

## INTISARI

### **Pengaruh Promosi, Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan Emas Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian Syariah Kusumanegara Yogyakarta**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti seberapa besar pengaruh promosi, pelayanan dan kualitas produk tabungan emas terhadap kepuasan nasabah. Subjek penelitian ini adalah nasabah PT. Pegadaian Syariah Kusumanegara Yogyakarta. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Square (PLS)*. Pengumpulan data primer menggunakan kuesioner dan wawancara kepada 100 responden yang dipilih dengan menggunakan metode *random sampling*. Hasil analisis menunjukkan variabel promosi dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah. Sedangkan variabel pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Syariah Kusumanegara Yogyakarta.

Kata Kunci: Promosi, Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Nasabah.

## ABSTRACT

*The Effect of Promotion, Service and Quality of Product to Customers Satisfaction at PT. Pegadaian Syariah Kusumanegara Yogyakarta*

Alhaq Kamal  
Univesity of Alma Ata Yogyakarta  
[kamal.alhaq@almaata.id](mailto:kamal.alhaq@almaata.id)

Taufik Hidayatullah  
University of Alma Ata Yogyakarta  
[172200200@almaata.id](mailto:172200200@almaata.id)

*This study aims to define how much the influence of promotion, service and quality of product affect customers satisfaction. The subjects of this study were customer who have gold saving products at PT. Pegadaian Syariah Kusumanegara Yogyakarta. The research method used was Partial Least Square (PLS) approach. The data used was primary data. The data collection method used were questionnaire and interviews to 100 respondents who were selected by using random sampling method. The results of the analysis show that the variables promotion and quality of products affect on customers satisfaction. Meanwhile, service have no affect on customers satisfaction at PT. Pegadaian Syariah Kusumanegara Yogyakarta*

*Keywords : Promotion, Service, Quality of Product, Customers Satisfaction.*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan dalam dunia keuangan bertindak sebagai lembaga yang menyediakan jasa keuangan bagi nasabahnya, di mana pada umumnya lembaga ini diatur oleh regulasi keuangan dari pemerintah. Lembaga keuangan di Indonesia terbagi menjadi 2 kelompok yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank (non-bank). Lembaga keuangan non bank diantaranya asuransi syariah, pasar modal syariah, *baitul mal watamwil* (BMT) dan pegadaian syariah (Afrianty, Isnaini, and Oktarina 2019). Perusahaan umum Pegadaian merupakan salah satu lembaga keuangan non-bank yang termasuk dalam perantara investasi.

Pegadaian Syariah yaitu merupakan badan usaha yang bergerak di bidang sektor jasa, hingga pada saat ini perkembangannya sangat pesat dan menjadi bagian dari kehidupan keuangan Islam. Hingga Juni 2020, Pegadaian mencatat penyaluran pembiayaan sebesar Rp 80,4 triliun, naik 18,3 persen dibandingkan pada periode sebelumnya sebesar Rp 67,7 triliun. Sementara OSL mencapai Rp 53,0 triliun, naik 21,3 persen (Puspaningtyas and Zuraya 2020). Pegadaian Syariah merupakan suatu lembaga keuangan formal yang berupa unit dari Perum Pegadaian di Indonesia, memiliki tugas untuk mengalokasikan pembiayaan berbentuk pemberian uang pinjaman kepada seluruh pelaku ekonomi yang membutuhkan. Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan pertumbuhan

