

ANALISIS CUSTOMER SATISFACTION JAMAAH UMRAH PT. MENARA TANJUNG

¹Lala Fitrisari, ²Dwi Surya Atmaja, ³Abdurrahman
^{1,2,3}Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), IAIN Pontianak
Email : ¹lalafitrisari014@gmail.com, ²dwisuryaatmaja@iainptk.ac.id,
³abdurrahman@iainptk.ac.id

Received : 13-02-2025

Revised : 15-02-2025

Accepted : 15-02-2025

 CC BY 4.0 Attribution 4.0 International

Copyright © 2025 Author(s). This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

Abstrak

Tujuan dari riset ini yakni(1) Mengenali atribut apa yang dikira bernilai oleh jamaah umrah PT. Tower Tanjung;(2) untuk mengenali tingkatan customer satisfaction pada jamaah umrah PT. Tower Tanjung. Riset ini merupakan riset kuantitatif. Jumlah populasi dalam riset ini sebanyak 198 jamaah yang ialah jamaah umrah PT. Tower Tanjung yang berangkat pada bulan Maret 2023. Jumlah ilustrasi sebanyak 66 responden, yang didapatkan dari hasil perhitungan rumus slovin. Adapun metode pengumpulan informasi memakai kuesioner serta wawancara. Analisis informasi memakai metode Importance Performance Analysis(IPA) serta Customer Satisfaction Index(CSI). Sehabis melaksanakan analisis diperoleh hasil:(1) Pada hasil analisis IPA dikenal atribut- atribut yang dikira berarti oleh jamaah yakni atribut yang ada pada kuadran A serta B.(2) Bersumber pada hasil perhitungan CSI, diperoleh hasil sebesar 82, 26% yang menampilkan kalau jamaah merasa sangat puas dengan kinerja PT. Tower Tanjung.

Kata kunci: Customer Satisfaction, Jamaah Umrah, PT. Menara Tanjung

Abstract

The destinations of this investigate are (1) Knowing what properties are considered imperative by the assembly Umrah PT. Tanjung Tower; (2) To decide the level of client fulfillment among Umrah pioneers PT. Tanjung Tower. This investigate is quantitative inquire about. Number of populace within the study This is often a add up to of 198 travelers who are PT Umrah travelers. Leaving Tanjung Tower in Walk 2023. The full test was 66 respondents, gotten from the comes about Slovin equation calculation. The information collection strategy employments surveys and meet. Information examination and data analyzis by Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index(CSI). After carrying out the investigation, the taking after comes about were gotten: (1) The comes about of the examination IPA knows that the properties that are considered critical by the assemblage are the qualities contained in quadrants A and B. (2) Based on the comes about of the CSI calculation, a result of 82.26% was gotten appears that the assembly is exceptionally fulfilled with the execution of PT. Menara Tanjung

Keywords: Customer Satisfaction, Umrah Congregation, PT. Tanjung Tower

A. Pendahuluan

Dalam menjalankan ibadah umrah perlu menempuh perjalanan yang jauh dan tentunya harus dengan pendamping atau pembimbing yang dapat membantu jamaah agar semua kegiatan ibadah umrah berjalan dengan lancar dan sesuai dengan syariat (Mutakabbir, 2024). Seorang pembimbing mengarahkan jamaah untuk melakukan perjalanan umrah dengan tepat dan baik serta memberikan bimbingan kepada jamaah

-

dengan tujuan agar para jamaah memahami strategi atau cara-cara pelaksanaan, sasaran dan tujuan, serta pentingnya makna yang terkandung dalam perjalanan umrah, sebab perjalanan umrah dapat terlaksana dengan baik jika jamaah mampu memahami tentang tata cara umrah. Berdasarkan kebutuhan akan bimbingan dan pendamping dalam melaksanakan ibadah umrah maka pada saat ini di Indonesia banyak ditemui perusahaan-perusahaan jasa yang menawarkan perjalanan umrah. *Customer satisfaction* atau kepuasan konsumen (Tjiptono & Chandra, 2016) menjadi hal utama yang harus diprioritaskan ditengah ketatnya persaingan antar biro travel umrah.

