

AmaNU: Jurnal Manajemen dan Ekonomi
Masruri
Meraih Kepuasan Konsumen
Edisi: vol. 3 no. 1 (2020)
e-issn, 2620-6099, p-issn, 2620-7680

**MERAIH KEPUASAN KONSUMEN DENGAN SALAM
PADA LEMBAGA KEUANGAN SYARI'AH**

Masruri

Institut Agama Islam Imam Ghozali (IAIIG) Cilacap

e-mail: masruri@iaig.ac.id

Abstract

Consumer satisfaction is the goal of the services performed by the financial institution of Shariah. Many things are done in order to achieve customer satisfaction. One of them with greetings. Salam is a form of communication between a person or group to the other in accordance with the rules applicable. In the greeting should be a clear voice, a good tone, a friendly nature and in a timely manner. With greetings before and after the transaction there will be a strong bond between consumers and financial institutions Shari'ah. With the strong ties the sustainability of consumers in the shari'ah financial institutions will be maintained.

Keywords: Customer Satisfaction, regards, Syari'ah Financial Institutions

Abstrak

Kepuasan konsumen merupakan tujuan dari pelayanan yang dilakukan oleh lembaga keuangan syari'ah. Banyak hal dilakukan dalam rangka meraih kepuasan konsumen. Salah satunya dengan salam. Salam merupakan suatu bentuk komunikasi antara seseorang atau kelompok dengan yang lainnya sesuai dengan kaidah yang berlaku. Di dalam mengucapkan salam hendaknya dengan suara jelas, nada yang baik, sifat yang ramah dan dalam waktu yang tepat. Dengan mengucapkan salam sebelum dan sesudah transaksi maka akan terjadi ikatan yang kuat antara konsumen dengan lembaga keuangan syari'ah. Dengan adanya ikatan yang kuat maka keberlangsungan konsumen di lembaga keuangan syari'ah tersebut akan dapat dipertahankan.

Kata kunci: Kepuasan Konsumen, Salam, Lembaga Keuangan Syari'ah

A. Pendahuluan

Banyaknya bank dan lembaga keuangan syari'ah baru, akan menjadikan persaingan ketat. Bagi seorang konsumen atau nasabah hal tersebut akan membuat mereka lebih selektif didalam memilih lembaga keuangan syari'ah yang semakin banyak. Lembaga keuangan syari'ah pada awal berdirinya mempunyai tujuan untuk bisa bermuamalat dalam bidang ekonomi yang sesuai dengan syari'ah Islam. Akan tetapi seiring dengan perkembangan zaman,

kualitas pelayanan merupakan kunci untuk meningkatkan jumlah nasabah. Meskipun pada mulanya lembaga keuangan ingin mewedahi dan menampung masyarakat yang tidak setuju dengan sistem bunga bank konvensional.

Islam mengajarkan kita agar selalu berbuat baik dan mendoakan kepada sesama muslim dalam kehidupann sehari-hari, salah satunya dengan pengucapan salam. Nilai-nilai Islam tersebut coba diterapkan dalam pelayanan terhadap konsumennya, diantaranya dengan pengucapan salam. Karena menebarkan salam antar kaum muslimin merupakan jalan masuk ke surga.¹

Diriwayatkan oleh Bukhari dalam Adabul Mufrod, Rasulullah SAW bersabda,²

الْمَاشِيَانِ إِذَا اجْتَمَعَا فَأَيُّهُمَا بَدَأَ بِالسَّلَامِ فَهُوَ أَفْضَلُ

Artinya: “Dua orang yang berjalan, jika keduanya bertemu, maka yang lebih dulu memulai mengucapkan salam itulah yang lebih utama.”

Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai, dan etika atau tata krama.

Sesuai yang di terangkan dalam Q.S. Al-hijr ayat : 88³

لَا تَمُدَّنَّ عَيْنَيْكَ إِلَىٰ مَا مَتَّعْنَا بِهِ أَزْوَاجًا مِّنْهُمْ وَلَا تَحْزَنْ عَلَيْهِمْ وَأخْفِضْ جَنَاحَكَ

لِلْمُؤْمِنِينَ

Artinya: *janganlah sekali-kali kamu menunjukkan pandanganmu kepada enikmatan hidup yang telah Kami berikan kepada beberapa golongan di antara mereka (orang-orang kafir itu), dan janganlah kamu bersedih hati terhadap mereka dan berendah dirilah kamu terhadap orang-orang yang beriman.*

¹ Muhammad bin Ibrahim An-Na'im, *dimana derajat kita di surga*, Jakarta: Media Aksara: 2006, halaman, 102.

² Rofiq Ahmad, *Fiqh Kontekstual*, Semarang: Pustaka Pelajar, 2004, halaman, 72.

³ Al-Qur'an Terjemah, Syaamil Al-Quran, Jakarta, 2011.

B. Pembahasan

1. Pengucapan Salam

Pengucapan salam adalah suatu bentuk komunikasi antara seseorang atau kelompok dengan yang lainnya sesuai dengan kaidah yang berlaku. Menebarkan salam merupakan cara yang paling baik untuk menguatkan persaudaraan dan persatuan antara kaum muslimin. Dengan salam pada hakekatnya saling mendoakan kebaikan sesamanya baik bagi si pemberi salam atau penerima salam. Keduanya saling mendoakan satu sama lain sehingga tercipta komunikasi yang baik. Dalam berkomunikasi harus memiliki dan menjunjung tinggi nilai-nilai etika yang ada.⁴ Komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam aktivitas bisnis, terutama berkenaan dengan pelanggan.⁵

Dalam berkomunikasi perlu memperhatikan prinsip dasar, karena berkomunikasi sesungguhnya adalah bagaimana komunikasi mampu meraih perhatian, cinta kasih, minat kepedulian dan respons positif. Beberapa prinsip dasar tersebut sering disingkat *REACH (Respect, Emphaty, Audible, Clarity, Humble)*.⁶

a. *Respect* (Menghargai).

Pada prinsipnya manusia ingin dihargai satu sama lain, jika kita membangun komunikasi dengan rasa saling menghargai satu sama lain maka akan tercipta suatu hubungan yang saling menguntungkan. Hal ini adalah pokok dalam menjalankan sebuah usaha atau bisnis apapun.

b. *Emphaty* (Empati).

Empati sering diartikan peduli atau kemampuan menempatkan diri pada situasi yang dihadapi oleh orang lain. Dengan empati kita dapat membangun keterbukaan dan kepercayaan dalam kerja sama dengan orang lain.

⁴ Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 2015, hlm. 2.

⁵ Rismi somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi*, Bandung:Alfabeta, 2015, hlm. 114.

⁶*Ibid.*, hlm. 131.

c. *Audible* (Memahami).

Dalam komunikasi personal hal ini berarti bahwa pesan yang disampaikan dengan cara atau sikap yang dapat diterima oleh penerima pesan. Hal ini mengacu pada kemampuan untuk menggunakan berbagai media untuk memperlancar komunikasi.

d. *Clarity* (Jelas).

Kejelasan daripada isi komunikasi itu harus, supaya tidak menimbulkan salah arti sehingga memiliki penafsiran yang berlainan. Karena perbedaan penafsiran dalam suatu hal akan menimbulkan efek yang tidak sederhana bahkan bisa fatal.

e. *Humble* (Rendah Hati).

Sikap rendah hati merupakan unsur yang penting, karena dengan rendah hati kita akan bisa lebih menghargai orang lain. Apabila kita bisa menghargai orang lain, maka orang lain pun akan menghargai kita.

Dalam berkomunikasi yang baik bukan tanpa hambatan, akan ada banyak hambatan yang dihadapi, beberapa diantaranya adalah:

- a. Perbedaan persepsi.
- b. Kesalahan penyerapan informasi.
- c. Perbedaan bahasa.
- d. Kurang perhatian.
- e. Perbedaan kondisi emosional dan:
- f. Perbedaan latar belakang pendidikan.

Hambatan-hambatan tersebut jika tidak diatasi maka bukan tidak mungkin akan menimbulkan masalah-masalah dalam berkomunikasi, yang menyebabkan komunikasi tidak efektif.⁷ Hal tersebut biasanya disebabkan oleh beberapa hal yaitu:

- a. Masalah dalam Mengembangkan Pesan.
- b. Masalah dalam menyampaikan pesan.
- c. Masalah dalam Menerima Pesan.
- d. Masalah dalam Menafsirkan Pesan.

⁷Rismi somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi*, hlm. 135.

Salam merupakan hal yang penting dalam kehidupan. Secara bahasa salam berarti selamat, hal itu berarti pula ketika kita mengucapkan salam berarti kita mendoakan selamat kepada sesama, tentunya itu merupakan salah satu nilai ibadah karena dalam syari'ah kerja merupakan suatu ibadah. Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa salam selain sebagai bentuk komunikasi juga merupakan doa yang diucapkan untuk sesamanya. Dalam berdoa terdapat adab-adab atau hal-hal yang harus diperhatikan diantaranya adalah:⁸

- a. Diucapkan dengan bahasa yang dimengerti.
- b. Diucapkan dengan lemah lembut tetapi Jelas.
- c. Dipanjatkan dalam waktu yang tepat.
- d. Memakai pakaian yang suci.

Salam tidak hanya diberikan kepada mereka yang telah dewasa, tetapi juga diberikan kepada mereka yang usianya masih kecil atau anak-anak seperti dalam sebuah hadis yang diriwayatkan oleh Al Bukhary yang artinya:⁹

"Bahwasanya Anas ibnu Malik melalui seorang anak kecil lalu memberi salam kepada mereka. Dan beliau berkata, Nabi SAW selalu berbuat seperti Itu".

Hadis ini memberi pengertian bahwa terhadap anak kecil saja memberi salam adalah suatu sunah apalagi terhadap orang yang telah dewasa. Hal ini juga mengajarkan kepada anak-anak kecil untuk membiasakan mereka menjawab salam dan menghidupkan *sunah* ini dalam kalangan mereka sejak kecil. Tetapi ketika mereka tidak menjawabnya, maka mereka tidaklah berdosa. Karena mereka belum termasuk ke dalam golongan *ahlul taklif* (sudah tunduk kepada ketentuan hukum). Mengingat hadis ini, maka banyak para ulama yang menyunatkan memberi salam kepada anak-anak.

Menurut An nawawy, bahwa apabila kita memberi salam kepada sesuatu jamaah yang diantaranya ada anak kecil, lalu anak kecil itu menjawab salam maka jamaah itu tidak terlepas dari tugas menjawab salam. Islam sendiri memosisikan

⁸ Muhammad Ismail yusanto dan Muhammad karebet Wijaya Kusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani, 2002, hlm. 168.

⁹ Tengku Muhammad hasbi Ash Shiddieqy, *Mutiara Hadits*, Jakarta: Pustaka rizki Putra, 2003, hlm. 361.

pemberian salam sebagai hal yang sunnah, sedangkan menjawab salam itu adalah wajib. Diriwayatkan oleh Muslim, Rasulullah SAW bersabda:¹⁰

"Kalian tidak masuk surga hingga kalian beriman dan kalian tidak beriman hingga saling mencintai. Maukah aku tunjukkan kepada kalian sesuatu yang jika kalian lakukan kalian akan saling mencintai? Sebarkanlah salam di antara kalian."

Hadis tersebut menunjukkan bahwa salam adalah merupakan suatu amalan yang memiliki keutamaan dan manfaat begitu besar. Sehingga Rasulullah SAW sangat menganjurkannya. Lafal salam sekurang-kurangnya adalah *assalamu'alaikum*. Tetapi kalau yang dihadapi adalah orang seorang maka sekurang-kurangnya adalah *Assalamu'alaika*.¹¹ Lafal tersebut berarti keselamatan bagimu, dari itu jelaslah bahwa salah satu hakikat pengucapan salam adalah mendoakan kepada sesama. Dalam memberi dan menjawab salam sekurang-kurangnya dapat didengar oleh orang yang bersangkutan. Bagi umat Muslim kerja selain sebagai usaha untuk mencari pendapatan, kerja adalah suatu ibadah. Sehingga dalam bekerja tidak lepas dari pada nilai-nilai Islami yang selalu melekat di dalam hati dan diamalkan dengan perbuatan.

Karyawan yang bekerja di lembaga keuangan syari'ah haruslah memperlihatkan nuansa syari'ah, hal ini sekaligus menjadi kontrol bagi yang bersangkutan dalam bergaul. Beberapa budaya syari'ah tersebut antara lain:¹²

- a) Tidak Meninggalkan Sholat.
- b) Berdoa sebelum dan sesudah bekerja.
- c) Budaya salam.
- d) Sikap ramah melayani.
- e) Berbusana Islami.
- f) Lingkungan yang bersih, sehat dan Islami.

Komitmen dari seluruh karyawan yang dimulai dari pemimpin puncak hingga karyawan lapisan terbawah merupakan persyaratan bagi terpeliharanya budaya perusahaan yang memperlihatkan nuansa syari'ah. Keberhasilan

¹⁰ Ibid., hlm. 363.

¹¹ Ibid., hlm. 350.

¹² Abu Fahmi dkk, *HRD Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015, hlm. 154.

komunikasi langsung antara perusahaan dengan pelanggan intinya ditentukan oleh 3 (Tiga) elemen, yaitu:¹³

a. Waktu

Dalam melakukan komunikasi langsung, waktu yang baik adalah salah satu faktor keberhasilan. Pemberi dan penerima pesan haruslah Brad di waktu yang tepat sehingga pesan dapat diterima dengan baik.

b. Suara.

Kejelasan dari suara dari pemberi dan penerima pesan sehingga tidak menimbulkan salah paham dengan maksud sebenarnya.

c. Bahasa Tubuh.

Gerak dan bahasa tubuh mencerminkan pribadi seseorang. Maka sikap tubuh juga harus mendukung, seperti kontak mata, gerakan tangan, penampilan yang rapih dan lain sebagainya.

2. Kepuasan Konsumen.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan harapan dengan kenyataannya¹⁴. Apabila harapannya sesuai dengan keadaan maka akan tercapai kepuasan dan apabila tidak sesuai maka kepuasan tidak tercapai. Oleh karena itu lembaga keuangan harus memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Karena kepuasan konsumen adalah tujuan daripada pelayanan yang dilakukan oleh lembaga keuangan tersebut. Banyak hal yang dilakukan dan mengeluarkan biaya yang tidak sedikit demi tercapainya kepuasan konsumen.

Beberapafaktor yang mempengaruhi kepuasankonsumen antara lain:¹⁵

a. Kinerja.

b. Interaksi Pegawai,

c. Reliabilitas.

d. Daya tahan.

¹³Rismi somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi*, hlm. 148.

¹⁴ Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service, 2012), hlm. 223.

¹⁵ Muhammad Riza Febrianto, *efek pelayanan senyum, salam, sapa petugas kasir terhadap kepuasan konsumen*, 2010, (Online), <http://download.portalgaruda.org/article.php?article = 299738>) diakses 05 Juni 2016.

- e. Ketepatan waktu.
- f. Kenyamanan dan estetika.
- g. Kesadaran akan merek.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen diatas yang sering disoroti adalah interaksi pegawai, karena interaksi pegawai menentukan langsung Citra dari lembaga keuangan tempat pegawai tersebut bekerja. Interaksi pegawai ini dapat berupa pelayanan yang baik seperti keramahan, sikap hormat dan empati yang ditunjukkan oleh masyarakat yang memberi jasa atau barang. Keramahan maupun sikap hormat sendiri dapat berupa memberikan salam kepada konsumen. Kepuasan konsumen dapat ditentukan oleh suasana hati konsumen tersebut ketika suasana hati bertindak sebagai informasi yang mempengaruhi penilaian. Suasana hati yang positif adalah yang paling mungkin untuk menyebabkan reaksi yang lebih positif. Beberapa formulasi dalam membangun Citra sehingga memuaskan pelanggan diantaranya:¹⁶

- a. Penampilan.

Tidak membohongi pelanggan baik menyangkut kuantitas maupun kualitas. Sesuai dengan Q.S Asy-Syura ayat 181-183 yaitu:

"sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi ini dengan membuat kerusakan."

- b. Pelayanan.

Pelayanan yang baik adalah kunci kesuksesan suatu usaha. Kita tidak boleh membeda-bedakan pelanggan yang satu dengan yang lainnya dalam melayani, sehingga mereka akan mendapat kepuasan.

- c. Persuasi.

Ajaklah pelanggan dengan ajakan yang baik tetapi hindarilah sumpah dan janji-janji palsu. Sebagai Muslim hendaknya kita selalu dalam kaidah-kaidah Islam dalam segala hal termasuk dalam menjalankan bisnis.

¹⁶ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Wijaya Kusuma, *menggagas Bisnis Islam*. Hlm 168.

d. Pemuasan.

Hanya dengan kesepakatan bersama sehingga terjadi suatu transaksi, sehingga tidak menimbulkan kecurigaan satu sama lainnya.

Khotler (1994) mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu¹⁷:

1) Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, dan lain-lain. Alur informasi ini memberikan banyak gagasan baik dan industri dapat bergerak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.

2) *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu juga *ghost shopper* mengamati dan melaporkan titik-titik kuat maupun titik-titik lemah yang dialami waktu membeli produk dari industri sendiri maupun industri saingannya. Dan melaporkan apakah wiraniaga tersebut menanganinya dengan baik atau tidak.

3) *Lost Customer Analysis*

Metode ini sedikit unik, perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

¹⁷M.N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, Jakarta: Balai Pustaka, 2010, hlm. 66.

4) *Survei Kepuasan Pelanggan*

Industri tidak dapat menggunakan tingkat keluhan sebagai ukuran kepuasan pelanggan. Industri yang responsive mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei berkala, yaitu dengan mengirimkan daftar pertanyaan atau telepon secara acak dari pelanggan untuk mengetahui perasaan mereka terhadap berbagai kinerja industri. Selain itu ditanyakan tentang kinerja industri saingannya.

Persepsi pelanggan mengenai mutu pelayanan akan menentukan puas tidaknya pelanggan tersebut. Hal tersebut dapat diukur dengan beberapa indikatornya yaitu:¹⁸

- a. Ketanggapan pelayanan.
- b. Kecepatan transaksi.
- c. Ketepatan pelayanan.
- d. Profesionalisme.
- e. Kepuasan menyeluruh.

3. *Kepuasan Konsumen dengan Salam.*

Perkembangan ekonomi Islam secara kuantitatif mulai mengalami peningkatan yang berarti, demikian juga yang dialami oleh lembaga keuangan syari'ah. Masyarakat akan mau menjadi konsumen pada suatu lembaga keuangan syari'ah tidak terlepas dari pelayanan yang baik sehingga mereka memperoleh kepuasan. Kepuasan didapat apabila harapan sesuai kenyataan atau lebih dari kenyataan.¹⁹ Kepuasan akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan konsumen. Sebuah lembaga keuangan syari'ah harus mempunyai dua kriteria pokok yaitu kredibilitas dan profesionalitas. Dua kriteria tersebut menjadi tolak ukur untuk dapat

¹⁸ J Supranto, *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan*, Jakarta: Rineka Cipta, cetakan ke 4, 2011, hlm. 110.

¹⁹ M Nuryanto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, Bandung: Alfabeta, 2010, halaman, 193.

memelihara kepercayaan konsumen atau masyarakat serta dapat beroperasi secara efisien. Dalam melakukan proses pelayanan, komunikasi menjadi kunci keberhasilan. Pengucapan salam adalah suatu bentuk komunikasi antara seseorang atau kelompok dengan yang lainya sesuai dengan kaidah yang berlaku. Pengucapan salam selain sebagai bentuk komunikasi juga merupakan doa yang diucapkan untuk sesamanya. Dengan salam akan lebih mempererat ikatan antara pihak lembaga keuangan syari'ah dengan konsumen.

Di dalam pengucapan salam perlu memperhatikan beberapa hal yaitu:

- a) Sebelum transaksi karyawan mengucapkan salam terlebih dahulu kepada konsumen.
- b) Salam diucapkan dengan suara yang jelas dan dapat didengar oleh konsumen.
- c) Salam diucapkan dengan nada yang baik,
- d) Salam diucapkan dengan raut muka yang baik disertai senyum.
- e) Sikap badan menyesuaikan.

C. Kesimpulan

Salam adalah suatu bentuk komunikasi antara seseorang atau kelompok dengan yang lainya sesuai dengan kaidah yang berlaku. Menebarkan salam merupakan cara yang paling baik untuk menguatkan persaudaraan dan persatuan antara kaum muslimin. Dengan salam pada hakekatnya saling mendoakan kebaikan sesamanya baik bagi si pemberi salam atau penerima salam. Keduanya saling mendoakan satu sama lainya sehingga tercipta komunikasi yang baik. Dengan pengucapan salam maka akan meningkatkan hubungan yang baik antara pihak lembaga keuangan syari'ah dengan konsumennya. Dengan hubungan yang baik maka anggota akan merasa dilayani dan menjadi bagian dari lembaga keuangan tersebut sehingga konsumen akan merasa puas. Salam diucapkan dengan suara yang jelas, nada yang baik, sifat yang ramah dan waktu yang tepat.

AmaNU: Jurnal Manajemen dan Ekonomi
Masruri
Meraih Kepuasan Konsumen
Edisi: vol. 3 no. 1 (2020)
e-issn, 2620-6099, p-issn, 2620-7680

Daftar Pustaka

- Abu Fahmi dkk, 2015.*HRD Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Al-Qur'an Terjemah, 2011. Syaamil Al-Quran, Jakarta.
- Danang Sunyoto. 2012.*Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: *Center of Academic Publishing Service*).
- Ikatan Bankir Indonesia, 2015.*Strategi Bisnis Bank Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- J Supranto, 2011.*Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan*, Jakarta: Rineka Cipta, cetakan ke 4.
- M Nuryanto Al Arif,2010. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, Bandung: Alfabeta.
- M.N. Nasution. 2010., *Manajemen Mutu Terpadu*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Muhammad bin Ibrahim An-Na'im,2006. *dimana derajat kita di surga*, Jakarta: Media Aksara:
- Muhammad Ismail yusanto dan Muhammad karebet Wijaya Kusuma,2002. *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani.
- Rismi somad dan Donni Juni Priansa, 2015.*Manajemen Komunikasi*, Bandung: Alfabeta.
- Rofiq Ahmad, 2004.*Fiqh Kontekstual*, Semarang: Pustaka Pelajar.
- Tengku Muhammad hasbi Ash Shiddieqy, 2003.*Mutiara Hadits*, Jakarta: Pustaka rizki Putra.