ekonomi Indonesia Kuartal II-2021 mengalami peningkatan hingga 7,07 persen secara tahunan (*year on year/yoy*). Lebih lanjut, ekonomi Indonesia triwulan II-2021 mengalami pertumbuhan sebesar 3,31 persen (*kuartal-to-kuartal*) dari triwulan sebelumnya. Peningkatan ekonomi Indonesia pada triwulan II-2021 terutama didorong oleh peningkatan kinerja ekspor, konsumsi rumah tangga, investasi, dan konsumsi pemerintah (Investasi/BKPM 2021). Perkembangan ekonomi yang kian meningkat di era globalisasi ini merupakan suatu dorongan bagi Negara berkembang seperti Indonesia untuk terus memperbaiki perekonomian masyarakatnya. Kegiatan perekonomian tersebut dilakukan dalam rangka pemenuhan berbagai macam kebutuhan dalam masyarakat. Pertumbuhan perekonomian yang semakin berkembang juga membuat masyarakat untuk bisa berpikir kedepan bagaimana cara agar dapat mengikuti arus dan laju perkembangan perekonomian yang terjadi dengan beberapa cara yang dapat di terapkan, salah satunya adalah Investasi Logam Mulia. Logam Mulia adalah sejenis logam yang tahan terhadap korosi dan oksidasi. Berikut beberapa contoh logam yang termasuk logam mulia antara lain emas, perak, platina, dan lain-lain. Karena sifat logam mulia tersebut tahan akan perubahan dan langka (sumber daya yang tidak dapat diperbaharui dan sifatnya terbatas), maka logam-logam mulia itu memiliki harga yang relatif tinggi dan tidak mengalami penyusutan. Oleh karena itu, aktivitas ekonomi dapat menjadi sarana untuk mencapai kepentingan bersama yaitu

kepentingan semua orang dari waktu ke waktu maupun kepentingan bagi kelompok tertentu.

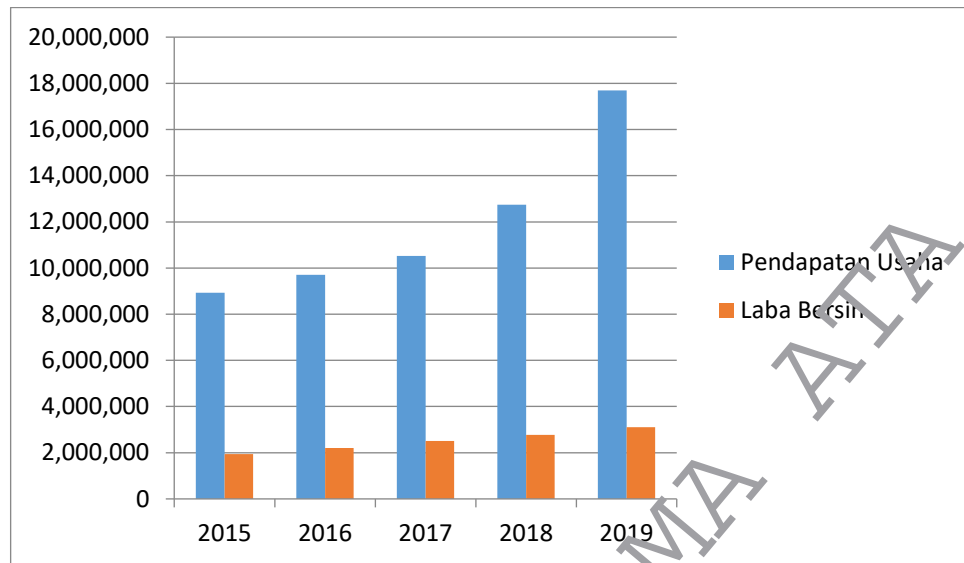
Kompetisi dalam industri jasa pegadaian yang semakin banyak dan sangat mudah untuk ditemui di berbagai tempat, yang memiliki potensi untuk membatasi penjualan produk atau jasa pada suatu perusahaan dalam industri. Karena semakin ketatnya persaingan di dunia industri pada saat ini perusahaan dituntut untuk selalu memberikan pelayanan terbaik, termudah dan ternyaman kepada nasabah agar perusahaan tetap dapat mempertahankan pangsa pasarnya dalam industri pegadaian.