Buku Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan (Supranto, 2011) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat emosi seseorang setelah menilai kinerja atau hasil yang dialaminya diukur dengan harapannya. Kepuasan ialah perasaan senang terhadap produk atau jasa yang ditawarkan sedangkan ketidakpuasan ialah perasaan kecewa atas produk atau jasa yang ditawarkan (Adiria & Suhaji, 2012)

Dalam mengevaluasi kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa, pada umumnya mengacu pada berbagai faktor atau hal-hal tertentu. Biro perjalanan travel umrah sudah seharusnya mengetahui apa saja yang menjadi faktor bagi jamaah dalam menilai kepuasan yang dirasakannya. Terdapat berbagai faktor yang dapat digunakan sebagai penilaian konsumen dalam usaha, seperti: produk, harga, kualitas pelayanan, kemudahan, faktor emosional, kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan (Rahadian, 2016). Pentingnya usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan jamaah agar jamaah dapat mencapai kepuasan karena setiap jamaah memiliki standar tersendiri dalam menilai rasa puas yang mereka rasakan.

B. Metode

Penelitian ini adalah studi kuantitatif yang memanfaatkan perhitungan matematis untuk mengukur tingkat kepuasan serta menentukan posisi setiap atribut dalam diagram kartesius. Teknik pengumpulan data yang diterapkan meliputi kuesioner dan melakukan wawancara (Haryono, 2012). Jenis instrumen yang digunakan adalah kuesioner, kuesioner memakai model skala likert (Soegiyono, 2011). Kuesioner akan berisi beberapa pertanyaan dan berbagai responden yang diharuskan untuk menjawab dengan berbagai jawaban yang telah disediakan dengan skor dari 1 sampai 5.

Perlengkapan analisis informasi pada riset ini menggunakan tata cara Importance Performance Analysis(IPA) serta Customer Satisfaction index(CSI). Dalam metode IPA responden diberikan peluang buat memperkirakan tingkatan kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkatan kinerja perusahaan pada tiap atribut. Berikutnya, rata- rata nilai tingkatan kepentingan serta kinerja perusahaan akan dianalisis memakai Matriks Importance- Performance (Supranto, 2011). Customer Satisfaction index(CSI) ialah sesuatu analisis kuantitatif berbentuk presentase pengguna yang puas/ bahagia dalam sesuatu survei kepuasan pengguna (Siyamto, 2017).

C. Hasil dan Pembahasan

PT. Menara Tanjung merupakan sebuah bisnis dalam bidang jasa tour dan travel yang berada di JL. Parit Haji Husin 2 griya caraka I B, no 19, Kelurahan Bansir Darat, Kecamatan Pontianak Tenggara, yang berada di Kota Pontianak, Kalimantan Barat. Sebelum dilakukan analisis tingkat kesesuaian maka harus diketahui terlebih dahulu mengenai analisis tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan, sehingga total dari setiap atribut dapat diketahui.

Berdasarkan data hasil analisis tingkat *importance* dapat diketahui bila terdapat dua atribut yang memiliki total nilai paling tinggi dengan nilai 289 yaitu petugas mampu membuat jamaah merasa aman saat melakukan transaksi dan petugas memberikan perhatian lebih kepada jamaah lansia dan jamaah yang sakit. Sedangkan untuk nilai terendah dengan nilai 263 adalah berminat untuk pergi umrah kembali bersama PT. Menara Tanjung karena kinerja karyawan yang memuaskan. Berdasarkan data hasil analisis tingkat *performance* dapat diketahui bahwa atribut yang memiliki total nilai paling tinggi ialah harga dapat dijangkau sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan nilai 281. Sedangkan untuk nilai terendah dengan nilai 259 adalah lokasi kantor PT. Menara Tanjung yang mudah dijangkau. Setelah hasil dari analisis total nilai tingkat kepentingan dan kepuasan diketahui maka selanjutnya dapat dilakukan analisis tingkat kesesuaian atribut.

