

THE INFLUENCE OF PRIMARY SERVICE AND ISLAMIC BUSINESS ETHICS ON CUSTOMER RETENTION PT.BSI KCP SIPIROK ON EMPLOYEES

Kutbiah Ritonga¹, Rizka Aminah², Damar³

¹ IPTS, Padangsidempuan

² IPTS, Padangsidempuan)

³ IPTS, Padangsidempuan

kutbiah@gmail.com¹, rsiregar1682, damar@gmail.com³

ABSTRAK

Masih banyak tenaga pendidik pondok pesantren K.H.Ahmad Dahlan Sipirop yang tidak menggunakan bank syariah, mereka tidak menggunakan bank syariah dikarenakan mereka kurang mengetahui dengan pasti program yang dihadirkan oleh bank tersebut. Dengan demikian, pelayanan prima dan etika bisnis islam dapat mempengaruhi customer retention bagi karyawan pondok pesantren K.H Ahmad Dahlan Sipirop. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada dan seberapa besar pengaruh pelayanan prima dan etika bisnis islam terhadap *customer retention* pada Pondok Pesantren K.H. Ahmad Dahlan Sipirop. Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan strategi pemasaran yang mana di dalamnya membahas tentang pelayanan prima etika bisnis Islam dan *customer retention*. Pendekatan yang dilakukan dalam etika bisnis adalah secara islami yang diterapkan pada perbankan syariah sebagai salah satu strategi yang dapat mengaruhi *customer retention*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif data primer dengan populasi seluruh tenaga pendidik dan kependidikan di Pondok Pesantren K.H. Ahmad Dahlan Sipirop berjumlah 44 orang. Sampel pada penelitian ini berjumlah 44 orang yang ditentukan menggunakan teknik sampek jenuh. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linear berganda. Alat analisis yang digunakan untuk membantu penelitian ini adalah SPSS versi 23. Hasil penelitian yang berdasarkan hasil pengolahan data diketahui bahwa terdapat Pengaruh Pelayanan Prima terhadap *Customer Retention* pada Pondok pesantren K.H.Ahmad Dahlan sipirop dan etika bisnis Islam juga berpengaruh terhadap customer retention pada pondok pesantren K.H Ahmad Dahlan sipirop. Sedangkan uji F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pelayanan prima dan etika bisnis Islam terhadap *customer retention*.

Kata Kunci: Customer Retention, Etika Bisnis, Pelayanan Prima

ABSTRACT

There are still many K.H. Ahmad Dahlan Sipirop Islamic boarding school educators who do not use Islamic banks, they do not use Islamic banks because they do not know for sure the programs presented by these banks. Thus, excellent service and Islamic business ethics can affect customer retention for employees of the K.H Ahmad Dahlan Sipirop Islamic boarding school. The purpose of this study was to find out whether there is and how much influence excellent service and Islamic business ethics have on customer retention at Pondok Pesantren K.H. Ahmad Dahlan Sipirop. The discussion in this study relates to marketing strategies in which it discusses excellent service, Islamic business ethics and customer retention. The approach taken in business ethics is Islamically applied to Islamic banking as a strategy that can affect customer retention. This type of research is quantitative primary data research with a population of all educators and educational staff at Pondok Pesantren K.H. Ahmad Dahlan Sipirop numbered 44 people. The sample in this study was 44 people who were determined using the saturation sampling technique. The data analysis technique used to test the hypothesis is multiple linear regression analysis. The analytical tool used to assist

this research is SPSS version 23. The results of the research based on the results of data processing show that there is an influence of excellent service on customer retention at the K.H. Ahmad Dahlan sipirok Islamic boarding school and Islamic business ethics also influences customer retention at the K.H Ahmad Dahlan sipirok Islamic boarding school. While the F test shows that there is an influence of excellent service and Islamic business ethics on customer retention.

Keywords: *Excellent Service, Business Ethics, Customer Retention*

A. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang mayoritas penduduknya menganut agama Islam. Agama Islam adalah agama yang senantiasa mengajarkan para pemeluknya untuk berbenah diri menuju hal-hal yang lebih baik dalam meraih kemakmuran dan kesejahteraan (Budi Gautama Siregar, 2018).