PT. Pegadaian adalah salah satu perusahaan BUMN di Indonesia dimana usaha intinya adalah pada jasa pemberian pinjaman kepada nasabah atas dasar hukum gadai. Sebagai salah satu badan usaha yang terus dan semakin berkembang, PT. Pegadaian dituntut untuk terus melakukan inovasi supaya pegadaian menjadi lebih baik. Tabungan Emas atau Investasi Emas ini merupakan suatu produk yang ada di Pegadaian yang memberikan pelayanan jual-beli emas dengan fasilitas titipan juga harga yang cukup terjangkau. Produk tabungan emas ini ada dengan tujuan untuk memfasilitasi dan mempermudah masyarakat yang ingin membeli atau berinvestasi emas dengan modal yang seminimal mungkin, tidak ada jangka waktu untuk angsuran, dan tidak menggunakan jaminan apapun. Selain orang dewasa yang bisa membuka tabungan emas di Pegadaian, anak sekolah pun juga dapat memulai menabung emas. Namun, beberapa orang belum tahu bahkan menganggap PT. Pegadaian hanya tempat gadai

saja tanpa tahu didalamnya terdapat beberapa produk, salah satunya yaitu produk tabungan emas.

Produk Tabungan Emas resmi diluncurkan di PT. Pegadaian konvensional maupun syariah di seluruh Indonesia. Kehadiran Pegadaian Syariah sangat diharapkan keberadaanya karena sesuai dengan syariat Islam, melihat di Negara Indonesia mayoritas adalah muslim. Tentunya tidak hanya untuk masyarakat muslim, namun seluruh masyarakat bisa memakai jasa Pegadaian Syariah sebagai tempat gadai maupun jual beli emas. Dengan adanya Pegadaian Syariah, masyarakat tidak perlu khawatir lagi dengan adanya praktek *riba'*, *gharar*, maupun *maysir*.

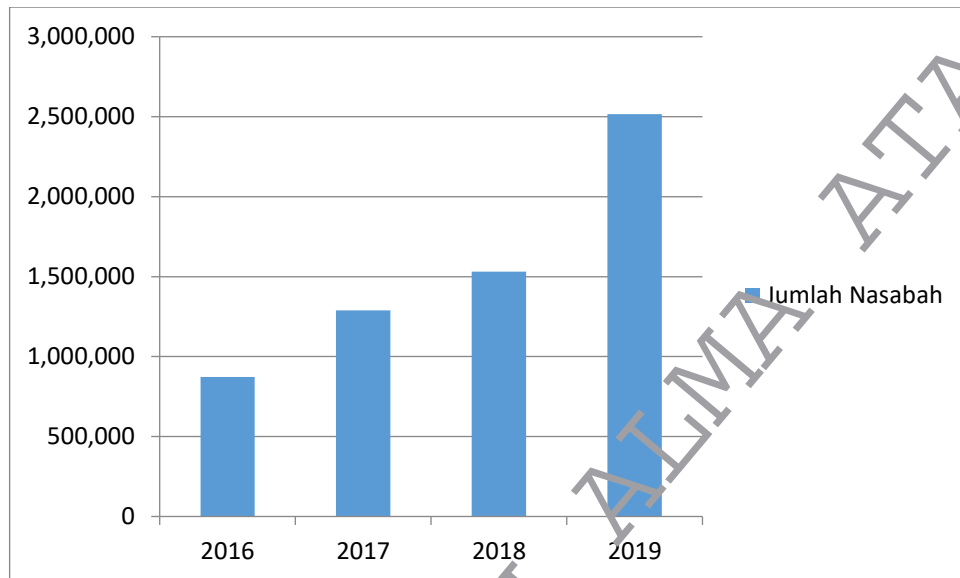
PERPUSTAKAAN  
ALMA



Sumber : Laporan Tahunan PT. Pegadaian 2019 (diolah menggunakan *Microsoft Excel*)

Gambar 1.1 Ikhtisar Keuangan PT. Pegadaian (juta rupiah)

Berdasarkan gambar grafik diatas, total pendapatan PT. Pegadaian sejak Tahun 2015 sampai dengan Tahun 2019 terus mengalami peningkatan. Pada Tahun 2015 total pendapatan usaha sebesar 8.933.336 juta rupiah, sedangkan Tahun 2019 menerima pendapatan usaha sebesar 17.693.653 juta rupiah atau mengalami peningkatan sebesar 49,61 persen. Laba bersih perusahaan PT. Pegadaian juga mengalami peningkatan sejak Tahun 2015 sampai dengan Tahun 2019. Peningkatan laba bersih perusahaan PT. Pegadaian mencapai 37,63 persen pada Tahun 2019 dibandingkan dengan Tahun 2015.