Hasil analisis dari tingkatan kepentingan serta kepuasan diperoleh hasil tingkatan kesesuaian, metode yang dipakai untuk mengetahuinya yakni dengan menyamakan nilai antara tingkatan kepentingan serta tingkatan kepuasan. Adapun kegunaan mengetahui tingkat kesesuaian ialah untuk mengenali seberapa besar kesenjangan ataupun selisih antara harapan jamaah yang dilihat dari total skor tingkat kepentingan terhadap kinerja PT. Menara Tanjung yang bisa dilihat dari total nilai tingkat kepuasan.

Nilai dari tingkat kesesuaian didapatkan melalui penggunaan rumus sebagai berikut:

$$Tki = \frac{\bar{X}_i}{\bar{Y}_i} \times 100\%$$

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian Informan/responden

$\bar{X}_i$ = Skor penilaian tingkat kepuasan/ kinerja perusahaan

$\bar{Y}_i$ = Skor penilaian tingkat kepentingan konsumen

Berdasarkan dengan perhitungan tingkatan kesesuaian antara tingkat kepentingan/*importance* dan tingkat kinerja/*performance*, tingkat kesesuaian yang memiliki nilai terbesar 103.34% pada atribut merekomendasikan travel umrah PT. Menara Tanjung kepada teman atau kerabat karena pelayanan yang diberikan baik. Hal ini dikarenakan banyak jamaah yang mendapat rekomendasi tentang travel umrah PT. Menara Tanjung dari para teman atau keluarga, dan kemudian jamaah tersebut merekomendasikan kembali kepada keluarga atau teman karena merasakan sendiri bagaimana kinerja pihak travel sudah baik. Tingkat kesesuaian yang memiliki nilai terkecil diperoleh hasil 93.08% pada atribut petugas memberikan perhatian lebih kepada jamaah lansia dan jamaah yang sakit. Atribut ini bisa mendapatkan nilai terkecil karena kurangnya perhatian yang

diberikan oleh petugas kepada jamaah lansia dan jamaah yang sakit sehingga jamaah merasa atribut ini belum cukup baik dan perlu untuk ditingkatkan. Rata-rata yang diperoleh dari tingkat kesesuaian atribut yaitu 97.63% yang mana masuk dalam kategori “sangat sesuai”. Menurut Sukardi dan Cholidis (2006) (dalam Febria Ningtyas Putri Hidayat, 2020: 53), jika nilai dari tingkat kesesuaian mendekati 100% dan berada di atas rata-rata maka dapat dikatakan tingkat kesesuaian sudah baik.