Menurut UU RI No.21 tahun 2008 tentang perbankan yang dimaksud dengan bank adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah (Kasmir, 2014).

Perkembangan dunia perbankan semakin pesat dan mendominasi perkembangan ekonomi dan bisnis suatu Negara, baik dari segi produk, kualitas pelayanan, dan teknologi yang dimiliki. Bahkan aktifitas dan keberadaan perbankan sangat menentukan kemajuan suatu Negara dalam bidang ekonomi (Marohombang Rambe, dkk, 2020).

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah menjadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi syariah (Nofinawati, dkk,

2016). Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit syariah, mencakup kelembagaan kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya (Eva Indah, dkk, 2021). Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat (Budi Gautama Siregar, dkk, 2017).

Bank syariah adalah salah satu intitusi keuangan yang berbasis syariat islam. Hal ini berarti bahwa secara makro bank syariah merupakan intitusi keuangan yang mempromosikan dirinya sebagai pemain aktif dalam mendukung dan memainkan kegiatan isvestasi dimasyarakat sekitar (Sarmiana Batubara, dkk, 2020).

Dukungan positif juga terlihat diberikan oleh pemerintah Indonesia dalam lahirnya perbankan syariah. Hal tersebut dapat dilihat dari dibentuknya Undang-ndang Nomor 21 Tahun 2008 yang mengatur tentang Perbankan Syariah. Sehingga pendirian bank syariah pun terus menjamur. Dengan jumlah kantor bank yang meningkat setiap tahunnya. Hal inilah yang kemudian memberi dampak terjadinya persaingan ketat antar bank.

Konsep *customer retention* (mempertahankan nasabah) muncul karena sulitnya mempertahankan nasabah yang sudah ada dari pada mencari nasabah baru. Persaingan yang semakin ketat antar perusahaan perbankan mengharuskan setiap bank agar memiliki kemampuan yang mumpuni untuk bersaing (Ismail, 2021). *Customer retention* telah banyak digunakan perusahaan bisnis untuk meningkatkan kinerja perusahaannya (Philip Kotler, 2014).

Pelayanan prima yang diberikan oleh pihak bank pada akhirnya diharapkan mampu untuk menciptakan rasa percaya dan loyalitas nasabah. Selain pelayanan prima yang diberikan tentu saja pihak perusahaan juga harus memerhatikan faktor lainnya dalam menarik minat nasabah. Salah satunya adalah menunjukkan etika bisnis yang sesuai dengan prinsip yang berlaku dalam perusahaan. Perusahaan perbankan yang didalamnya mengusung prinsip syariah, tentu saja menggunakan etika bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam (Azwar Hamid, dkk, 2020).

Dalam hal ini perusahaan sangat penting untuk memerhatikan hal-hal yang harus dilakukan untuk menambah nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama (*customer retention*) (Bunyamin, 2021).

Kecamatan Sipirok sendiri merupakan daerah yang dihuni oleh 31.532 jiwa penduduk dengan persentase umat muslim sebesar 79,33% (BPS, 2020). Fakta ini turut didukung oleh berdirinya beberapa pesantren di

kecamatan Sipirok. Salah satu pesantren terbaik yang berada di kecamatan sipirok adalah Pondok Pesantren K.H. Ahmad Dahlan Sipirok yang terletak di Jl. Lobu Tanjung Baringin, Desa Saragodung, Kecamatan Sipirok, Tapanuli Selatan. Pesantren ini adalah pesantren yang cukup dikenal kedisiplinannya. Para tenaga pendidik di Ponpes tersebut pada umumnya berasal dari berbagai pesantren di pulau jawa seperti KMI Al-Mukmin Nguruki, Gontor, beberapa orang lainnya lulusan Pesantren Tebu Ireng, lulusan UIN Imam Bonjol, IAIN Padangsidempuan dan UIN Sumatera Utara. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pesantren dapat dikatakan baik selain karena tenaga pendidiknya adalah orang-orang yang berkualitas pesantren tersebut juga telah berdiri selama lebih dari 50 tahun.