Sumber : Laporan Tahunan PT. Pegadaian (diolah menggunakan *Microsoft Excel*)

Gambar 1.2 Jumlah Nasabah Bisnis Emas PT. Pegadaian (orang)

Gambar grafik 1.2 menunjukkan jumlah nasabah produk bisnis emas di PT. Pegadaian. Terdapat dua jenis bisnis emas di PT. Pegadaian, yaitu MULIA dan Tabungan Emas. Sejak Tahun 2016 sampai dengan Tahun 2019 jumlah nasabahnya kian mengalami peningkatan. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dikatakan bahwa sejak pertama peluncurannya, produk tabungan emas mulai menarik minat masyarakat untuk membuka rekening tabungan emas.

Produk tabungan emas bisa didapatkan di PT. Pegadaian Syariah. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, PT. Pegadaian Syariah melayani kelompok pasar pelanggan atau nasabah. Rata-rata nasabah PT. Pegadaian

Syariah berasal dari kelompok menengah kebawah, begitupula di PT. Pegadaian Syariah Kusumanegara Yogyakarta. Setiap nasabah yang datang ke PT. Pegadaian Syariah Kusumanegara Yogyakarta pasti menginginkan sesuatu yang memuaskan. Menurut Supranto & Limakrispa (2011), faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah diantaranya (1) pelayanan, (2) promosi, (3) kualitas produk, (4) harga dan (5) distribusi.

Di PT. Pegadaian Syariah Kusumanegara Yogyakarta terdapat sejumlah nasabah yang cukup banyak dengan sikap dan sifat yang berbeda serta tingkat pendidikan yang bervariasi menimbulkan kesulitan dalam upaya mewujudkan suatu sistem pelayanan yang memuaskan nasabah. Keluhan-keluhan tersebut akan selalu ada bila tidak ada perbaikan dalam pelayanan. Karena pelayanan merupakan salah satu faktor penentu akan kepuasan nasabah. Nasabah merupakan sesuatu yang sangat penting, oleh karena itu keputusan perusahaan dalam memperbaiki pelayanan yang sistematis merupakan penentu dalam menindaklanjuti komplain nasabah sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah. (Aryani & Rosinta, 2011)

Untuk menarik nasabah dalam bertransaksi produk tabungan emas, perlu dilakukan pemasaran. Salah satu hal penting kegiatan pemasaran dalam bauran pemasaran yaitu promosi. Promosi merupakan aktivitas di bidang marketing yang berupa penyampaian yang dilakukan oleh penjual kepada pembeli yang memuat pemberitaan, mengajak, membujuk dan

mempengaruhi pembeli atau konsumen untuk mendapatkan atau mengenalkan suatu produk atau jasa. Tujuan dari promosi yaitu untuk mempengaruhi pembeli dalam memilih keputusan untuk meningkatkan volume penjualan. Dalam melakukan promosi, tidak hanya mengenalkan produk, akan tetapi diharapkan mampu menciptakan keadaan dimana pembeli atau konsumen bersedia untuk membeli produk atau jasa yang kita promosikan. Oleh karena itu, sebaiknya PT Pegadaian Syariah Kusumanegara Yogyakarta dalam melakukan promosi ini harus meluas serta dapat mudah dikenali oleh masyarakat. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produk dan membujuk konsumen untuk membeli. (Supranto and Limakrisna 2011)

