

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman banyak sekali muncul Koperasi Syari'ah yang saling bersaing dalam membuat produk, jasa dan dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya. Maraknya persaingan tersebut menyebabkan berbagai koperasi termasuk BMT NU Mandiri Pamekasan menerapkan strategi pemasaran layanan jemput tabungan supaya anggota lebih mudah untuk menabung sesuai dengan kebutuhan dan keinginan yang diharapkan nasabah. Hal ini sangat ditentukan oleh strategi yang akan diterapkan oleh seorang *marketing funding* dalam menghimpun dana dari masyarakat. Upaya untuk memperkenalkan produk kepada konsumen merupakan awal dari kegiatan *marketing* berupa keputusan dan strategi mengenai semua produk yang ditujukan untuk meningkatkan volume penjualan.<sup>1</sup>

Orang (*people*) adalah semua pelaku yang berperan dalam penyajian jasa yang dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen-elemen dari *people* yaitu konsumen, pegawai perusahaan, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa. Oleh karena itu sangat penting jika semua perilaku karyawan jasa harus diorientasikan kepada konsumen. Itu berarti organisasi jasa harus bisa merekrut dan mempertahankan setiap karyawan

---

<sup>1</sup> Hendri Triandini, "Pengaruh Layanan Jemput Bola Produk Funding Terhadap DPK dan Jumlah Nasabah di BPRS Artha Karimah Irsyadi" *Jurnal Ekonomi*, Vol. 12, No. 1.

yang mempunyai *skill*, komitmen, sikap, dan kemampuan dalam membina hubungan baik dengan konsumen. Oleh perusahaan jasa unsur *people* tidak hanya memegang peran penting dalam bidang produksi atau operasional, tetapi juga dalam melakukan hubungan langsung dengan konsumen.<sup>2</sup>

Perilaku orang-orang yang terlibat langsung sangat penting dalam mempengaruhi *image* perusahaan dan kualitas jasa yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan yang bersangkutan. Elemen *people* ini memiliki dua aspek, yaitu *service people* dan *customer*. Untuk organisasi jasa *service people* ini biasanya memegang jabatan ganda yaitu, pengadaan jasa dan penjualan jasa. Dengan menerapkan pelayanan yang baik, ramah, teliti, cepat, dan akurat akan dapat menciptakan kesetiaan dan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan yang pada akhirnya akan meningkatkan nama baik perusahaan yang bersangkutan. Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu hubungan diantara para pelanggan (*customer*), dimana pelanggan dapat memberikan persepsi dan penilaian kepada nasabah lain tentang kualitas jasa yang pernah didapat dari perusahaan. Maka dari itu pelayanan perbankan sangat penting kedudukannya, sebab pelayanan perbankan yang bermutu perlu ditunjang dengan adanya karyawan-karyawan professional.<sup>3</sup>

Pada saat ini salah satu cara untuk perusahaan dapat unggul dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang lain yaitu dengan cara memberikan suatu pelayanan yang baik kepada calon anggota. Kepuasan bagi anggota merupakan faktor yang paling utama dalam menilai kualitas

---

<sup>2</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 62.

<sup>3</sup> Ibid, hlm. 62-63.

suatu jasa yang diberikan, dimana para konsumen akan menilai kinerja dan pelayanan yang diterima serta produk-produk yang mereka dapatkan. Jika kinerja suatu perusahaan lembaga keuangan khususnya koperasi syariah dibawah harapan maka anggota akan merasa kecewa. Begitupun sebaliknya jika perusahaan memberikan kinerja yang melebihi harapan nasabah atau sesuai dengan harapan nasabah, maka nasabah akan merasa puas. Kepuasan anggota merupakan upaya untuk memenuhi sesuatu yang sudah dicapai.<sup>4</sup> Penelitian yang dilakukan oleh Moh. Lutfianto membuktikan bahwa layanan sistem jemput bola tabungan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.<sup>5</sup> Penelitian lain yang dilakukan oleh Nur Miera Arenah juga membuktikan bahwa secara parsial variabel sistem jemput tabungan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.<sup>6</sup>

Pada awal beroperasinya BMT NU Mandiri Pamekasan tentu bukanlah hal yang mudah untuk mendapatkan nasabah, apalagi dengan latar belakang lembaga keuangan yang masih baru di mata masyarakat. Sehingga para karyawan khususnya bagian tabungan harus lebih ekstra dalam memasarkan dan memberi pemahaman mengenai produk-produknya.<sup>7</sup>

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, hal ini dikarenakan

---

<sup>4</sup> Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016), hlm. 79.