Berdasarkan data yang ditemukan secara keseluruhan terdapat 79 orang tenaga pendidik yang bekerja di pondok pesantren tersebut. Kesempatan ini adalah peluang yang sangat amat baik jika dimanfaatkan oleh pihak perbankan syariah untuk meningkatkan *market share* bank syariah . Karena secara pemahaman akan ilmu agama, tentu saja para pendidik ini seharusnya paham akan konsep ribawi.

Beberapa upaya yang bisa dilakukan pihak bank untuk meningkatkan dan mempertahankan nasabah dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan prima. Pelayanan prima juga dapat didefinisikan sebagai kepedulian terhadap keluhan nasabah dengan memberikan layanan yang terbaik

untuk memfasilitasi kemudahan serta mewujudkan kepuasan kepada nasabah, sehingga inti dari pelayanan prima terletak pada tujuan yaitu untuk memuaskan nasabah.

Berangkat dari pemikiran pentingnya menumbuhkan pemahaman yang baik terhadap praktik keuangan syariah yang merupakan model pengelolaan ekonomi yang lebih sesuai dengan tuntunan Islam maka dengan menggunakan penerapan Pelayanan Prima dan Etika Bisnis Islam. Bank syariah dinilai mampu bekerja dengan optimal yang sesuai dengan etika bisnis Islam dan menciptakan kepuasan nasabah sehingga mampu menyebabkan terjadinya *customer retention*. Selain itu berdasarkan fenomena diatas, menunjukkan adanya hasil penelitian yang tidak konsisten dan berbeda-beda, maka peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan maksud untuk mengembangkan studi dari penelitian sebelumnya.

Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti sejauh mana pelayanan prima dan etika bisnis Islam memberikan pengaruh terhadap strategi *customer retention* (mempertahankan pelanggan), untuk lebih meningkatkan kinerja perbankan syariah, sehingga dapat bersaing dengan perbankan yang lainnya (konvensional dan syariah), dan diharapkan mampu meningkatkan *market share* perbankan syariah.

Berdasarkan uraian yang tertera di latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh Pelayanan**

Prima dan Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention (Studi Kasus Pondok Pesantren K.H. Ahmad Dahlan Sapirok).

B. METODE

Lokasi yang dipilih menjadi tempat penelitian adalah Pondok Pesantren KH. Ahmad Dahlan Sapirok yang terletak di Jl.Lobu Tanjung Baringin, Desa Sarogodung, Kecamatan sipirok. Waktu penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Maret 2022 sampai dengan Juni 2022.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah seluruh tenaga pendidik dan kependidikan di Pondok Pesantren K.H. Ahmad Dahlan Sapirok sejumlah 80 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh. Sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sampel, hal ini dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30, atau penelitin ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini adalah penelitian yang sumber datanya menggunakan pengumpulan data primer. Data yang diperoleh dari objek penelitian yang berasal dari tenaga pendidik dan kependidikan Pondok Pesantren K.H. Ahmada Dahlan Sapirok yaitu data yang dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti yang bersangkutan.

Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan untuk membuktikan bahwa penelitian ini benar-benar dilaksanakan dengan menyebarkan

kuesioner kepada tenaga pendidik dan kependidikan di Pondok Pesantren K.H. Ahmad Dahlan Sipirok.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji Validitas Pelayanan Prima (X1)

Tabel 1

Hasil Uji Validitas Pelayanan Prima (X1)

No	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	0,812	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 44 - 2 = 42$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 5% = 0,2973	Valid
2	0,828		Valid
3	0,728		Valid
4	0,572		Valid
5	0,347		Valid
6	0,765		Valid

Uji Validitas Etika Bisnis (X2)

Tabel 2

Hasil Uji Validitas Etika Bisnis (X2)

No	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	0,712	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 44 - 2 = 42$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 5% = 0,2973	Valid
2	0,666		Valid
3	0,584		Valid
4	0,549		Valid
5	0,625		Valid
6	0,506		Valid

Uji Validitas Customer Retention (Y)

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Customer Retention (Y)