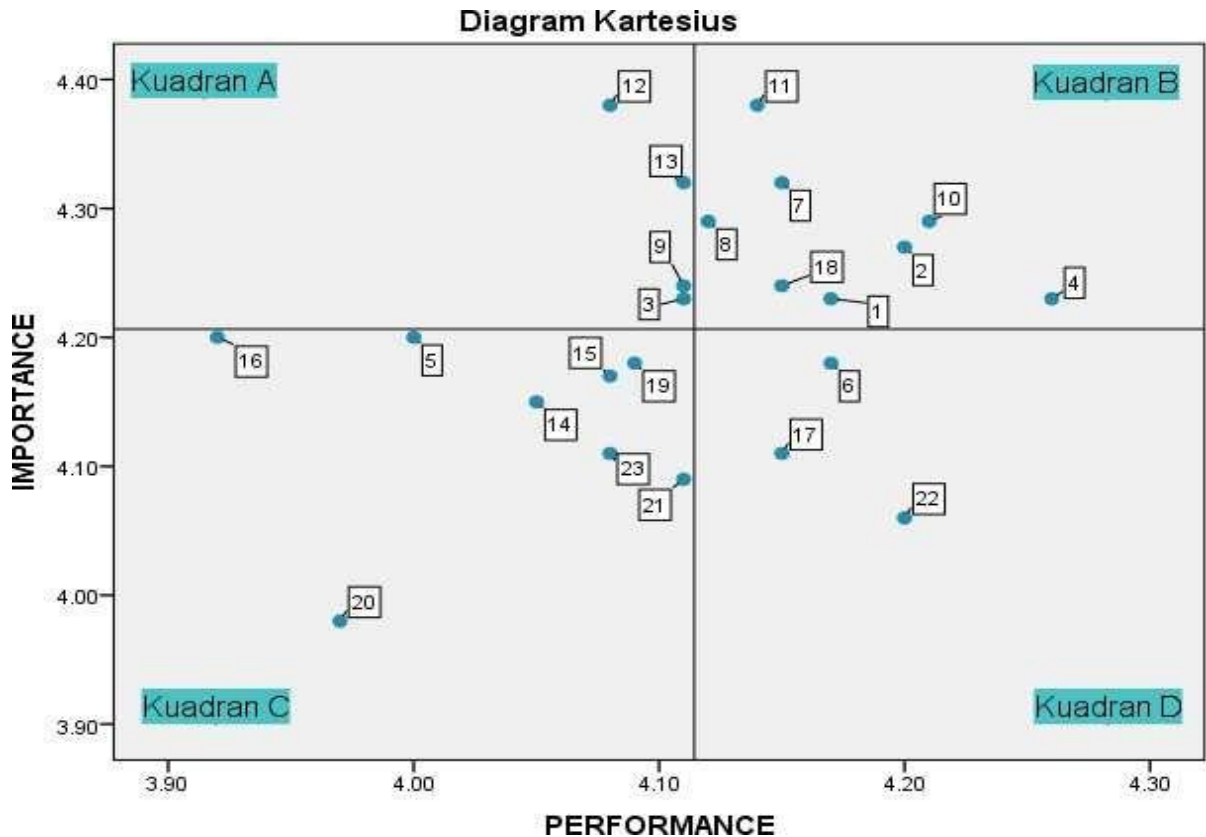
Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka pada metode IPA dapat diketahui atribut-atribut apa saja yang jamaah anggap penting. Atribut-atribut tersebut akan ditampilkan dalam bentuk diagram, yang bernama diagram kartesius. Sebelum melanjutkan ketahap diagram kartesius, nilai rata-rata dari *importance* dan *performance* harus diketahui terlebih dahulu.

Tabel 1
Nilai Rata-rata Importance dan Performance

No	Atribut	Nilai rata-rata <i>Importance</i>	Nilai rata-rata <i>Performance</i>
1	Paket umrah yang ditawarkan menyesuaikan keinginan jamaah.	4.23	4.17
2	Perlengkapan (Travel bag, Ihram/Mukena, Bahan Batik, Buku Pedomann) memiliki kualitas yang baik.	4.27	4.20
3	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diterima.	4.23	4.11
4	Harga dapat dijangkau sesuai dengan kebutuhan konsumen.	4.23	4.26
5	Fasilitas kantor PT. Menara Tanjung bersih dan nyaman.	4.20	4.00
6	Petugas yang berpenampilan rapih dan professional.	4.18	4.17
7	Petugas menyampaikan layanan secara benar semenjak pertama kali.	4.32	4.15
8	Petugas memberikan layanan yang segera/cepat bagi jamaah	4.29	4.12
9	Pengetahuan dan keahlian petugas untuk merespon permintaan jamaah.	4.24	4.11
10	Sikap petugas yang baik/ramah menumbuhkan rasa percaya para jamaah.	4.29	4.21
11	Petugas mampu membuat jamaah merasa aman saat melakukan transaksi.	4.38	4.14
12	Petugas memberikan perhatian lebih kepada jamaah lansia dan jamaah yang sakit.	4.38	4.08
13	Petugas mendahulukan kepentingan jamaah.	4.32	4.11

14	Timbulnya perasaan bangga menjadi jamaah umrah dari PT. Menara Tanjung.	4.15	4.05
15	Timbulnya perasaan bahagia karena bisa menjadi jamaah umrah PT. Menara Tanjung	4.17	4.08
16	Lokasi kantor PT. Menara Tanjung yang mudah dijangkau.	4.20	3.92
17	Kemudahan dalam proses bertransaksi.	4.11	4.15
18	Pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. Menara Tanjung telah sesuai dengan harapan jamaah.	4.24	4.15
19	Paket umrah yang ditawarkan sesuai dengan harapan.	4.18	4.09
20	Berminat untuk pergi umrah kembali bersama PT. Menara Tanjung karena kinerja karyawan yang memuaskan	3.98	3.97
21	Berminat untuk pergi umrah kembali bersama PT. Menara Tanjung karena paket umrah yang ditawarkan sesuai dengan keinginan jamaah.	4.09	4.11
22	Merekomendasikan travel umrah PT. Menara Tanjung kepada teman atau kerabat karena pelayanan yang diberikan baik.	4.06	4.20
23	Menyarankan kepada kerabat atau teman untuk umrah bersama PT. Menara Tanjung karena nilai atau manfaat yang didapat setelah berangkat umrah bersama PT. Menara Tanjung.	4.11	4.08

Tabel di atas menunjukkan nilai rata-rata dari tingkat *importance*/harapan dan *performance*/kinerja. Untuk nilai rata-rata tertinggi *importance*/harapan terdapat dua atribut dengan jumlah nilai yang sama yaitu 4.38, kedua atribut tersebut ialah petugas mampu membuat jamaah merasa aman saat melakukan transaksi dan Petugas memberikan perhatian lebih kepada jamaah lansia dan jamaah yang sakit, sedangkan nilai terendah untuk nilai rata-rata tingkat *importance*/harapan ialah berminat untuk pergi umrah kembali bersama PT. Menara Tanjung karena kinerja karyawan yang memuaskan dengan nilai 3.98. Untuk nilai rata-rata tertinggi *performance*/kinerja adalah harga dapat dijangkau sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan nilai 4.26, sedangkan nilai terendah untuk nilai rata-rata tingkat *performance*/kinerja adalah lokasi kantor PT. Menara Tanjung yang mudah dengan nilai 3.92. Selanjutnya, dari data yang telah diperoleh dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut :



Pada gambar diagram kartesius diatas menunjukkan atribut-atribut yang terletak dikuadran yang berbeda-beda. Berikut penjelasannya:

1. Kuadran A (Prioritas Yang Utama)

Atribut-atribut yang terdapat pada kuadran prioritas utama ini berarti tingkat kinerjanya berada dibawah rata-rata akan tetapi tingkatan *importance*/ harapan jamaah tinggi. Atribut-atribut pada kuadran A penanganannya dapat diprioritaskan oleh perusahaan, karena adanya atribut tersebutlah yang dianggap sangat urgen oleh jamaah namun berbagai kinerja dari perusahaan belum memuaskan. Atribut-atribut yang terdapat pada kuadran A yaitu:

- Atribut 3 yakni harga yang telah ditawarkan oleh perusahaan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diterima.
- Atribut 9 yaitu pengetahuan dan keahlian petugas untuk merespon permintaan jamaah.
- Atribut 12 yaitu petugas memberikan perhatian lebih kepada jamaah lansia dan jamaah yang sakit.
- Atribut 13 yaitu petugas mendahulukan kepentingan jamaah.

2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Atribut- atribut yang terletak dikuadran B ialah kekuatan perusahaan, perihal ini disebabkan kuadran B mempunyai tingkatan harapan yang besar dengan tingkatan

kinerja yang tinggi pula. Atribut- atribut pada kuadran B dikira berarti oleh jamaah serta perusahaan sudah melaksanakannya dengan baik, sehingga jamaah memberitahukan rasa puas pada atribut- atribut yang ada pada kuadran B. Adapun Atribut yang ada pada kuadran B ini yaitu:

- a. Atribut 1, yakni paket umrah yang ditawarkan menyesuaikan keinginan jamaah.
- b. Atribut 2 yaitu perlengkapan (Travel bag, Ihram/Mukena, Bahan Batik, Buku Pedomann) memiliki kualitas yang baik.
- c. Atribut 4 yaitu harga dapat dijangkau sesuai dengan kebutuhan konsumen.
- d. Atribut 7 yaitu petugas menyampaikan layanan secara benar semenjak pertama kali.
- e. Atribut 8 yaitu petugas memberikan layanan yang segera/cepat bagi jamaah.
- f. Atribut 10 yaitu sikap petugas yang baik/ramah menumbuhkan rasa percaya para jamaah.
- g. Atribut 11 yaitu petugas mampu membuat jamaah merasa aman saat melakukan transaksi.
- h. Atribut 18 yaitu pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. Menara Tanjung telah sesuai dengan harapan jamaah.

3. Kuadran C (Perioritas yang rendah)

Atribut yang ada dalam kuadran C adalah atribut-atribut yang mempunyai tingkatan harapan yang rendah dan tingkatan kinerja yang relatif sifatnya rendah pula, artinya adalah keberadaan atribut tersebut tidak terlalu urgen bagi para jamaah. Adapun yang termasuk kedalam atribut-atribut kuadran C yaitu:

- a. Atribut 5 yaitu fasilitas kantor PT. Menara Tanjung bersih dan nyaman.
- b. Atribut 14 yaitu timbulnya perasaan bangga menjadi jamaah umrah dari PT. Menara Tanjung.
- c. Atribut 15 yaitu timbulnya perasaan bahagia karena bisa menjadi jamaah umrah PT. Menara Tanjung.
- d. Atribut 16 yaitu lokasi kantor PT. Menara Tanjung yang mudah dijangkau.
- e. Atribut 19 yaitu paket umrah yang ditawarkan sesuai dengan harapan.
- f. Atribut 20 yaitu berminat untuk pergi umrah kembali bersama PT. Menara Tanjung karena kinerja karyawan yang memuaskan.
- g. Atribut 21 yaitu berminat untuk pergi umrah kembali bersama PT. Menara Tanjung karena paket umrah yang ditawarkan sesuai dengan keinginan jamaah.
- h. Atribut 23 yaitu menyarankan kepada kerabat atau teman untuk umrah bersama PT. Menara Tanjung karena nilai atau manfaat yang didapat setelah berangkat umrah.

4. Kuadran D (Berlebihan)

Atribut yang ada pada kuadran D memiliki arti bahwa atribut yang mempunyai kinerja yang menurut jamaah sangatlah baik, namun atribut pada kuadran ini mempunyai tingkatan harapan yang rendah. PT. Menara Tanjung dianggap tidak mesti untuk terlalu berfokus agar dapat meningkatkan atribut-atribut pada kuadran D,

karena kinerja atribut sudah sangat baik. Atribut tersebut yang terdapat pada kuadran D ialah :

- a. Atribut 6 yaitu petugas yang berpenampilan rapih dan professional.
- b. Atribut 17 yaitu kemudahan dalam proses bertransaksi.
- c. Atribut 22 yaitu merekomendasikan travel umrah PT. Menara Tanjung kepada teman atau kerabat karena pelayanan yang diberikan baik.

Selanjutnya masuk pada tahapan metode CSI. Adapun CSI dipergunakan dengan tujuan mengukur tingkat kepuasan para konsumen keseluruhan dengan memperhatikan dan juga mempertimbangkan berbagai tingkatan kepentingan dan kinerja dari berbagai atribut-atribut yang dihitung. Hasil perhitungan CSI dari artikel ini dapat diungkap sebagai berikut :

Tabel 2
Hasil Perhitungan CSI

Atribut	Kepentingan	Kepuasan	WF	Wsi
1	4.227272727	4.1666667	4.365514	18.18964
2	4.272727273	4.1969697	4.412455	18.51894
3	4.227272727	4.1060606	4.365514	17.92507
4	4.227272727	4.2575758	4.365514	18.58651
5	4.196969697	4	4.33422	17.33688
6	4.181818182	4.1666667	4.318573	17.99405
7	4.318181818	4.1515152	4.459396	18.51325
8	4.287878788	4.1212121	4.428102	18.24915
9	4.242424242	4.1060606	4.381161	17.98931
10	4.287878788	4.2121212	4.428102	18.6517
11	4.378787879	4.1363636	4.521984	18.70457
12	4.378787879	4.0757576	4.521984	18.43051
13	4.318181818	4.1060606	4.459396	18.31055
14	4.151515152	4.0454545	4.287279	17.34399
15	4.166666667	4.0757576	4.302926	17.53768
16	4.196969697	3.9242424	4.33422	17.00853
17	4.106060606	4.1515152	4.240338	17.60383
18	4.242424242	4.1515152	4.381161	18.18846
19	4.181818182	4.0909091	4.318573	17.66689
20	3.984848485	3.969697	4.115162	16.33595
21	4.090909091	4.1060606	4.224691	17.34684
22	4.060606061	4.1969697	4.193397	17.59956
23	4.106060606	4.0757576	4.240338	17.28259
Total	96.83333333	94.590909	100	411.3144
CSI				82,26%

Berdasarkan hasil perhitungan CSI, maka diketahui nilai CSI sebesar 82,26% hal ini menunjukkan bahwa jamaah PT. Menara Tanjung sangat puas terhadap kinerja PT. Menara Tanjung. Tingkat kepuasan jamaah dapat dilihat berdasarkan kriteria kepuasan berikut:

Tabel 3
Skala Customer Satisfaction Index (CSI)

No	Nilai Index	Keterangan
1.	81 % - 100 %	Sangat Puas
2.	66 % - 80,99 %	Puas
3.	51 % - 65,99 %	Cukup Puas
4.	35 % - 50,99 %	Kurang Puas
5.	0 % - 34,99 %	Tidak Puas

Berdasarkan penilaian yang telah dipergunakan, maka tingkat kepuasan secara keseluruhan terhadap atribut *customer satisfaction* telah sangat baik. Hal tersebut dapat dihitung dari hasil perhitungan indeks kepuasan jamaah (CSI) yang mempunyai nilai yaitu 82,26% yang mana dapat diartikan bahwa tingkatan kepuasan total berada di antara kisaran 81% - 100% menunjukkan bahwa jamaah perasaannya sangat puas dari kinerja yang telah dilakukan oleh PT. Menara Tanjung. Dengan nilai sebesar 82,26 % perusahaan tentu dapat merasa lega karena jamaah sudah merasa sangat puas, namun perusahaan tidak boleh lengah karena tentu saja perubahan nilai bisa terjadi.

D. Kesimpulan

Adapun kesimpulan penelitian dan analisis yang telah dilaksanakan berkaitan penelitian ini yaitu, atribut-atribut yang dianggap penting oleh jamaah adalah atribut-atribut yang terdapat pada kuadran A dan kuadran B. Adapun atribut pada kuadran A ialah atribut 3, 9, 12 dan 13, dan atribut pada kuadran B adalah atribut nomer 1, 2, 4, 7, 8, 10, 11, dan 18. Berdasarkan hasil perhitungan, *Customer Satisfaction Index* (CSI). Maka dapat diketahui jika nilai kepuasan jamaah terhadap kinerja PT. Menara Tanjung sebesar 82,26% yang artinya jamaah sudah merasa sangat puas.

Daftar Pustaka

- Aditia, I., & Suhaji. (2012.). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada UD Pandan Wangi Semarang*. 1–19.
- Hidayat, F. N. P. (2020). *Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan BRI Syari'ah Dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction (CSI)*.
- Haryono, S. (2012). *Metode Penelitian Bisnis dan Manajemen: Teori & Aplikasi*. 1–350.
- Mutakabbir, A. (2024). *SENI MEMAHAMI HADIS NABI Untuk Pemula* (Vol. 3, Issue 1).
- Siyamto, Y. (2017). Kualitas pelayanan bank dengan menggunakan metode IPA dan CSI

- terhadap kepuasan nasabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Kualitas+Pelayanan+Bank+Dengan+Menggunakan+Metode+IPA+Dan+CSI+Terhadap+Kepuasan+Nasabah.&btnG=
- Soegiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Rineka.
- Rahadian, R. (2016). *Analisis tingkat kepuasan jamaah umroh terhadap pelayanan prima di pt. manajemen mihrab qolbi jakarta selatan*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. C.V ANDI OFFSET.
- Wahid, A. (2004). *Himpunan Hadits Shahih Muslim* (M. Press (ed.)).