Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah BMT Global Madani Indonesia

Sundari, Diah Syifaul A'yuni, Muawanah, dan Ainun Nur Rofikoh[a]

[a] Institut Pesantren KH. Abdul Chalim, sundarifreste89@gmail.com

Abstrak:
Perkembangan BMT di Indonesia sangat signifikan maka akan terjadi persaingan yang semakin sulit dan membutuhkan berbagai strategi agar bisa berkembang dan memperoleh banyak anggota. Maka dari itu salah satu strategi yang harus diperhatikan adalah mengenai pelayanan, karena dari pelayanan yang berkualitas maka anggota akan menjadi puas dan tetap melakukan transaksi. Karena BMT Global Madani Indonesia adalah BMT yang sedang berkembang, sehingga BMT tersebut memerlukan suatu langkah yang tepat untuk meningkatkan kepuasan nasabah-nasabahnya. Maka dari itu, penulis memilih BMT Global Madani Indonesia sebagai tempat penelitian dengan harapan bisa memberikan suatu manfaat bagi kemajuan BMT Global Madani dari hasil penelitian ini. Analisis penelitian dilakukan secara deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan data didapat dari hasil penyebaran kuesioner akan dianalisis berdasarkan kualitas pelayan terhadap nasabah BMT Global Madani. Hasil dari analisis pada penelitian menunjukkan bahwa adanya bukti fisik, kehandalan, daya tangkap, jaminan, dan kepedulian terhadap nasabah berpengarus signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini di tandakan dengan jawaban dari kuesioner yang mayoritas menyatakan setuju pada semua pernyataan dalam kuesioner. Hasil yang signifikan ini akan membawa pengaruh besar apabila kualitas pelayanan bisa dikelola dengan baik, karena akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Kata Kunci: *kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, Baitul Maal wa Tamwil*

PENDAHULUAN

Kelahiran dari lembaga keuangan syariah yang terdapat di Indonesia ditandai secara resmi dengan didirikannya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1991. Adanya BMI dan meningkatnya kesadaran dari masyarakat pada Lembaga keuangan yang berbasis keuangan sehingga mendorong adanya Lembaga keuangan syariah yang lain. Berdasarka data statistic dari Perbankan Syariah yang bersumber dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) April 2018 yang mana terdapat 13 Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 168 BPRS yang memiliki total aset BUS dan UUS Rp. 423.944 Miliar. Sedangkan perusahaan asuransi syariah terdapat 13, perusahaan asuransi UUS 50, lembaga

pembiayaan syariah 7 dan UUS 40, Dana Pensiun Syariah 1, Lembaga Keuangan Khusus Syariah 4, dan Lembaga Keuangan Mikro Syariah 42 (Rasyid).

BMT atau Baitul Maal wa Tamwil sebagai lembaga di bidang penyediaan jasa laya keuangan untuk masyarakat yang tidak terjangkau pada layanan perbankan. Terkait Sistem dan fungsi BMT hamper sama dengan koperasi dan sering kali disamakan dengan koperasi syariah disebabkan BMT memiliki keteguhan pada prinsip syariah yang dijalankan pada kegiatan operasional. Pada pertumbuhan BMT yang cukup signifikan dilihat dari data Permodalan BMT (PBMT) ventura sebagai asosiasi BMT yang berada di Indonesia, dan memiliki sekitar 4.500 BMT di 2015 yang melayani kurang lebih 3,7 juta orang sehingga memiliki aset sekitar Rp16triliun yang dikelola oleh sekitar 20 ribu orang. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, menunjukkan adanya jumlah unit usaha koperasi di Indonesia bisa mencapai 150.223 unit usaha sehingga terdapat 1,5 persen koperasi yang memiliki badan hukum (Putra).

Perkembangan BMT yang berada di Indonesia sangat signifikan maka akan terjadi persaingan yang semakin sulit dan membutuhkan berbagai strategi agar bisa berkembang dan memperoleh banyak anggota. Sehingga salah satu strategi yang diperhatikan adalah mengenai pelayanan, karena dengan adanya pelayanan yang berkualitas maka anggota akan menjadi puas dan tetap melakukan transaksi.

