawab)

Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung memberikan pelayanan prima berupa tanggung jawab dengan memberikan rasa aman kepada nasabah saat bertransaksi, seperti adanya satpam berlapis dari pintu kedatangan hingga pintu masuk, adanya CCTV dalam ruangan kantor dan adanya alarm darurat.

Tanggapan responden tentang pelayanan prima di Bank Danamon Syariah KCP Pungkur yang terdiri dari 9 pertanyaan, menghasilkan total skor akhir sebesar 2369, ini artinya pelaksanaan pelayanan prima dinilai baik oleh nasabah.

Tingkat kepuasan pelanggan yang terdiri dari 6 pertanyaan, menghasilkan total skor akhir sebesar 1506. Dimana nilai kepuasan nasabah Bank Danamon Syariah KCP Pungkur berada pada kategori baik.

Tabel 1.2
Analisis Korelasi *Product Moment*

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.644 ^a	.415	.407	3.850

Berdasarkan analisis hasil perhitungan di atas, dapat diketahui koefisien korelasi pelayanan prima (X) dengan kepuasan pelanggan (Y) sebesar $r = 0,644$. Koefisien korelasi sebesar 0,644 menunjukkan adanya hubungan yang kuat berkisar antara 0,60 – 0,799 dan arahnya positif antara pelayanan prima (X) dengan kepuasan pelanggan (Y). Ini berarti apabila pelayanan prima meningkat, maka kepuasan pelanggan juga semakin meningkat.

Tabel 1.3
Koefisien Regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.048	2.980		.352	.726
	PELAYANANPRIMA	.605	.087	.644	6.950	.000

a. Dependent Variable: KEPUASANPELANGGAN

Dari tabel di atas didapat nilai konstanta $a = 1,048$ dan nilai koefisien $b = 0,605$. Dengan demikian diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,048 + 0,605 X$$

Persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut:

1. jika pelayanan prima (X) bernilai nol (0), maka kepuasan pelanggan (Y) akan bernilai 1,048.
2. jika pelayanan prima (X) meningkat sebesar $1 \times 0,605$, dan jika pelayanan prima (X) menurun sebesar $2 \times 0,605 = 1,21$.

Maka jika terjadi kenaikan 1 tingkat pada pelayanan prima akan berpengaruh terhadap meningkatnya kepuasan pelanggan sebesar $1,048 + 0,605 (1) = 1,653$. Artinya jika pelayanan prima meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat, dan apabila pelayanan prima menurun maka kepuasan pelanggan akan menjadi semakin menurun. Pengaruh pelayanan prima (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 41,5%, sedangkan sisanya 58,5% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 1.4
Uji t Hitung Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.048	2.980		.352	.726
	PELAYANANPRIMA	.605	.087	.644	6.950	.000

a. Dependent Variable: KEPUASANPELANGGAN

Dengan $\alpha = 5\%$ dan $dk = n - 2 = 68$ diperoleh nilai t_{tabel} untuk uji t dua pihak sebesar 1,995. Berdasarkan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t hitung, diketahui nilai uji t hitung sebesar 6,950. Karena uji t hitung $>$ t tabel atau $6,950 >$ 1,995, maka H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh antara variabel Pelayanan Prima (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

D. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan mengenai pengaruh pelayanan prima (*service of excellence*) terhadap kepuasan pelanggan (nasabah) Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung, ada beberapa hal yang dapat penulis simpulkan diantaranya adalah sebagai berikut: Pelaksanaan pelayanan prima yang telah dilakukan Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung telah menggunakan dimensi A6 pelayanan prima yang meliputi *ability*, *attitude*, *appearance*, *attention*, *action* dan *accountability*. Tanggapan nasabah tentang pelaksanaan pelayanan prima di Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung dinilai baik, artinya nasabah telah merasakan pelayanan prima yang telah dilakukan Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung. Tingkat kepuasan pelanggan (nasabah) Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung termasuk dalam kategori baik, dengan tingkat kepuasan sebesar 71,7%. Hal ini disebabkan nasabah telah merasakan kepuasan atas pelayanan prima yang diberikan oleh Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung. Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan di Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung sebesar 41,5% dengan tingkat hubungan yang kuat sebesar 0,644 dengan arah hubungan yang positif. Nilai uji t hitung sebesar 6,950,

karena uji t hitung $>$ t tabel atau $6,950 > 1,995$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel Pelayanan Prima (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Maka semakin meningkat pelaksanaan pelayanan prima di Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung semakin meningkat pula kepuasan pelanggan (nasabah) Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Atep Adya Barata. 2005. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima, Cetakan ke-3*. PT.Gramedia:Jakarta.
- Fandy Tjiptono. 2002. *Brand Management & Strategy*. Andi: Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2007. *Manajemen Jasa*. Andy: Yogyakarta.
- Freddy Rangkuti. 2003. *Riset Pemasaran*. PT.Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Heri Sudarsono. 2004. *Konsep Ekonomi Islam Cetakan ketiga*. Ekonosia: Yogyakarta.
- Hermawan Kartajaya. 2005. *Hermawan Kartajaya On Positioning*. Mizan: Jakarta.
- Hermawan Kartajaya. 2006. *Syariah Marketing*. PT Mizan Pustaka: Bandung.
- Husein Umar. 2005. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Husein Umar. 2010. *“Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen”*. Gramedia: Jakarta.
- Husein Umar. 2011. *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19”*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Kasmir. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Revisi*. PT Rajagrafindo Persada: Jakarta.
- Mounir. 2002. *Manajemen Pelayanan Umum Indonesia*. Bumi Aksara: Jakarta.
- Muslim Al Hallaj. *Shahih Muslim Kitab Iman Hadits No. 23*. Darul Kutub, Beirut, t.th.
- Philip Kotler. 2003. *Marketing Management, 11th Edition*. Prentice Hall New Jersey.
- Philip Kotler dan Gery Amstrong. 2004. *Prinsip-prinsip marketing edisi ketujuh*. Salemba Empat: Jakarta.
- Philip Kotler dan Gery Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran jilid 1 edisi 12*. Erlangga: Jakarta.
- Philip Kotler and Kevin Lane Keller. 2009. *Marketing Management, 13th edition*. Prentice Hall.
- Philip Kotler and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 14th Edition*. Prentice Hall.

Rizki Ramadhan. 2013. “*Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Cabang BSD)*”. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.

Robet Jonston. 2004. *Managing Service Quality Volume 14, Number 2/3*. pp.129-133.

Ruslan Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada : Jakarta.

Sugiarto. 1999. *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*. PT Gramedia Pustaka : Jakarta.

Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Andi: Yogyakarta.

William J Stanton. 2005. *Prinsip Pemasaran cetakan ketujuh*. Gramedia Pustaka : Jakarta.

Sumber lain:

<http://makalahqsamlh.blogspot.com/2012/06/manajemen-pemasaranislam.html>.

<http://M.kompasiana.com/post/read/6530/3/keuntungan-memilih-bank-syariah>.

www.cgg.gov.in

www.danamon.co.id