No	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	0,760	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 44 - 2 = 42$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 5% = 0,2973	Valid
2	0,823		Valid
3	0,451		Valid
4	0,704		Valid
5	0,813		Valid
6	0,800		Valid

Uji Reliabilitas

Tabel IV.4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Pelayanan Prima (X1)	0,733	Dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60
Etika Bisnis (X2)	0,619	
Customer Retention (Y)	0,770	

Analisis Deskriptif

Tabel. IV.5
Hasil Uji Analisis Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pelayanan Prima	44	16	29	24.77	2.769
Etika Bisnis	44	20	30	24.11	2.423
Customer Retention	44	17	29	25.05	3.110
Valid N (listwise)	44				

Hasil Uji Normalitas

Tabel IV.6 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.83863629
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.095
	Negative	-.095
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil Uji Autokorelasi

Tabel IV.9 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.807 _a	.650	.633	1.883	1.997

a. Predictors: (Constant), Etika Bisnis, Pelayanan
 b. Dependent Variable: Customer Retention

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel IV.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.807 _a	.650	.633	1.883	1.997

a. Predictors: (Constant), Etika Bisnis, Pelayanan
 b. Dependent Variable: Customer Retention

Uji Secara Parsial (Uji t)

Tabel IV.12 Hasil Uji Secara Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.506	3.192		-.785	.437
Pelayanan	.561	.117	.499	4.778	.000
Etika Bisnis	.566	.134	.441	4.223	.000

Uji Secara Simultan (Uji F)

Tabel IV.13 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	270.544	2	135.272	38.153	.000 ^b
Residual	145.365	41	3.545		
Total	415.909	43			

a. Dependent Variable: Customer Retention
 b. Predictors: (Constant), Etika Bisnis, Pelayanan

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel IV.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-2.506	3.192		-.785	.437		
Pelayanan	.561	.117	.499	4.778	.000	.781	1.281
Etika Bisnis	.566	.134	.441	4.223	.000	.781	1.281

a. Dependent Variable: Customer Retention

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Pelayanan prima oleh Bank Syariah berpengaruh terhadap *customer retention* di Pondok Pesantren K.H. Ahmad Dahlan Sapirok

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis yang dilakukan, maka diperoleh hasil pengaruh pelayanan prima pada customer retention cukup signifikan. Dari hal tersebut bisa diketahui bahwa salah satu variabel yang memengaruhi *customer retention* di ponpes kh.ahmad dahlan sipirok variabel pelayanan prima. Sehingga apabila tingkat pelayanan prima dinaikkan maka *customer retention* akan ikut naik. Penelitian ini didasarkan pada sebuah teori yang dikembangkan oleh Hessel Nogi S, ia menyatakan bahwa layanan yang berkualitas adalah layanan yang bisa memenuhi keinginan lewat kegiatan sekelompok orang secara langsung dengan tujuan agar dapat memberikan rasa aman serta keyakinan terhadap nasabah sehingga bersedia menitipkan dananya maupun meningkatkan minat nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dilihat betapa pentingnya pelayanan prima dalam mempertahankan pelanggan atau *customer retention*, dengan selalu memberikan pelayanan prima kepada nasabah maka nasabah akan merasakan puas dan kedekatan dalam menggunakan produk sehingga hubungan perusahaan dan

nasabah terjaga yang menjadikan nasabah tidak berpindah menggunakan produk yang sama di bank lain.

2. Etika bisnis Islam Bank Syariah berpengaruh terhadap *customer retention* di Pondok Pesantren K.H. Ahmad Dahlan Sapirok

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan sebelumnya, maka bisa disimpulkan bahwa etika bisnis Islam memengaruhi *customer retention* secara signifikan. Dari hal tersebut maka bisa dikatakan bahwa etika bisnis Islam termasuk dalam daftar variabel yang bisa memengaruhi *customer retention* secara signifikan. Sehingga apabila standar tingkat etika bisnis Islam dinaikkan, maka *customer retention* naik secara signifikan. Kemudian dengan diterapkannya nilai-nilai dan etika Islam yang baik dan benar dalam bank syariah tentunya dapat memengaruhi keputusan masyarakat untuk terus menjadi nasabahnya.