Kualitas pelayanan dianggap sebagai 1 komponen yang diwujudkan perusahaan karena mempunyai pengaruh dalam mendatangkan konsumen baru dan bisa mengurangi pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan yang lain. Kualitas pelayanan diartikan sebagai bentuk tingkat dari keunggulan yang diharapkan dan pengendalian pada tingkat dari keunggulan dalam memenuhi adanya keinginan pelanggan dan Kepuasan adalah tanggapan terhadap pemenuhan keinginan konsumen. Ini adalah suatu penilaian bahwa fitur produk/jasa, atau produk atau layanan itu sendiri, memberikan tingkat konsumsi yang menyenangkan terkait pemenuhan tersebut (Sigit, 2014).

BMT Global Madani Indonesia adalah BMT yang sedang berkembang, sehingga BMT tersebut memerlukan suatu langkah tepat untuk meningkatkan kepuasah nasabah-nasabahnya. Sehingga penulis memilih BMT Global Madani Indonesia sebagai tempat

penelitian dengan harapan bisa memberikan suatu manfaat bagi kemajuan BMT Global Madani dari hasil penelitian ini.

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan Jasa

Kualitas pelayanan dianggap bentuk dari komponen yang harus diwujudkan perusahaan karena mempunyai pengaruh dalam mendatangkan konsumen baru dan bisa mengurangi pelanggan lama yang bisa berpindah ke perusahaan lain. Kualitas pelayanan diartikan pada bentuk tingkat keunggulan yang diinginkan dan pengendalian pada tingkat keunggulan dalam memenuhi keinginan dari pelanggan. Berdasarkan definisi-definisi yang telah disebutkan, kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai bentuk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen serta dari ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Sigit, 2014).

Parasuraman mengemukakan bahwa untuk mengukur kualitas jasa dapat ditentukan berdasarkan lima dimensi kualitas jasa. Dimensi-dimensi tersebut merupakan: **1)** Bukti fisik (*tangibles*), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi, 2) Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yangdijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan, 3) Daya tanggap (*responsiveness*), merupakan keinginan para staf untuk membantu parapelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, 4) Jaminan (*assurance*), yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguraguan, dan 5) Empati (*empathy*), yaitu kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan (Khabibullah, 2013).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan pada dasarnya berhubungan dengan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya. Sunarto mengartikan kepuasan sebagai bentuk perasaan dari seseorang bail senang atau kecewa akibat adanya perbandingan antara persepsi dan kesan pada kinerja produk dan harapannya.

Maka, tingkat kepuasan adalah fungsi pada perbedaan dari kinerja yang dirasakan dan diharapkan. Pelanggan dapat memahami salah satu tingkat kepuasan umum, adalah jika kinerja di bawah dari harapan, maka konsumen akan kecewa, kinerja sesuai harapan, maka konsumen akan puas, lalu kinerja akan melebihi dari harapan sehingga konsumen akan sangat puas.

Menurut Jasfar kepuasan konsumen pada jasa merupakan perbandingan dari persepsi pada jasa yang diterima dengan harapan sebelum memakai jasa yang berkaitan. Jika harapan terlampaui maka jasa sudah memberikan kualitas luar biasa dan mengakibatkan kepuasan sangat tinggi (*very satisfy*). Dan sebaliknya, jika harapan tidak tercapai maka kualitas jasa tidak memenuhi harapan/gagal dalam melayani konsumen. Apabila harapan sesuai dengan apa yang didapat maka konsumen akan puas (*satisfy*).

Menurut Engel, et al dalam Tjiptono, kepuasan pelanggan adalah bentuk evaluasi purnabeli yang mana alternatif dipilih sekurang-kurangnya bisa memberikan hasil (*outcome*) yang sama/melampui harapan dari pelanggan, sedangkan adanya ketidakpuasan terjadi jika hasil tidak memenuhi dari harapan. Menurut Fornell kepuasan pelanggan adalah bentuk evaluasi purnabeli dari keseluruhan sehingga membandingkan antara persepsi pada kinerja produk lewat ekspektasi prapembelian.

