



## Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bank Syariah KCP Probolinggo

Nurweni<sup>1</sup>, Ngatimun<sup>2\*</sup>, Agustina Pujiastuti<sup>3</sup>  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Panca Marga  
Email : [imun\\_bp@upm.ac.id](mailto:imun_bp@upm.ac.id)

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Bank Syariah Indonesia KCP Kota Probolinggo. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi pada penelitian ini ialah konsumen Bank Syariah Indonesia Kota Probolinggo pada periode Februari- Maret 2024. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 52 didapatkan dari perhitungan rumus slovin. Dalam membuktikan dan menganalisis hal tersebut maka digunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, analisis koefisien determinasi  $R^2$ , uji Hepotesi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ( $X_1$ ) harga ( $X_2$ ) lokasi ( $X_3$ ) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ).

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Kepuasan Konsumen.**

### ABSTRACT

*Objective the purpose of this study is to determine the partial effect of service quality, price, and location on customer satisfaction at Bank Syariah. service quality, price, and location on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo City. The type of research used is quantitative with an associative approach. The population in this study is consumers of Bank Syariah Indonesia Probolinggo City in the February-March 2024 period. The number of samples in this study was 52 obtained from the calculation of the slovin formula. Improve and analyze this, the validity and reliability tests, classical assumption tests, classical reliability, classical assumption test, multiple linear analysis, analysis of the coefficient of determination  $R^2$ , Hepot test. determination coefficient analysis  $R^2$ , Hepotesi test. The results showed that the quality of service ( $X_1$ ) price ( $X_2$ ) location ( $X_3$ ) partially and significantly affect customer satisfaction ( $Y$ ).*

**Keywords: Service Quality, Price, Location, Customer Satisfaction.**





## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Perekonomian masyarakat merupakan sumbu utama yang mendorong dinamika dan kelangsungan sebuah negara. Secara esensial, itu bukan hanya sekadar angka-angka dan statistik, melainkan juga sebuah cerminan kehidupan sehari-hari yang membentuk realitas sosial ekonomi suatu komunitas. Perekonomian masyarakat menyangkut pola produksi, distribusi, dan konsumsi barang serta jasa yang menjadi tulang punggung perkembangan suatu bangsa. Dalam kompleksitasnya, perekonomian masyarakat mencakup keterlibatan berbagai sektor, dari petani di pedesaan hingga pelaku usaha di perkotaan, dan menangkap kerapuhan serta ketahanan dalam menghadapi berbagai tantangan global. Lembaga keuangan dapat didefinisikan sebagai entitas bisnis yang memiliki aset utama dalam bentuk aset keuangan dan tagihan seperti saham, obligasi, dan pinjaman, ketimbang memiliki aset riil seperti bangunan, perlengkapan, dan bahan baku". Berdasarkan situasi diatas, maka permasalahan ini layak untuk diteliti untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo. Dengan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo**".

### Rumusan Masalah

Adakah pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo? Adakah pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi secara simultan terhadap kepuasa konsumen pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo?

## 2. TELAAH PUSTAKA

### Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sebagai elemen kritis dalam dunia bisnis, memainkan peran sentral dalam membentuk persepsi pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang (Atmaja, 2018) Ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel potongan harga yaitu: waktu respons, kesopanan petugas, kejelasan informasi, keahlian petugas, ketersediaan produk atau layanan, tanggung jawab, rasa aman dan nyaman, fasilitas, personalia layanan, resolusi masalah (Along, 2020).

### Harga

Harga, sebagai elemen yang kompleks dan strategis dalam bingkai pemasaran, memiliki dampak mendalam pada dinamika pasar dan persepsi pelanggan. Proses penetapan harga memerlukan analisis yang cermat terhadap sejumlah variabel, termasuk biaya produksi, permintaan pasar, dan strategi pesaing (Muslimin et al., 2020;43).



### **Lokasi**

Lokasi bisnis adalah aspek strategis yang mendasari keseluruhan operasi perusahaan dan dapat memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan (Lestari et al., 2020:13). Indikator-indikator yang digunakan dalam mengukur kepercayaan yaitu: aksesibilitas lokasi, Ketersediaan Transportasi Umum, parkir, Keamanan Sekitar Lokasi, Aksesibilitas Jalan, Fasilitas Umum, Keterlihatan, Tingkat Kepadatan Penduduk, Kebersihan Lingkungan, Fasilitas Pendukung (Lestari, 2020).