Setiap transaksi yang dalam Islam harus didasarkan pada kerelaan antara kedua belah pihak. Jadi, dalam melakukan promosi, penjual tidak boleh melakukan pemaksaan terhadap seorang konsumen atau nasabah. Ketika mengenalkan suatu produk kepada calon konsumen atau calon nasabah penjual atau perusahaan harus menjelaskan secara detail produk-produk yang akan ditawarkannya tanpa menutupi apapun yang sebenarnya. Allah SWT. berfirman dalam Q.S Asy-Syu'ara ayat 181 – 183 sebagai berikut:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ( ) وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ( ) وَلَا

تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

*"Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan, dan timbanglah dengan timbangan yang lurus, dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan," (QS. As-Syuura: 181-183).*

Dalam menawarkan atau promosi suatu produk, tentunya produk tersebut harus memiliki kualitas yang baik, sehingga tampak berbeda dengan produk lainnya. Kualitas juga merupakan penentu seorang konsumen dalam mempertimbangan untuk membeli suatu produk. PT. Pegadaian Syariah Kusumanegara Yogyakarta juga tentunya memperhatikan kualitas produknya. Untuk lebih menarik nasabah, PT. Pegadaian Syariah Kusumanegara Yogyakarta selain dengan memberikan pelayanan dan promosi yang kuat, juga mengedukasi konsumen atau calon nasabah tentang kualitas produk yang akan diberikan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul "Analisis Pengaruh Promosi, Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan Emas Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT. Pegadaian Syariah (Studi Kasus PT. Pegadaian Syariah Kusumanegara Yogyakarta)"

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas terlihat bahwa identifikasi masalah kepuasan nasabah harus terus diperhatikan oleh setiap perusahaan. Perusahaan harus mampu mempertimbangkan segala hal yang

bisa untuk meningkatkan kualitas promosi, pelayanan dan kualitas produk untuk menciptakan kepuasan bagi nasabah.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini meliputi:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Syariah Kusumanegara Yogyakarta?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Syariah Kusumanegara Yogyakarta?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Syariah Kusumanegara Yogyakarta?

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Syariah Kusumanegara Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Syariah Kusumanegara Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Syariah Kusumanegara Yogyakarta.

### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menjadi sebuah referensi akademik yang memberikan manfaat untuk penelitian selanjutnya.
2. Dapat menambah pengetahuan bagi penulis mengenai manajemen pemasaran yaitu promosi, pelayanan dan kualitas produk.
3. Sebagai gambaran dan informasi bagi perusahaan untuk merumuskan kebijakan pemasaran.
4. Sebagai bahan kajian ilmiah bagi peneliti selanjutnya untuk bisa diimplementasikan secara empiris di lapangan.

PERPUSTAKAAN ALMA ATTA

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrianty, Nonie, Desi Isnaini, and Amimah Oktarina. 2019. *Lembaga Keuangan Syariah*. Bengkulu: CV. Zigie Utama.
- Aryani, Dwi, and Febrina Rosinta. 2011. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan." *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi* 17(02): 114.
- Basuki, Agus Tri dan Imammudin Yuliadi. 2017. *Elektronic Data Processing (SPSS 15 Dan Eviews 7)*. Revisi, Ce. Yogyakarta: Danisa Media.
- Basuki, Agus Tri, and Nano Prawoto. 2017. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Darsono. 2017. *Perbankan Syariah Di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ghozali, Imam, and Latan Hengky. 2015. *PARTIAL LEAST SQUARES KONSEP TEKNIK DAN APLIKASI MENGGUNAKAN SMARTPLS 3.0 EDISI KE 2*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Haryoso, Lukman. 2017. "Penerapan Prinsip Pembiayaan Syariah (Murabahah) Pada BMT Bina Usaha Di Kabupaten Semarang." *Jornal of Law and justice* 2(1): 83.
- Hasanuddin, Makmar. 2016. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Naasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas." *Jurnal Riset Fisika dan Manajemen* 4(1): 49–66.
- Hidayat, Aulia, Hilal Malarangan, and Fatma. 2019. "Pengaruh Promosi Kualitas Pelayanan Dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah." *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam* 1(2).
- Investasi/BKPM, Kementerian. 2021. "Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Melejit, Waktu Yang Tepat Memulai Investasi." *Kementerian Investasi / BKPM*. <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/pertumbuhan-ekonomi-di->

indonesia.

Jackson J.R Wennas. 2014. "Kualitas Produk, Harga,Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta." *EMBA* 4.

Juliandi, Azuar, Irfan, and Sapri Manurung. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis : Konsep Dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press.

Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Gramedia.

*Laporan Tahunan PT.Pegadaian 2019*.

Liman, Piter. 2016. "Analisis Pengaruh Kualits Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Minyak Goreng Kemasan CV. Indo Sari Abadi." *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen* 03(6): 97.

Maharani, Nine Septa. 2020. "Pengaruh Promosi Dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas." *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam* 1(1) 57-78.

Mahbengi, Rioni. 2019. "Analisis Pengaruh Promosi, Pelayanan Dan Kualitas Produk Rahn (Gadai) Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT. Pegadaian Syariah Cabang AR. Hakim Medan." Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Moenir. 2015. *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Montolalu, Fandy Sam. 2015. "Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Cabang Manado Timur." *Jurnal LPPM Bidang Ekosobudkum* Vol.2 No 1: 124.

Montolalu, Prisca, and Michael Ch. Raintung. 2018. "Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Citra Merek Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna

Tabungan Emas Pada Pt.Pegadaian (Persero) Kanwil V Manado.” *Jurnal EMBA* 6(3): 1808–17.

Muhyidin, Nurlina T., M. Irfan Tarmizi, and Anna Yulianiita. 2017. *Metode Penelitian Ekonomi Dan Sosial*. Jakarta: Salemba Empat.

Pegadaian, and Sejarah. 2021. “Sejarah Pegadaian.” <https://www.pegadaian.co.id/profil/sejarah-perusahaan>.

Poli, Vocke. 2015. “Analisis Pengaruh Kualitas, Promosi Dan Kenunikan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Amanda Collection.” *Jurnal Berkala Ilmiah* 15(5): 124.

Pramana Gede Yogi. 2016. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Vsteran Denpasar Bali.” *E-jurnal Manajemen Unud* 15.

Pramana, I Gede Yogi, and Ni Made Rastini. 2016. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Vsteran Denpasar Bali.” *E-jurnal Manajemen Unud* 15(1): 707.

Pujihastuti, Isti. 2010. “Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian.” *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah* Vol.2 No.1.

Puspaningtyas, Lida, and Nidia Zuraya. 2020. “Pegadaian Syariah Semester I 2020 Tumbuh Stagnan.” [republika.co.id](https://www.republika.co.id/berita/qe8hk8383/pegadaian-syariah-semester-i-2020-tumbuh-stagnan). <https://www.republika.co.id/berita/qe8hk8383/pegadaian-syariah-semester-i-2020-tumbuh-stagnan>.

Rizky, Muhammad Fakhru, and Hanifa Yasin. 2014. “Pengaruh Promosi Dan Harga, Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol 14 No: 139.

Sari, Anjar Arista. 2020. “Pengaruh Promosi Islam Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas Studi Pada Pegadaian Syariah Kabupaten Gersik.” *Jurnal Eko- nomika dan Bisnis Islam*

3(2): 187–99.

Sudarsono, Heri. 2012. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia.

Sudaryono. 2017. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Sugiono. 2006. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

———. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suhendi, Hendi. 2017. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawali Pers.

Supranto, and Nanda Limakrisna. 2011. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Suwarni, and Septina Dwi Mayasari. 2011. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen.” *Jurnal Ekonomi Bisnis* 06(1): 80.

Vockie Poli. 2015. “Analisis Pengaruh Kualitas, Promosi Dan Kenunikan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Amanda Collection.” *Berkala Ilmiah Efisiensi* 15.

Wahab, Wirdayani. 2017. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah Di Kota Pekanbaru.” *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan* 02(01).

Weenas, R S. 2013. “Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta.”

Yuliarmi, Ni Nyoman, and Putu Riyasa. 2010. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pdam Kota Denpasar.” *Buletin Studi Ekonomi* Vol 12 No(16).