Uraian di atas bisa disimpulkan bahwasanya pelanggan bisa menilai kepuasan/ketidakpuasan pada produk dengan melakukan perbandingkan kinerja yang dialami pada tingkat harapan yang diciptakan atau telah terdapat di dalam pikiran mereka. Keadaan ketidakpuasan terjadi setelah konsumen memakai produk/jasa yang diberli dan merasa bahwasanya kinerja yang tidak memenuhi harapan pelanggan (Murti).

METODOLOGI PENELITIAN

Analisis dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang didapat pada hasil penyebaran kuesioner akan dianalisis berdasarkan bagaimana kualitas pelayan pada nasabah BMT Global Madani. Dengan demikian akan diperoleh kesimpulan tentang bagaimana kualitas pelayan terhadap nasabah BMT Global Madani.

Populasi penelitian adalah seluruh nasabah BMT Global Madani namun yang paling diutamakan adalah mahasiswa Ekonomi Syariah IKHAC.

Pengukuran kualitas pelayanan terhadap nasabah ini dilaksanakan dengan memakai 5 independen yaitu Tangibles (Berwujud), Realiability (Keandalan), Responsiveness (Daya Tangkap), Assurance (Jaminan), Emphaty (Empati). Independen Tangibles (Berwujud) adalah fasilitas fisik yang bersih dan tertata rapi, peralatan yang lengkap, termasuk kerapihan. Independen Realiability (Keandalan) adalah kemampuan atau keterampilan. Independen Responsiveness (Daya Tangkap): daya tangkap atau kesigapan. Independen Assurance (Jaminan) adalah tentang pengetahuan, keterampilan, sikap yang sopan dan dapat dipercaya. Independen Emphaty (Empati) adalah memberikan perhatian dengan cara penyampaian yang tulus.

Data yang dipakai dalam penelitian adalah data primer melalui penyebaran kuesioner secara online kepada nasabah BMT Global Madani, terutama seluruh mahasiswa Ekonomi Syariah IKHAC. Bagian pertama merupakan identitas responden seperti nama, jenis kelamin, dan produk yang digunakan. Bagian kedua berisi 12 pertanyaan tertutup yang bertujuan menguji bagaimana kualitas pelayan terhadap nasabah BMT Global Madani.

Kesimpulan yang diperoleh tersebut di atas akan diperkuat dengan opini nasabah berdasarkan bagaimana kualitas pelayan terhadap nasabah BMT Global Madani. Jawaban responden dalam bagian pertanyaan akan direkapitulasi sehingga diperoleh kesimpulan yang dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil rekapitulasi data penelitian yang diperoleh dari penyebaran online kuesioner kepada nasabah BMT Global Madani terutama seluruh mahasiswa Ekonomi Syariah IKHAC dapat disajikan dalam

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif Secara Keseluruhan

No.	Pernyataan	%STS	%TS	%KS	%S	%SS
	TANGIBLES (BERWUJUD)					
1	BMT Global Madani menggunakan	2.9%	11.8%	20.6%	50%	14.7%