<sup>5</sup> Moh. Lutfianto, "Pengaruh Strategi Layanan Jemput Bola Tabungan Terhadap Kepuasan Nasabah di BMT NU Larangan Cabang Pamekasan" (Skripsi PBS, STAIN Pamekasan, 2017).

<sup>6</sup> Nur Miera Arenah, "Pengaruh Sistem Jemput Tabungan Terhadap Kepuasan Nasabah di BMT Sidogiri Cabang Pamekasan", Skripsi 2020.

<sup>7</sup> Iskandar, Manager BMT NU Mandiri Pamekasan, *Wawancara Langsung* (26 Juli 2021).

pemasaran secara tidak langsung berhubungan dengan konsumen. Pemasaran (*marketing*) bersangkut paut dengan kebutuhan hidup sehari-hari kebanyakan orang. Melalui proses tersebut, produk atau jasa diciptakan, dikembangkan, dan didistribusikan ke masyarakat. Pada hakikatnya pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran. Agar pemasaran dapat dilakukan dengan baik dan tepat sasaran maka pemasaran harus menggunakan media atau perantara untuk mendongkrak penjualan salah satunya menggunakan promosi.<sup>8</sup>

BMT NU Mandiri sebagai salah satu koperasi yang berbasis syariah tentu harus menerapkan strategi pemasaran yang berbasis syariah juga dalam menjalankan layanan jemput tabungan berdasarkan konsep syariah atau keislaman yang telah diajarkan dalam agama islam. Konsep pemasaran syariah ini baru berkembang dan dibutuhkan oleh masyarakat seiring dengan berkembangnya ekonomi syariah. Beberapa lembaga keuangan khususnya bank syariah telah menerapkan konsep ini tidak terkecuali BMT NU Mandiri Pamekasan dan telah mendapatkan hasil yang positif dan telah dipercaya oleh masyarakat karena nilai-nilai kejujurannya yang sesuai dengan yang diharapkan masyarakat.<sup>9</sup>

Berdasarkan survey yang peneliti lakukan dapat dijelaskan bahwa ada beberapa produk yang ditawarkan oleh BMT NU Mandiri Pamekasan kepada masyarakat dengan menggunakan sistem layanan jemput bola. Produk yang ditawarkan oleh BMT NU Mandiri Pamekasan yaitu produk

---

<sup>8</sup> Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), hlm. 38.

<sup>9</sup> Iskandar, Manager BMT NU Mandiri Pamekasan, *Wawancara Langsung* (26 Juli 2021).

tabungan syariah dan tabungan tarbiyah. BMT sebagai penyedia jasa atau penjual produk akan secara aktif menghubungi calon pelanggan satu demi satu. Jika ada yang tertarik maka pihak BMT akan mendatangi nasabah untuk melakukan presentasi produk atau jasa yang tersedia secara terperinci, sopan dan jujur sesuai dalam ajaran syariah. Dari presentasi ini, calon nasabah akan mengerti mengenai produk atau jasa dan manfaatnya bagi nasabah. Dalam layanan jemput bola ini, petugas BMT mendatangi nasabah pada waktu yang telah disepakati bersama yaitu harian, mingguan, bahkan bulanan. Hal ini bertujuan supaya nasabah siap melakukan transaksi ketika petugas datang.<sup>10</sup>

Sistem jemput tabungan dikenal dengan penjualan pribadi *personal selling* yaitu presentasi atau penyajian lisan dalam suatu percakapan dengan satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar melakukan suatu pembelian. Terdapat berbagai macam cara dan strategi yang dilakukan lembaga keuangan khususnya BMT NU Mandiri Pamekasan untuk menarik minat nasabah, mulai dengan penawaran produk-produk menarik untuk memenuhi kebutuhan calon nasabah, pelayanan terbaik dan keuntungan atau bagi hasil yang ditawarkan. Hal inilah yang menjadi pendorong setiap lembaga keuangan menempatkan orientasinya pada kepuasan nasabah sebagai tujuan utamanya.<sup>11</sup>

Kualitas pelayanan yang baik akan sangat menentukan terhadap sikap kritis konsumen dalam menilai, memutuskan sekaligus memberikan kesan terhadap pelayanan yang telah diberikan, karena seringkali

---

<sup>10</sup> Iskandar, Manager BMT NU Mandiri Pamekasan, *Wawancara Langsung* (26 Juli 2021).

<sup>11</sup> Ibid, *Wawancara Langsung* (26 Juli 2021).

konsumen akan cenderung lebih loyal terhadap suatu perusahaan ketika mereka merasa puas.<sup>12</sup> Seiring dengan berjalannya waktu, harapan dan penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan akan terasa berbeda dan akan terus berkembang guna menghasilkan produk atau pelayanan yang berkualitas dan memberikan harapan yang sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen.

Kepuasan anggota merupakan hal penting yang tidak boleh disepelekan dan diabaikan oleh suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa keuangan. Sehingga pelayanan yang bermutu perlu ditingkatkan untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga para nasabah akan merasa sangat puas.<sup>13</sup>

Berdasarkan penjelasan-penjelasan diatas, dapat dikatakan bahwa faktor yang sangat penting dalam suatu organisasi untuk menciptakan kepuasan nasabah yaitu dengan kualitas layanan yang diberikan perusahaan kepada anggota. Begitupun pada BMT NU Mandiri Pamekasan pelayanan antar jemput merupakan salah satu sarana atau cara promosi dana nasabah tabungan untuk meningkatkan jumlah nasabah *funding*.

Namun dengan adanya keterbatasan karyawan *funding* dalam melayani 90 nasabah pengguna jasa layanan jemput tabungan tentu akan mempengaruhi kemampuan BMT NU Mandiri Pamekasan dalam memberikan pelayanan terbaik dan bermutu kepada nasabah. Hal ini

---

<sup>12</sup> Wahab, W. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Nasabah Pegadaian Syariah Di Kota Pekanbaru." *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol. 02, No. 01, hlm. 30.

<sup>13</sup> Febriana, N.I. "Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung." *Jurnal An-Nisbah*, Vol. 03, No. 01, hlm. 1.

tentunya menjadi pertimbangan menarik bagi peneliti karena berdasarkan data yang diperoleh peneliti tidak semua BMT NU Mandiri Pamekasan menerapkan layanan jemput bola pada produk tabungan secara maksimal sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Jemput Tabungan Terhadap Kepuasan Anggota Di Baitul Mal wat Tamwil (BMT) NU Mandiri Pamekasan”**.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana yang telah diuraikan di atas, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan jemput tabungan berpengaruh terhadap kepuasan anggota di BMT NU Mandiri Pamekasan?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas layanan jemput tabungan terhadap kepuasan anggota di BMT NU Mandiri Pamekasan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui pengaruh kualitas layanan jemput tabungan terhadap kepuasan anggota di BMT NU Mandiri Pamekasan.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan jemput tabungan terhadap kepuasan anggota di BMT NU Mandiri Pamekasan.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Sebuah penelitian tidak akan lepas dari kegunaan atau manfaat yang yang bisa dinikmati setelah penelitian tersebut selesai. Adapun signifikansi penelitian ini dapat dijelaskan dengan poin-poin sebagai berikut:

### **1. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi atau perbandingan untuk penelitian-penelitian berikutnya untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi demi tercapainya suatu kepuasan.

### **2. Kegunaan Praktis**

#### **a. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan memberi latihan dalam melakukan penelitian, lebih-lebih dalam penelitian dibidang pelayanan dan kepuasan terhadap BMT NU Mandiri. Tentu penelitian ini juga sebagai tambahan ilmu dan pemahaman bagi peneliti terhadap pengaruh layanan kualitas jemput tabungan.

#### **b. Bagi Lembaga Keuangan**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi pihak manajemen BMT NU Mandiri Pamekasan, khususnya bagian pemasaran, terkait dengan kepuasan anggota terhadap layanan jemput tabungan. Selain itu, untuk memberikan sumbangan pemikiran yang bernilai bagi lembaga keuangan syariah agar lebih memahami dan memenuhi kebutuhan nasabah.