Penerapan etika bisnis Islam dinilai penting dan dapat memengaruhi customer retention, karena bagi masyarakat etika merupakan perilaku yang dapat mencerminkan jati diri dari seseorang ataupun citra dari suatu perusahaan. Olehnya itu perlunya mengaplikasikan etika bisnis Islam diantaranya dengan penerapan empat indikator etika bisnis Islam yaitu keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab dan juga kebenaran.

3. Pelayanan Prima dan Etika Bisnis Islam Berpengaruh terhadap *Customer Retention* di Pondok Pesantren K.H. Ahmad Dahlan Sipriok

Hasil uji hipotesis melalui uji-f yang telah dilakukan, maka diperoleh simpulan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pelayanan prima dan etika bisnis Islam. Hal ini ditunjukkan melalui perbandingan pelayanan prima dan etika bisnis Islam dikombinasikan bisa dijadikan sebagai faktor alternatif bagi bank dengan pondok pesantren KH. Ahmad Dahlan jika ingin meningkatkan *customer retention*. Hal ini berarti bahwa secara simultan pelayanan prima dan etika bisnis bank syariah berpengaruh terhadap *customer retention* di Pondok Pesantren K.H. Ahmad Dahlan Sipriok.

2w2ma atau secara simultan berpengaruh terhadap *customer retention*. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pelayanan prima dan etika bisnis Islam terhadap *customer retention* pada karyawan pondok pesantren KH. Ahmad Dahlan Sipriok.

D. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian mengenai pengaruh pelayanan prima dan etika bisnis terhadap *customer retention* di Pondok Pesantren K.H. Ahmad Dahlan Sipriok. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Pelayanan prima bank syariah secara parsial berpengaruh positif terhadap *customer retention* dalam hal ini tenaga pendidik dan staf di Pondok Pesantren K.H. Ahmad Dahlan Sipriok yang menjadi nasabah bank syariah.
- Etika bisnis Islam bank syariah secara parsial berpengaruh positif terhadap *customer retention* dalam hal ini tenaga pendidik dan staf di Pondok Pesantren K.H. Ahmad Dahlan Sipriok yang menjadi nasabah bank syariah.
- Secara simultan pelayanan prima dan etika bisnis bank syariah berpengaruh terhadap *customer retention* dalam hal ini tenaga pendidik dan staf di Pondok Pesantren K.H. Ahmad Dahlan Sipriok yang menjadi nasabah bank syariah.

2. Saran

Saran yang dapat peneliti simpulkan berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas adalah sebagai berikut: (1) Bagi pihak perbankan syariah diharapkan agar lebih rinci dalam mencantumkan data laporan keuangan dan mencantumkan link yang resmi agar peneliti selanjutnya dapat lebih mempermudah dalam mengakses website yang tersedia pada laporan keuangan perbankan tersebut. (2) Bagi pondok pesantren diharapkan agar dapat menambah ilmunya tentang perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. (2018). Analisis Hubungan antara Pendapatan, Dana Pihak Ketiga, dan Return On Asset dengan Tingkat Bagi Hasil