	peralatan yang terlihat canggih dan modern.					
2	Informasi yang diberikan BMT Global Madani mudah dimengerti dan dipahami.	2.9%	2.9%	14.7%	76.5%	2.9%
	RELIABILITY (KEANDALAN)					
3	BMT Global Madani melayani semua nasabah sesuai dengan janjinya.	2.9%	-	32.4%	58.8%	5.9%
4	BMT Global Madani menginformasikan kepada nasabah tentang produk-produknya.	2.9%	2.9%	8.8%	64.7%	20.6%
	RESPONSIVENESS (DAYA TANGGAP)					
5	Staf BMT Global Madani melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien.	5.9%	8.8%	29.4%	50%	5.9%
6	Staf BMT Global Madani memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah.	2.9%	5.9%	17.6%	70.6%	2.9%
	ASSURANCE (JAMINAN)					
7	Staf BMT Global Madani dapat menanamkan kepercayaan dan rasa aman kepada nasabah.	-	2.9%	11.8%	76.5%	8.8%
8	Staf BMT Global Madani selalu menjalankan tugasnya dengan benar dan tepat.	2.9%	5.9%	32.4%	52.9%	5.9%
	EMPHATY (EMPATI)					
9	Staf BMT Global Madani bersikap ramah dan sopan dalam melayani transaksi.	-	2.9%	8.8%	70.6%	17.6%
10	Staf BMT Global Madani bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah.	-	5.9%	26.5%	64.7%	2.9%
	KEPUASAN					
11	Anda merekomendasikan kepada keluarga atau teman Anda untuk menjadi nasabah di BMT Global Madani.	2.9%	17.6%	8.8%	64.7%	5.9%
12	Anda merasa puas dengan produk-produk BMT Global Madani.	0.1%	8.8%	17.6%	64.7%	8.8%

***Tangibles* (Berwujud)**

Jika dilihat dari independen *Tangibles* (Berwujud), mayoritas dari responden mengatakan setuju bahwa seluruh informasi yang diberikan dari pihak BMT Global Madani mudah dimengerti dan dipahami. Kemudian dari segi peralatan yang dimiliki BMT Global

Madani adalah peralatan yang canggih dan modern, setengah dari responden menyatakan juga setuju namun sisanya berpendapat kurang setuju.

Disimpulkan bahwasanya data yang didapat mengenai *Tangibles* (Berwujud) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pada sisi lain, karena semakin baik wujud fisik yang disediakan oleh BMT Global Madani untuk meningkatkan atau mempertahankan kepuasan nasabah. Jadi usaha yang harus dilakukan agar bisa meningkatkan atau mempertahankan kepuasan nasabah melalui independen wujud fisik ini sebaiknya yang harus dilakukan pihak BMT Global Madani: (1)selalu meng*update* perlatan yang di miliki agar mengikuti perkebangan zaman dan mengganti peralatan yang seharusnya diganti dengan yang baru, (2)selalu menjelaskan mengenai semua informasi dengan jelas dan dengan kalimat yang dipahami agar tidak terjadi *miscommunication* antara staf BMT dengan nasabah, (3) melengkapi beberapa fasilitas di kantor, (4) staf juga harus berpakaian yang rapi dan sopan agar menarik nasabah.

***Realiability* (Keandalan)**

Dari independen *Realiability* (Keandalan) memiliki dua pernyataan dan dari dua pernyatan tersebut yang paling yang memiliki pengaruh lebih besar adalah staf memberikan informasi tentang produk-produk BMT Global Madani sudah disampaikan dengan baik karena mayoritas responden berpendapat setuju. Kemudian untuk melayani nasabah sesuai dengan janjinya, setengah dari responden berpendapat setuju namum 1/3 dari responden menyatakan kurang setuju.

Karena *Realiability* (Keandalan) adalah kemampuan atau keterampilan yang dimiliki oleh staf untuk melayani nasabah maka independen ini memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan nasabah. Maka usaha yang dilakukan BMT Global Madani untuk mempertahankan atau meningkatkan kepuasan nasabah melalui independen ini, maka yang harus dilakukan pihak BMT Global Madani: (1)menepati janji jika sudah membuat agenda pertemuan dengan nasabah, (2)melakukan komunikasi yang baik dengan nasabah, (3) pelayanan yang dimiliki harus ditingkatkan lagi agar lebih akurat, (4) staf promosi lebih teliti dan detail dalam menjelaskan mengenai definis produk-produknya, terutama produk-produk terbaru.