### **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen memegang peranan sentral dalam keberhasilan suatu bisnis dan menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Indikator kepuasan konsumen menjadi kunci dalam mengukur sejauh mana produk atau layanan memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan (Zain, 2022).

### **Penelitian Terdahulu**

Terdapat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Malik Ibrahim, Sitti Marrijam Thawill (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan”. Terdapat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jojo Jamaluddin (2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Bina Sejahtera Bangun Persada Serang Banten”. Terdapat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rindang Lista Sari, dkk (2014) yang berjudul “Citra Merek, Harga, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada PT. Bank Syariah Indonesia”. Terdapat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indra Firdiansyah (2017) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung GUBRAK Kepri Mall Kota Batam”. Terdapat penelitian terdahulu yang dilakukan Oleh Tri Setia Ningtiyas (2019) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang”.

### **Hipotesis**

H1 : Diduga ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

H2 : Diduga adapengaruh harga terhadap keputusan pembelian.

H3 : Diduga ada pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen.

## **3. METODOLOGI**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *explanatory research*. Penelitian penjelasan (*explanatory research*) adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memahami hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel tertentu Yusuf( 2019:27). Pendekatan kuantitatif pada penelitian penjelasan mengandalkan data berupa angka dan statistik untuk mengidentifikasi dan menganalisis hubungan antar variabel. Pada



penelitian ini, populasi yang digunakan adalah nasabah tabungan non haji Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo pada bulan Februari-Maret tahun 2024 sejumlah 52 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode sampel random sampling. Sampel random sampling adalah teknik pengambilan sampel secara acak dari anggota populasi tanpa mempertimbangkan strata yang ada. Analisis data menggunakan SPSS yang terdiri dari uji saumsi klasik, r square, regresi berganda, dan uji hipotesis (Rahmansyah et al., 2021, 2022).

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Hasil

##### Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No. Pernyataan	X1	X2	X3	Y	Ketentuan	Keterangan
1	0,363	0,343	0,504	0,485	> 0,273	Valid
2	0,347	0,350	0,434	0,507	> 0,273	Valid
3	0,327	0,344	0,304	0,605	> 0,273	Valid
4	0,361	0,498	0,332	0,693	> 0,273	Valid
5	0,386	0,326	0,344	0,714	> 0,273	Valid
6	0,562	0,507	0,334	0,524	> 0,273	Valid
7	0,438	0,489	0,336		> 0,273	Valid
8	0,521	0,616	0,420		> 0,273	Valid
9	0,765	0,383	0,516		> 0,273	Valid
10	0,589	0,419	0,422			Valid
11	0,550	0,324	0,513		> 0,273	Valid
12	0,476	0,320	0,515		> 0,273	Valid
13	0,442	0,427	0,481		>0,273	Valid
14	0,360	0,334	0,424		>0,273	Valid
15	0,529	0,358	0,397		>0,273	Valid
16	0,462	0,341	0,354		>0,273	Valid
17	0,318	0,586	0,,562		>0,273	Valid
18	0,350	0,324	0,446		>0,273	Valid
19	0,334	0,542	0,370		>0,273	Valid
20	0,328	0,701	0,444		>0,273	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan tabel hasil pengujian validitas diatas, terlihat bahwa semua ítem memiliki r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,273). Maka dapat disimpulkan bahwa semua item dari kuestioner tersebut adalah valid.



### Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

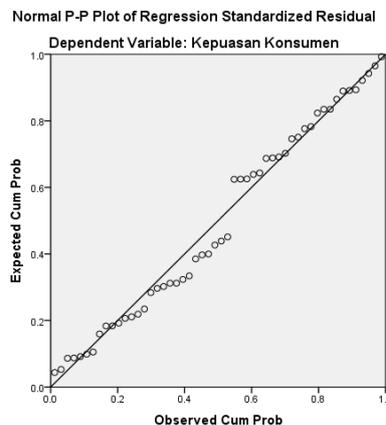
Variabel	Cronbach's Alpha	Critical Value	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,789	0,6	Reliabel
Harga (X2)	0,766	0,6	Reliabel
Lokasi (X3)	0,758	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,625	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Dari tabel diatas dapat dikatakan bahwa semua variabel (Potongan Harga, Citra Merek dan Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian) menunjukkan nilai Chonbach's Alpha lebih besar dari 0,60 sehingga semua variabel tersebut dikatakan reliabel.

### Uji Normalitas

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas



Gambar 2 : Hasil Uji Normalitas

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Dari hasil pengujian normalitas dengan melihat tabel *One Sample Kormogorov Smirnov* diatas menunjukkan bahwa Asymp. Sig (2-tailed) menunjukkan angka 0,200 yang berarti lebih besar dari 0,05 atau  $0,200 > 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	Ketentuan	VIF	Ketentuan	Keterangan
Kulitas Pelayanan (X1)	.261	0,10	3.834	10	Tidak Terjadi
Harga (X2)	.191	0,10	5.227	10	Tidak Terjadi
Kepuasan konsumen	.212	0,10	4,709	10	Tidak Terjadi
(Y)	.212	0,10	4,709	10	Tidak Terjadi

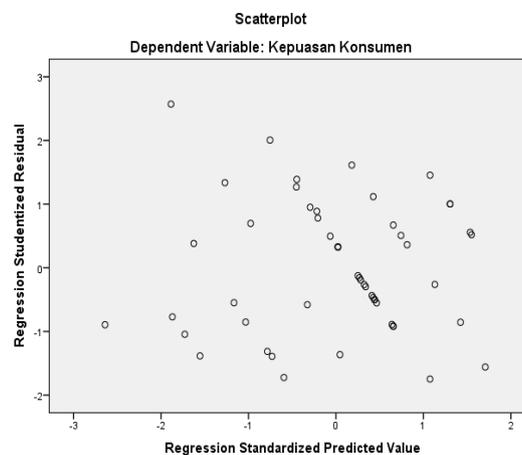
Sumber: Data diolah SPSS, 2024



Dari hasil pengujian multikolinearitas dapat diketahui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) ketiga variabel, yaitu kualitas pelayanan dengan nilai 3,834, harga dengan nilai 5,227 dan lokasi dengan nilai 4,709. Menggunakan besaran *tolerance* ( $\alpha$ ) dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dengan menggunakan  $\alpha$  atau *tolerance* = 10% atau 0,1 maka VIF = 10. Dari output besar VIF hitung (VIF kualitas pelayanan = 3,834 < 10, VIF harga = 5,227 < 10, VIF lokasi = 4,709 < 10) dan *tolerance* variabel bebas, (kualitas pelayanan = 0,261 > 0,1 atau 26,1% diatas 10%, harga = 0,191 > 0,1 atau 19,1% diatas 10% dan lokasi = 0,212 > 0,1 atau 21,2% diatas 10%. Maka dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2 : Hasil Uji Heteroskedastisitas  
Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan hasil output SPSS uji glejser diatas diketahui bahwa nilai signifikansi kualitas pelayanan = 0,608, harga = 0,888, lokasi = 0,825 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients B	Keterangan
	.167	
Kualitas Pelayanan (X1)	.088	Hubungan Positif
Harga (X2)	.107	Hubungan Positif
Lokasi	.108	Hubungan Positif

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

$$Y = 0,167 + 0,088X_1 + 0,107X_2 + 0,108X_3$$



Berdasarkan model regresi tersebut, maka hasil dari regresi berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:  $b$  = Nilai konstanta sebesar 0.167 mengidentifikasi bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi bernilai positif yaitu 0,167.  $b_1$  = Koefisien regresi Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0.088

### Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R Square	Keterangan
1	.789	78,5% berpengaruh

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Determinasi menunjukkan besarnya pengaruh ketiga variabel bebas terhadap variabel terikat yang diperoleh dari nilai *Adjusted R Square*. Koefisien determinasi dapat dilihat dari tabel diatas yang menunjukkan bahwa *Adjusted R Square* dihitung dengan  $0,785 \times 100\% = 78,5\%$  yang berarti bahwa kepuasan konsumen 78,5% dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga dan lokasi, sedangkan 21,5% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti saat ini.

### Uji Hipotesis

Tabel 6. Hasil Uji T

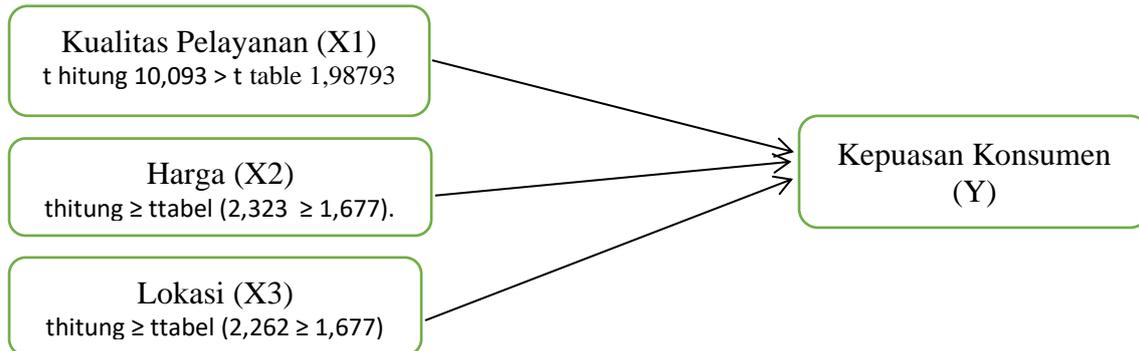
Variabel	Sig.	Ketentuan sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	.033	< 0,05	Berpengaruh
Harga ( $X_2$ )	.024	< 0,05	Berpengaruh
Lokasi ( $X_3$ )	.028	<0,05	Berpengaruh

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $2,197 \geq 1,677$ ) (sig.  $0,033 \leq 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak. Artinya ada pengaruh signifikan variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) secara parsial terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $2,323 \geq 1,677$ ) (sig.  $0,024 \leq 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak. Artinya ada pengaruh signifikan variabel harga ( $X_2$ ) secara parsial terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $2,262 \geq 1,677$ ) (sig.  $0,028 \leq 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak. Artinya ada pengaruh variabel lokasi ( $X_3$ ) secara parsial terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ )



## Pembahasan



Gambar 1 : Hasil Kerangka Berpikir

Sumber : Data diolah SPSS, 2024

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y) Pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Malik Ibrahim, Sitti Marijam Thawil (2019) menegaskan bahwa Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Ketika terdapat peningkatan nilai kualitas pelayanan secara parsial tentu akan meningkatkan pula tingkat kepuasan konsumen yang terdapat pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo, dimana sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Atmaja (2018:15), " Kualitas pelayanan sebagai elemen kritis dalam dunia bisnis, memainkan peran sentral dalam membentuk persepsi pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang".

### Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Citra merek (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y) Pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan Rindang Lista Sari,dkk. (2014) yang menegaskan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Proses penetapan harga memerlukan analisis yang cermat terhadap sejumlah variabel, termasuk biaya produksi, permintaan pasar, dan strategi pesaing (Muslimin et al., 2020:43).

### Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen

Lokasi (X3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y) Pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indra Firdiyansyah (2017) yang menegaskan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

lokasi bisnis adalah aspek strategis yang mendasari keseluruhan operasi perusahaan dan dapat memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan (Lestari et al., 2020:13).



## 5. KESIMPULAN

Terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo. Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Bank Syariah KCP Probolinggo. Terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo. Berdasarkan uji t (parsial), terbukti bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo. Dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yang akan datang, terkait masalah kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya terhadap perusahaan di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adriadi, R. P., Pratama, S. A., & Syahida, A. Q. (2021). Perubahan Pengaturan Pendirian Perseroan Terbatas Dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasca Diundangkannya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020. *Indonesian Notary*.
- Ahmad Afan Zain. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Al-Maqashid: Journal Of Economics And Islamic Business*. <https://doi.org/10.55352/Maqashid.V2i2.269>
- Along, A. (2020). Indikator Kualitas Pelayanan. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank Bjb. *Jurnal Ecodemica*.
- Budi Santosa, A., & Rianto, Y. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gphoto. *Economicus*. <https://doi.org/10.47860/Economicus.V15i1.231>
- Budiono, A. (2017). Penerapan Prinsip Syariah Pada Lembaga Keuangan Syariah. *Law And Justice*. <https://doi.org/10.23917/Laj.V2i1.4337>
- Darma, B. (2021). Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, R2). In *Guepedia*.
- Dewi, C. N., Stefani, E., & Yuanita, D. W. (2023). Efek Moderasi Transparansi Pada Hubungan Koneksi Politik Terhadap Penurunan Harga Saham. *Jmbi Unsrat (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. <https://doi.org/10.35794/Jmbi.V10i2.48288>
- Dwi Setyoko, & Sri Purwantini. (2017). Analisis Dampak Nilai Tukar Rupiah Terhadap Pembiayaan Operasional Kapal Pt. Serasi Shipping Indonesia Cabang Merak. *Dinamika Bahari*. <https://doi.org/10.46484/Db.V7i2.38>
- Hariss, A. (2020). Penyelesaian Wanprestasi Dalam Perjanjian Gadai Emas Antara Nasabah Dengan Perseroan Terbatas Bank syariah indonesia Cabang Jambi. *Legalitas: Jurnal Hukum*. <https://doi.org/10.33087/Legalitas.V12i1.196>
- Henri. (2018). Indikator Harga. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Ishariani, L., & Rachmania, D. (2021). Hubungan Respon Time Keluarga Dalam Membawa Pasien Stroke Ke Pelayanan Kesehatan Dengan Tingkat Keparahan Pasien Stroke. *The Indonesian Journal Of Health Science*. <https://doi.org/10.32528/Ijhs.V13i1.5274>
- Ismunarti, D. H., Zainuri, M., Sugianto, D. N., & Saputra, S. W. (2020). Pengujian Reliabilitas Instrumen Terhadap Variabel Kontinu Untuk Pengukuran Konsentrasi Klorofil- A Perairan. *Buletin Oseanografi Marina*. <https://doi.org/10.14710/Buloma.V9i1.23924>
- Jufriyanto, M. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Kedai Kopi Shelter. *Matrik*. <https://doi.org/10.30587/Matrik.V20i2.1131>



- Lestari, S. P., Sutrisna, A., & Mafazi, M. (2020). Lokasi Usaha Dan Fasilitas Pelayanan Sebagai Determinan Keputusan Pembelian. *Akutansi Bisnis & Manajemen ( Abm )*. <https://doi.org/10.35606/Jabm.V27i2.687>
- Marlita, S. (2019). Populasi, Sampling. *Academia Accelerating The Word Research*.
- Muhammad, B. (2019). Peran Pt. Bank syariah indonesia (Persero) Dalam Penyidikan Tindak Pidana Penyalahgunaan Narkotika. *Unes Law Review*. <https://doi.org/10.31933/Ulr.V1i4.50>
- Muslimin, S., Zainab, Z., & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal Of Islamic Economics*. <https://doi.org/10.37146/Ajie.V2i1.30>
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert Dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*. <https://doi.org/10.34128/Js.V5i2.185>
- Prasetyo, E. B., Natsir, N. F., & Haryanti, E. (2022). Asumsi Dasar Pada Ilmu Pengetahuan Yang Menjadi Basis Penelitian Pendidikan Islam. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*. <https://doi.org/10.54371/Jiip.V5i2.435>
- Rahmansyah, A. I., Balqis, N. S., Rahajeng, Y., Elmas, M. S. H., & Masluha, S. (2022). The Effect of Non Performing Financing and Financing to Deposit Ratio On Return On Assets. *Assets : Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi, Keuangan Dan Pajak*, 6(2), 100–107. <https://doi.org/10.30741/assets.v6i2.849>
- Rahmansyah, A. I., Wardayati, S. M., & Miqdad, M. (2021). Audit Committee, Board, and Audit Report Lag. *Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 11(1), 19–30. <https://doi.org/10.30741/wiga.v11i1.577>
- Raharjo, S. (2018). Cara Menghitung Se Dan Sr Dalam Analisis Regresi Linear Berganda. *Www.Spssindonesia.Com*.
- Sari, W., Miftah, A., & Syahrizal, A. (2022). Penerapan Akuntansi Gadai Syariah (Rahn) Pada Bank syariah indonesia Syariah Cabang Jelutung Kota Jambi. *Journal Of Islamic Accounting Competency*. <https://doi.org/10.30631/Jisacc.V2i2.1234>
- Soleman, R., & Nainggolan, B. (2022). Peran Lembaga Keuangan Non Bank Terhadap Masyarakat. *Al-Qashdu : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*. <https://doi.org/10.46339/Al-Qashdu.V2i1.709>
- Valentina Sahra, F., & Aisiah, A. (2023). Validitas Isi Instrumen Pengukuran Literasi Sejarah. *Jurnal Family Education*. <https://doi.org/10.24036/Jfe.V3i3.127>
- Wibowo, A. H. E., & Hakiki, R. (2022). Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Alfa Hidrofarm Di Desa Ciawi Kecamatan Ciawi Kabupaten Tasikmalaya. *Equilibiria: Jurnal Fakultas Ekonomi*. <https://doi.org/10.33373/Jeq.V9i2.4829>
- Wiratna, S. (2020). Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis Dan Mudah Dipahami. In *Pt.Pustaka Baru*.
- Yusufs. (2019). *Pengertian Penelitian Eksplanatori ( Explanatory Research ) Menurut Pendapat Ahli*. Yusufs.Id.