**c. Bagi Mahasiswa (IAIN Madura Pamekasan)**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi keilmuan untuk kemudian dijadikan salah satu bahan pustaka terutama dalam pengembangan wawasan keilmuan.

**d. Bagi Masyarakat**

Tentu hal terpenting penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat besar bagi masyarakat terutama dalam sumbangan pemahaman dan informasi dalam bidang pelayanan dan kepuasan.

**E. Ruang Lingkup Penelitian**

Dalam ruang lingkup penelitian mencakup batasan atas variabel-variabel yang akan diteliti.<sup>14</sup> Ada dua variabel yang menjadi fokus kegiatan dalam penelitian ini, yaitu layanan jemput tabungan (variabel *X/independent variable*) dan kepuasan anggota (variabel *Y/dependent variable*), agar variabel yang menjadi fokus tersebut tidak meluas, maka perlu adanya batasan terhadap materi yang akan diteliti:

**a. Kualitas Layanan Jemput Tabungan (Variabel X)**

Menurut Hurriyati, pelaku yang mempunyai peranan penting dalam memainkan penyajian jasa adalah orang (*people*) sehingga dapat mempengaruhi kualitas pelayanan dan perspektif pembeli jasa. Berkenaan dengan hal tersebut, pelayanan akan dianggap berkualitas apabila memenuhi beberapa kriteria dibawah ini, yaitu:

1. Kecepatan.
2. Kenyamanan.

---

<sup>14</sup>Tim Penyusunan Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Pamekasan: STAIN Press, 2015), hlm. 12.

3. Keamanan.
4. Ketepatan, dan
5. Keramahan.<sup>15</sup>

**b. Kepuasan Anggota (Variabel Y)**

Adapun indikator yang terdapat pada kepuasan nasabah, yaitu:

1. Kesesuaian harapan.
2. Kesiediaan merekomendasikan.
3. Minat berkunjung kembali .<sup>16</sup>

Lokasi dalam penelitian ini, yaitu di BMT NU Mandiri Pamekasan. Penelitian ini menggunakan data interval atau rasio. Lokasi ini dipilih karena tempatnya yang strategis serta mendukung indikator-indikator yang akan diteliti oleh peneliti.

**F. Asumsi Penelitian**

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang sebenarnya sudah diterima oleh peneliti.<sup>17</sup> Adapun asumsi penelitian yang ditarik oleh peneliti disini adalah:

1. Kualitas Pelayanan merupakan kemampuan yang dicapai dalam meningkatkan kepuasan anggota BMT NU Mandiri Pamekasan.
2. Aktifitas pelayanan akan memberi dampak seberapa besar terhadap kepuasan.

---

<sup>15</sup> Hurriyyati, hlm. 62.

<sup>16</sup> Meithiana Indrasari, "*Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*", (Surabaya: Unitomo Press, 2019).

<sup>17</sup>Tim Penyusunan Pedoman Penulisan Karya Ilmiah,*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, hlm. 10.

## G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dapat di definisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus di uji. atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka. Hipotesis juga merupakan proposisi yang diuji kebenarannya atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.<sup>18</sup>

Berikut adalah hipotesis yang disusun oleh peneliti:

Terdapat pengaruh yang signifikan layanan jemput tabungan terhadap kepuasan anggota BMT NU Mandiri.

## H. Definisi Istilah

Untuk memperoleh kesatuan pemahaman antara peneliti dan pembaca sekalian dan tentunya untuk memudahkan memahami dalam pembahasan ini, peneliti merasa perlu memberikan definisi istilah-istilah yang dianggap penting dalam penelitian ini, maka peneliti akan menjelaskan tentang makna dari judul skripsi ini, yakni “Pengaruh Kualitas Layanan Jemput Tabungan Terhadap Kepuasan Anggota”, yaitu sebagai berikut:

1. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas satu pihak ke pihak yang lain.<sup>19</sup>
2. Kepuasan adalah perasaan seseorang baik berupa kesenangan atau harapan atas suatu produk atau pelayanan.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup>Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Grafindo Persad, 2011), hlm. 71.

<sup>19</sup>Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2002, hlm. 16.

<sup>20</sup>Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), hlm. 79.

Dari pengertian-pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan anggota.

## **I. Kajian Terdahulu**

Kajian terdahulu berfungsi sebagai bahan analisis berdasarkan kerangka teoritik yang sedang dibangun dan sebagai pembeda dengan peneliti yang akan dilakukan selanjutnya. Inilah penelitian yang terkait dengan kualitas layanan jemput tabungan, yaitu:

1. Nisa Fajriati Nurfaridah (2020) meneliti tentang Pengaruh Layanan Jemput Masalah Terhadap Intensitas Penggunaan Tabungan Mudharabah. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa secara signifikan layanan jemput masalah berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan tabungan mudharabah dan kepercayaan serta kepuasan anggota memberikan dampak positif hubungan antara layanan jemput masalah terhadap intensitas penggunaan tabungan mudharabah.

Persamaan dalam penelitian yang dilakukan Nisa Fajriati Nurfaridah dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang layanan jemput masalah atau tabungan. Perbedaan yang dilakukan Nisa Fajriati Nurfaridah dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu variabel bebas penelitian intensitas

penggunaan tabungan mudharabah sedangkan peneliti kepuasan nasabah.<sup>21</sup>

2. Hendri Triandini (2013) meneliti tentang Pengaruh Layanan Jemput Bola Produk *Funding* Terhadap DPK dan Jumlah Nasabah Pada BPRS Artha Karimah Irsyadi. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa secara parsial layanan jemput bola tidak berpengaruh secara signifikan terhadap DPK dan jumlah nasabah karena beberapa faktor yaitu, kurangnya marketing *funding*, metode promosi yang kurang efektif dan, ruang lingkup BPRS yang belum meluas.

Persamaan dalam penelitian yang dilakukan Hendri Triandini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang layanan jemput bola. Perbedaan dalam penelitian Hendri Triandini yaitu produk yang diteliti DPK dan jumlah nasabah sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu kepuasan nasabah. Tempat penelitian dilakukan di BPRS Artha Karimah Irsyadi sedangkan peneliti melakukan penelitian di BMT NU Mandiri Pamekasan.<sup>22</sup>

3. Suchi Wati Dewi dan Rafika Rahmawati (2021) meneliti tentang Analisis Kualitas Pelayanan Antar Jemput Produk Tabungan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada BPRSyari'ah Harta Insan Karimah. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa anggota BPRS Harta Insan Karimah merasa cukup puas dengan pelayanan antar jemput

---

<sup>21</sup>Nisa Fajriati Nurfaridah, "Pengaruh Layanan Jemput Masalah Terhadap Intensitas Penggunaan Tabungan Mudharabah." *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, Vol. 1, No.1.

<sup>22</sup> Hendri Triandini, "Pengaruh Layanan Jemput Bola Produk *Funding* Terhadap DPK dan Jumlah Nasabah Pada BPRS Artha Karimah Irsyadi." *Jurnal Ekonomi*, Vol. 12, No. 1.

yang diterapkan oleh BPRS. Sehingga ada beberapa faktor yang harus diterapkan oleh BPRS guna untuk memuskan nasabah dengan cara memenuhi keinginan nasabah serta memberikan kualitas pelayanan yang terbaik.

Persamaan dalam penelitian yang dilakukan Suchi Wati Dewi, Rafika Rahmawati dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang Pelayanan Jemput Produk Tabungan dan Kepuasan Nasabah. Perbedaan pada penelitian yang dilakukan Suchi Wati Dewi, Rafika Rahmawati dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu metode penelitian menggunakan kualitatif sedangkan peneliti menggunakan kuantitatif.<sup>23</sup>

Selain ke tiga penelitian diatas, tidak menutup kemungkinan masih ada penelitian terlebih dahulu yang tidak diketahui oleh penulis. Secara umum perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sudah ada yaitu:

1. Pengaruh kualitas layanan jemput tabungan terhadap kepuasan anggota di BMT NU Mandiri Cabang Pamekasan.
2. Lokasi penelitian dilakukan di BMT NU Mandiri Cabang Pamekasan.

Metode yang dilakukan yaitu metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan aplikasi perhitungan SPSS.

---

<sup>23</sup> Suchi Wati Dewi, Rafika Rahmawati, "Analisis Kualitas Pelayanan Antar Jemput Produk Tabungan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada BPRSyari'ah Harta Insan Karimah." *Jurnal Masalah*, Vol. 12 No. 1.