***Responsiveness* (Daya Tangkap)**

Jika dilihat dari independen *Responsiveness* (Daya Tangkap) mayoritas responden mengatakan setuju bahwa staf BMT Global Madani memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan dari nasabah. Kemudian untuk Staf BMT Global Madani yang melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efesien dari setengah responden berpendapat setuju namun sisahnya berpendapat tidak setuju.

Dapat disimpulkan bahwa *Responsiveness* (Daya Tangkap) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah karena *Responsiveness* (Daya Tangkap) merupakan daya tangkap atau kesigapan dari staf untuk memberikan pelayanan terhadap nasabah. Maka usaha staf BMT Global Madani agar bisa meningkatkan atau mempertahankan bagaimana *Responsiveness* (Daya Tangkap) mereka, yang perlu dilakukan usaha pihak BMT Global Madani sebagai mana berikut: (1) staf harus lebih responsif lagi dalam menanggapi keluhan, (2) staf harus lebih tepat dalam menanggapi masalah yang dimiliki nasabah (3)staf harus lebih cepat dan tepat dalam melakukan pelayanan, (4)staf harus selalu berkoordinasi dan lebih meningkatkan lagi koordinasi di dalam *team work* BMT Global Madani.

***Assurance* (Jaminan)**

Dari independen *Assurance* (Jaminan) memiliki dua pernyataan dan dari dua pernyataan tersebut yang paling memiliki pengaruh lebih besar adalah para nasabah percaya dan merasa aman terhadap kinerjanya staf BMT Global Madani karena mayoritas responden mengatakan setuju terhadap pernyataan tersebut. Namun untuk Staf BMT Global Madani yang menjalankan tugasnya dengan benar dan tepat, setengah dari responden mengatakan setuju juga namun sisahnya pun mengatakan kurang setuju.

Karena *Assurance* (Jaminan) adalah mencakup tentang pengetahuan, keterampilan, sikap yang sopan dan dapat dipercaya yang dimiliki oleh staf BMT Global Madani. Maka independen ini memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan nasabah. Maka usaha yang dilakukan BMT Global Madani untuk mempertahankan atau meningkatkan kepuasan nasabah melalui independen ini, maka yang harus dilakukan pihak BMT Global Madani: (1)staf harus belajar dan memiliki pengetahuan yang luas, (2)staf mampu menanamkan rasa

aman pada nasabah, (3)staf harus memiliki keterampilan yang lebih baik dalam melayani nasabah, (4)staf juga harus memiliki sifat yang ramah dalam melayani nasabah.

***Emphaty* (Empati)**

Jika dilihat dari independen *Emphaty* (Empati) mayoritas responden mengatakan setuju bahwa staf BMT Global Madani bersikap ramah dan sopan dalam melayani transaksi nasabahnya responden juga berpendapat setuju. Ini artinya bagi nasabah staf BMT Global Madani memiliki *point plus* pada independen *Emphaty* (Empati).

Dapat disimpulkan bahwa *Emphaty* (Empati) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah karena *Emphaty* (Empati) merupakan upaya staf BMT Global Madani dalam memberikan perhatian lewat penyampaian yang tulus kepada nasabah dalam memenuhi kebutuhannya. Maka usaha staf BMT Global Madani agar bisa meningkatkan atau mempertahankan bagaimana *Emphaty* (Empati) mereka, yang perlu dilakukan usaha pihak BMT Global Madani sebagai mana berikut: (1)staf lebih memahami secara menyeluruh bagaimana kebutuhan nasabah, (2)staf memberikan pelayanan tanpa membeda-bedakan nasabah, (3)staf harus lebih bersungguh-sungguh dalam memperhatikan kepentingan nasabah, (4)staf juga harus bisa melayani nasabah secara individu.