- Deposito Mudharabah. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 1(1).
- Ali Hasan. (2010). *Marketing Bank Syariah*. Surabaya: Ghalia Indonesia.
- Anindita Trinura. (2022). *Strategi UMKM Bertahan dimasa Pandemi*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Atep Adya Barata. (2003). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Azwar Hamid, Zulaika Matondang, Ali Hardana. (2020). Strategy Of Market Segmentation, Targeting And Positioning In Increasing The Number Of Customers At PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kcp Panyabungan. *Journal of Sharia Banking* , 1 (2).
- BPS. (2020). *Badan Pusat Statistik Kabupaten Tapanuli Selatan*. Tapanuli Selatan: BPS Kabupaten Tapanuli Selatan.
- Budi Gautama Siregar. (2018). Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial dan Keislaman* , 4 (1).
- Budi Gautama Siregar, Hamni Fadlillah Nasution, Siti Aisyah. (2017). Pengaruh Produk Domestik Bruto (PDB) Terhadap Pembiayaan Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) Tahun 2010-2014 (Penerapan Analisis Regresi Data Pooling). *Jurnal Of Sharia Banking* , 5 (2).
- Bunyamin. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- Erlly Juliany. (2020). "Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam". *Jurnal Ummul Quro* , 7 (1).
- Eva Indah, Abdul Nasser Hasibuan, Ali Hardana, Rahmat Anam. (2021). Determinats Of Customer loyalty. *Jurnal Of Syariah Banking* , 2.
- Fafa Focus. (2010). *Strategi Cerdas Memengaruhi dan Mempertahankan Konsumen*. Jakarta: Transmedia Pustaka .
- Farida Akbarina. (2018). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Polinema Pres: Hak Cipta.
- Hardana, A. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Industri Kecil Di Kota Padangsidempuan Dan Kabupaten Tapanuli Selatan. *Tazkir: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 4(1), 129. <https://doi.org/10.24952/tazkir.v4i1.886>
- Hardana, A., & Damisa, A. (2022). Pelatihan Manajemen Usaha Dalam Meningkatkan Usaha UMKM Kuliner. *Medani: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 16–22.
- Hardana, A., Nasution, J., & Damisa, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung pada PT. BSI Cabang Padangsidempuan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2).
- Harahap, A. H., Hasibuan, A. N., & Hardana, A. (2021). Analisis Laba terhadap Kemampuan Membayar Zakat Bank Muamalat. *Journal of Islamic Social Finance Management*, 2(2), 237-249. <https://doi.org/10.24952/jisfim.v2i2.5017>
- Hardana, A. (2018). Model pengembangan kewirausahaan di perguruan tinggi. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 6(2), 31. <https://doi.org/10.24952/masharif.v6i2.1146>
- Hardana, A. (2022). Keikutsertaan Dana Zakat dalam Pengentasan Kemiskinan di Indonesia. *Bukhori: Kajian Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(1), 65-74. <https://doi.org/10.35912/bukhori.v2i1.1895>
- Hardana, A. (2023). Green Economy Based On Sharia Maqashid Case Study In Sorkam Tengah Village, Sorkam District, Tapanuli Tengah District. *Paradigma*, 20(2), 320-332. <https://doi.org/10.33558/paradigma.v20i2.7103>
- Hardana, A. (2023). Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan dan Kebijakan Hutang sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 4(4), 263-272. <https://doi.org/10.35912/jakman.v4i4.2300>
- Hardana, A. (2023). Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan dan Kebijakan

- Hutang sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 4(4), 263-272. <https://doi.org/10.35912/jakman.v4i4.2300>
- Hardana, A. (2024). Analisis Hubungan Pertumbuhan Ekonomi dengan Kemiskinan dan Belanja Modal Pemerintah Daerah, Penyerapan Tenaga Kerja, dan Indeks Pembangunan Manusia. *Studi Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 2(2), 59-68. <https://doi.org/10.35912/sekp.v2i2.2344>
- Hardana, A. H., Lismawati Hasibuan, & Sulaiman Efendi Hasibuan,. (2023). Tax Aggressiveness, Capital Structure, Corporate Governance Dan Firm Performance. *International Journal of Economic Research and Financial Accounting (IJERFA)*, 1(2). <https://doi.org/10.55227/ijerfa.v1i2.28>
- Hardana, A., & Hasibuan, A. N. (2023). The Impact of Probability, Transfer Pricing, and Capital Intensity on Tax Avoidance When Listed Companies in the Property and Real Estate Sub Sectors on the Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Islamic Economics*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.32332/ijie.v5i01.6991>
- Hardana, A., & Nasution, J. (2022). Pengaruh Rasio Keuangan Pemerintah Daerah terhadap Indeks Pembangunan Manusia. *Global Financial Accounting Journal*, 6(1), 52. <https://doi.org/10.37253/gfa.v6i1.6452>
- Hardana, A., Gautama, B., & Annam, R. (2022). Pengaruh investasi aktiva tetap, modal kerja dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada pt. charoen pokphand indonesia tbk. *Al-Bay*, 1(1). <https://doi.org/10.24952/bay.v1i1.5769>
- Hardana, A., Nasution, J., & Damisa, A. (2022). Pelatihan Manajemen Usaha Dalam Meningkatkan Usaha UMKM Kuliner. *Medani : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 16-22. <https://doi.org/10.59086/jpm.v1i1.87>
- Hardana, A., Nasution, J., Damisa, A., & Nasution, Y. (2024). Business Management Training in Improving Culinary Msme Enterprises. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 3(1), 31-40. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v3i1.7465>
- Hardana, A., Nasution, J., Damisa, A., & Nasution, Y. (2024). Business Management Training in Improving Culinary Msme Enterprises. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 3(1), 31-40. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v3i1.7465>
- Hardana, A., Royani, I., Situmorang, I. S., & Ariyanda, B. (2022). Financial Performance Analysis at PT. Bank Syariah Mandiri With Method Economic Value Adde (Eva). *Journal of Islamic Financial Technology*, 1(1). <https://doi.org/10.24952/jifitech.v1i1.5025>
- Hardana, A., Sahri, M. Z., & Ramadhan, A. (2022). Comparative Analysis Of The Profitability Of PT. Bank Panin Syariah Securities Before And After Going Public. *Journal of Islamic Financial Technology*, 1(2). <https://doi.org/10.24952/jifitech.v1i2.6683>
- Hardana, A., Sahri, M. Z., & Ramadhan, A. (2022). Comparative Analysis Of The Profitability Of PT. Bank Panin Syariah Securities Before And After Going Public. *Journal of Islamic Financial Technology*, 1(2). <https://doi.org/10.24952/jifitech.v1i2.6683>
- Hardana, A., Syahuri Zein, A., Johanna, A., & Avinash, B. (2023). Factors Influencing Non-Performing Financing (NPF) In Sharia Banking. *Journal Markcount Finance*, 1(2), 87-97. <https://doi.org/10.55849/jmf.v1i2.87>
- Hardana, A., Utami, T. W., Hasibuan, L., & Windari,. (2023). Accounting information in improving corporate values and responsibility to stakeholders in cement manufacturing companies in Indonesia. *Journal of Management Science (JMAS)*, 6(2), 233-231. <https://doi.org/10.35335/jmas.v6i2.233>
- Hasibuan, A. N., Hardana, A., Hasibuan, L., Utami, T. W., & Siregar, S. E. (2023). Penerapan Akuntansi Publik dalam

- Pertanggungjawaban Kinerja Instansi Pemerintah di Kantor Koperasi Usaha Kecil Kabupaten Mandailing Natal. *Jurnal Simki Economic*, 6(2), 288-295. <https://doi.org/10.29407/jse.v6i2.241>
- Indah, E., Hasibuan, A. N., Hardana, A., & Annam, R. (2021). Determinants of customer loyalty. *Journal Of Sharia Banking*, 2(1). <https://doi.org/10.24952/jsb.v2i1.4835>
- Ika Yunia Fauzia. (2013). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenata Group.
- Ismail. (2021). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Iwan Aprianto. (2020). *Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Kasmir. (2014). *Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler P. (2015). *Manajemen Pemasaran Analisis*. Jakarta: Press Media.
- Lismawati, L., Hardana, A., Utami, T. W., & Mutiah, N. (2023). Kontribusi Data Akuntansi Biaya terhadap Peningkatan Nilai Perusahaan dan Tanggung Jawab Pemangku Kepentingan pada Perusahaan Manufaktur Semen Indonesia. *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 1-10. <https://doi.org/10.21154/etihad.v3i1.6037>
- Mardia. (2022). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Marohombang Rambe, Abdul Nasser Hasibuan, Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, Idris Saleh. (2020). The Effect Of Third Party Funds On Financing In PT. Victoria Sharia Bank. *Jurnal Sharia Of Banking*, 1.
- Nofinawati, Nurul Izzah Lubis. (2016). Perkembangan Perbankan Syariah Indonesia. *Jurnal Of Syariah Banking*, 14 (2).
- Nasser, A. N., Hardana, A., & Erlina, E. (2022). Effect Of Operating Costsonal Operating Income (Bopo) And Non-Performing Financing (Npf) On Return On Assets (Roa) In Pt. Bank Rakyat Indonesia Syariah, Tbk For The Period 2009-2017. *Journal of Sharia Banking*, 3(2), 136-143. <https://doi.org/10.24952/jsb.v1i2.6431>
- Nasution, J., Hardana, A., & Damisa, A. (2022). Implementasi akad murabahah untuk pembiayaan modal usaha di bank syariah indonesia sipirok. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 2(4). <https://doi.org/10.59818/jpm.v2i4.237>
- Nasution, J., Hardana, A., Damisa, A., & Rasyid, A. (2022). Pelatihan Manajemen Usaha dalam Meningkatkan Usaha UMKM Kuliner. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 1(5), 271-280. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v1i5.927>
- Nasution, K. A., Hasibuan, S. S., Utami, A., Hasibuan, F., Ardiansyah, F., & Hardana, A. (2022). Strategi LPTQ Dalam Meningkatkan Kualitas SDM Yang Unggul dan Qur'ani. *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, 2(3), 187-197. <https://doi.org/10.58707/jipm.v2i3.353>
- Nur Mutiah, Ali Hardana, & Try Wahyu Utami,. (2023). Analysis of Batik Marketing Management in South Tapanuli Regency. *International Journal of Economic Research and Financial Accounting (IJERFA)*, 1(3). <https://doi.org/10.55227/ijerfa.v1i3.31>
- Nur Mutiah, Ali Hardana, & Try Wahyu Utami,. (2023). Analysis of Batik Marketing Management in South Tapanuli Regency. *International Journal of Economic Research and Financial Accounting (IJERFA)*, 1(3). <https://doi.org/10.55227/ijerfa.v1i3.31>
- Nyoman Wara. (2019). *Promosi Penjualan Membangun Electronic Word Of Mauth dan Mendorong Pengambilan Keputusan Pembelian*. Klaten : Lakeish.
- Philip Kotler. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: PT.Tema Baru.
- Sallim Asrobi Harahap, Budi Gautama Siregar, Aswadi Lubis, & Ali Hardana,. (2023). Analisis pengimplementasian akuntansi aset tetap berdasarkan psak no. 16 di pt cahaya bintang medan. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 4(4), 175-195. <https://doi.org/10.33059/jmas.v4i4.8371>
- Sallim Asrobi Harahap, Budi Gautama Siregar, Aswadi Lubis, & Ali Hardana,. (2023). Analisis pengimplementasian akuntansi aset tetap berdasarkan psak no. 16 di pt

- cahaya bintang medan. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 4(4), 175-195. <https://doi.org/10.33059/jmas.v4i4.8371>
- Sarmiana Batubara, Muhammad Wandisyah R. Hutagalung. (2020). Produk dan Akad Akad Perbankan Syariah. *Journal Of Sharia Banking*, 1.
- Sofiyah, A., Ritonga, K., Aini, I., & Hardana, A. (2020). Analysis of the role of the manindo siabu cooperative partners in increasing the income of cooperative members (case study in simaninggir village). *Journal Of Sharia Banking*, 1(1). <https://doi.org/10.24952/jsb.v1i1.4683>
- Sriwanna, E., Harahap, I., Windari, W., & Hardana, A. (2020). THE EFFECT OF KNOWLEDGE ON VOTING INTEREST PRODUCTS PT. MANDIRI SHARIA BANK PADANGSIDIMPUAN (Case Study to Guru Al-Azhar Bi. *Journal Of Sharia Banking*, 1(1). <https://doi.org/10.24952/jsb.v1i1.4676>
- Siregar, B. G., & Hardana, H. A. (2022). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Merdeka Kreasi Group.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Totok Budisantoso. (2014). *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Trecya. S. (2019). Faktor-faktor yang memengaruhi Customer Retention di PT. Erafone Mega Mall Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9 (1).
- Wayunita. (2022). *Pengantar Bisnis (Konsep Marketing)*. Bandung: Media Sains Indonesia.