Berdasarkan kelima pembahasan di atas maka semua independen dalam kualitas pelayan di dalam penelitian ini terbukti kebenarannya.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Global Madani Indonesia

Kepuasan adalah tingkat perasaan yang dimiliki nasabah ketika sudah membandingkan hasil yang dirasakan dengan apa yang diharapkan. Kepuasan nasabah dapat tercipta melalui hasil transaksi dan pengalaman dalam menggunakan suatu produk atau jasa tertentu. Apabila nasabah sudah merasa puas terhadap suatu produk atau jasa tertentu, maka besar kemungkinannya bahwa nasabah akan melakukan pembelian ulang pada transaksi berikutnya. Hasil dari analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tangkap, jaminan, dan kepedulian terhadap nasabah

berpengarus signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini di tandakan dengan jawaban dari kuesioner yang mayoritas menyatakan setuju pada semua pernyataan yang ada di kuesioner. Hasil yang signifikan ini akan membawa pengaruh besar apabila kualitas pelayanan dapat dikelola dengan baik, karena akan meningkatkan kepuasan nasabah. Maka dari hal ini perlu ditingkatkan kualitas pelayanan yang ada dengan mempertahankan kualitas yang sudah ada dan meningkatkan dengan berbagai cara, misal pelatihan untuk karyawan dalam meningkatkan kualitas diri.

PENUTUP

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan disimpulkan bahwa ada pengaruh positif antara kualitas kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Pengaruh dari kualitas layanan dapat dijelaskan sebagai berikut : Independen Tangibles (Berwujud), mayoritas dari responden mengatakan setuju bahwa seluruh informasi yang diberikan dari pihak BMT Global Madani mudah dimengerti dan dipahami. Independen Realiability (Keandalan) memiliki dua pernyataan dan dari dua pernyatan tersebut yang paling yang memiliki pengaruh. Independen Responsiveness (Daya Tangkap) mayoritas responden mengatakan setuju bahwa staf BMT Global Madani memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan dari nasabah. Independen Assurance (Jaminan) memiliki dua pernyataan dan dari dua pernyataan tersebut yang paling memiliki pengaruh lebih besar. Independen Emphaty (Empati) mayoritas responden mengatakan setuju bahwa staf BMT Global Madani bersikap ramah dan sopan dalam melayani transaksi nasabahnya

Hasil dari analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tangkap, jaminan, dan kepedulian terhadap nasabah berpengarus signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini di tandakan dengan jawaban dari kuesioner yang mayoritas menyatakan setuju pada semua peryataan yang ada di kuesioner. Hasil yang signifikan ini akan membawa pengaruh besar apabila kualitas pelayanan dapat dikelola dengan baik, karena akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Meskipun BMT Global Madani Indonesia memiliki kualitas pelayanan yang diberikan sudah amat baik, namun harus tetap meningkatkan faktor- faktor lain seperti

meningkatkan peralatan agar lebih canggih dan modern, staf harus melayani susai janji di awal dan menjalankan tugas dengan lebih benar lagi, meningkatkan kualitas produk, emotional value dan kemudahan transaksi agar anggota merasa puas dalam bertransaksi di BMT Global Madani Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Rasyid, *Perkembangan Lembaga Perbankan dan Keuangan Syariah di Indonesia* (https://business-law.binus.ac.id/2018/07/03/perkembangan-lembaga-perbankan-dan-keuangan-syariah-di-indonesia/) diakses 27 Januari 2020

Gusti Dirga Al Fakhri Putra, *Menyongsong Perkembangan BMT di Indonesia* (https://sharianews.com/posts/menyongsong-perkembangan-bmt-di-indonesia) diakses 27 Januari 2020

Reza Dimas Sigit P, *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA LAPANGAN FUTSAL* (STUDI KASUS PADA IFI FUTSAL BANDUNG), Universitas Telkom – September 2014

Reza Dimas Sigit P & Farah Oktafani S.E, M.M, "*PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA LAPANGAN FUTSAL (STUDI KASUS PADA IFI FUTSAL BANDUNG)*" JURNAL, September 2014

AFFAN MADJID KHABIBULLAH, "*PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BMT BUKIT ANNUR KABUPATEN KENDAL*", (SKRIPSI--Prodi Studi Manajemen Fak EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA, 2013)

Sally Garar Murti, et al, "*PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH* (Survei pada Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan)", Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang