



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT PRIMA AUTOWORLD DI BINTARO TANGERANG SELATAN

^{1*}Haerunnisa, ²Galuh Artika, ³Lidya Laras Murdiantoro Pratama, ⁴Yuliana, ⁵Sarwani

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*nisasimamora97@gmail.com](mailto:nisasimamora97@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada PT Prima Autoworld di Bintaro Tangerang Selatan. Metode yang digunakan adalah explanatory research dengan teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 38,0%, uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($7,584 > 1,984$). Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 41,3%, uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($8,136 > 1,984$). Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 11,106 + 0,331X_1 + 0,400X_2$ dan kontribusi pengaruh sebesar 49,4%, uji hipotesis diperoleh F hitung $>$ F tabel atau ($45,341 > 2,700$).

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction at PT Prima Autoworld in Bintaro, South Tangerang. The method used is explanatory research with analytical techniques using statistical analysis with regression, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study that service quality has a significant effect on consumer satisfaction by 38.0%, hypothesis testing is obtained t count $>$ t table or ($7.584 > 1.984$). Price has a significant effect on customer satisfaction by 41.3%, hypothesis testing is obtained t count $>$ t table or ($8.136 > 1.984$). Service quality and price simultaneously have a significant effect on customer satisfaction with the regression equation $Y = 11.106 + 0.331X_1 + 0.400X_2$ and the contribution of the influence is 49.4%, hypothesis testing is obtained F count $>$ F table or ($45.341 > 2,700$).

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Secara umum konsumen akan lebih memilih perawatan kendaraan yang nyaman dan terjamin kualitasnya, karena itu peluang dan persaingan bisnis perawatan semakin banyak, dari merek dan tipe kendaraan, bengkel resmi dan bengkel umum, persaingan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Salah satu strategi perusahaan untuk lebih bersaing adalah dengan melakukan strategi pelayanan prima, sehingga tercipta konsumen yang setia, customer for life.

Dalam kegiatan bisnis authorized dealer terdapat pihak pengguna jasa dan pihak authorized dealer sendiri. Pihak

pengguna jasa antara lain perusahaan, dan perorangan. Pihak authorized dealer yaitu pihak yang menyediakan jasa penjualan unit baru, perawatan berkala, perbaikan dan penyediaan suku cadangnya.

Dengan pesatnya dunia otomotif baru-baru ini, telah menjadi tantangan tersendiri untuk para perusahaan authorized dealer, terutama jika dikaitkan dengan kinerja mereka agar bisa tampil menonjol dibandingkan kompetitornya. Tak bisa sembarang lagi tampil untuk menarik calon pembeli atau customer. Seorang marketing dapat dengan cepat menarik perhatian calon pembeli atau penyewa dengan cara mengidentifikasi kesalahan-kesalahan dalam

proses pelayanan dan kegiatan pendukungnya. Mereka harus lebih mengenali dan mengetahui besarnya harapan konsumen dan diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Perkembangan bisnis di pasar global semakin meningkat, membuat persaingan diantara para pelaku usaha juga semakin ketat. Di satu sisi, dengan pasar global memperluas pasar produk, di sisi lain keadaan tersebut menimbulkan persaingan yang semakin tajam, dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih membuahakan kesadaran bagi produsen untuk dapat memanfaatkan peluang bisnis yang potensial bagi perusahaan. Salah satu strategi yang tepat untuk bertahan dari persaingan tinggi adalah dengan mempertahankan kepuasan konsumennya.

Kualitas pelayanan jasa merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh konsumen. Konsumen akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Konsumen akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik konsumen dan memberikan layanan yang lebih baik.

Tingginya tingkat persaingan direfleksikan dengan semakin sensitifnya tuntutan konsumen terhadap faktor yang dapat memberikan kepuasan ataupun mengurangi resiko kegagalan dalam bisnis. Selama ini evaluasi kinerja yang dimiliki perusahaan untuk membangun kepuasan konsumen dirasakan masih sangat kurang. Hal itu yang akhirnya juga akan memiliki akibat konsumen tidak puas.

Pada kenyataan saat ini masih ada pelayanan yang diterima oleh konsumen dianggap belum baik, kondisi ini tentu harus mendapatkan perhatian dari perusahaan. Menurut Lupiyohadi (2018) menegaskan bahwa "Kualitas pelayanan karyawan terhadap konsumen berpengaruh secara asimetris terhadap kepuasan konsumen, yaitu pelayanan yang buruk berakibat lebih besar terhadap kepuasan konsumen daripada pelayanan yang dikategorikan baik, implementasi strategi dengan kategori terbaik akan meningkatkan kepuasan dan

kesetiaan konsumen". PT. Prima Autoworld Depok dalam upaya meningkatkan pelayanan, perusahaan menciptakan standar pelayanan dengan memberikan pelayanan yang terbaik, proaktif, dan optimal sehingga menimbulkan kesan excellence. Kondisi riil atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan saat ini dari hasil pra-riset yang penulis lakukan telah di temukan beberapa masalah seperti yang tampilkan pada tabel di atas, memperlihatkan bahwa masih banyaknya konsumen yang tidak mendapatkan penanganan yang tepat. Hal tersebut dapat mengakibatkan menurunnya kepuasan dari konsumen, dan itu artinya mengurangi profit yang ingin dicapai oleh perusahaan.

Usaha untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mempunyai strategi pemasaran untuk produknya, salah satunya adalah dengan penentuan harga (price) yang mampu bersaing dengan kompetitor juga memperhatikan biaya promosi agar sesuai dengan segmentasi pasar perusahaan. Harga menurut Tjiptono (2017) merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atas penggunaan suatu barang dan jasa. Sudut pandang konsumen mengatakan harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Nilai dapat didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan dengan harga.

Banyaknya variabel yang memegang peranan yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran jasa dan produk perusahaan seperti yang dipaparkan dalam pada latar belakang dan permasalahan yang timbul serta pendapat ahli tersebut, maka penulis tertarik melakukan kegiatan penelitian dengan judul: "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di PT. Prima Autoworld di Bintaro Tangerang Selatan".

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2017) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Definisi lain kualitas pelayanan menurut Wyckof dalam Lovelock yang dikutip oleh Tjiptono (2017:270) merupakan tingkat keunggulan (excellence) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2017:216) bahwa “kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

2. Harga

Harga merupakan satu-satunya dari unsur bauran pemasaran yang bisa mendatangkan pendapatan bagi perusahaan. Harga sifatnya fleksibel dimana setiap saat dapat berubah dengan sendirinya. Harga merupakan label yang ada dalam sebuah produk yang harus dibayar agar bisa mendapatkan produk / jasa. Harga merupakan faktor yang berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian. Pelanggan sering melakukan perbandingan harga produk sebelum melakukan pembelian. Harga merupakan pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum yang berlaku untuk produk tertentu, relatif terhadap harga para pesaing, Tjiptono (2016).

3. Kepuasan Konsumen

Pentingnya kepuasan pelanggan berkaitan dengan persaingan yang makin ketat, serta tingkat kerugian dan

keuntungan perusahaan. Khusus alasan yang terakhir, keuntungan, memang tidak selalu ditentukan oleh faktor kepuasan pelanggan, tetapi juga oleh kepercayaan dan kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk dan perusahaan. Beberapa faktor itu jelas saling mempengaruhi karena di tengah ketatnya persaingan, kesetiaan pelanggan menjadi hal yang sangat sulit dipertahankan. Menurut Yazid (2016) mengemukakan bahwa “Kepuasan pelanggan adalah ketiadaan perbedaan antara harapan yang dimiliki dan unjuk kerja yang senyatanya diterima. Apabila harapan tinggi, sementara unjukkerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai (sangat mungkin pelanggan akan merasa kecewa. Sebaliknya, apabila unjukkerja melebihi dari yang diharapkan, kepuasan meningkat”.

METODE

Dalam menganalisis data digunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 96 responden PT Prima Autoworld di Bintaro Tangerang Selatan. Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat baik parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 96 responden PT Prima Autoworld di Bintaro Tangerang Selatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum, mean score dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Descriptive Statistics

	No	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan (X1)	96	32	48	38.35	3.756
Harga (X2)	96	30	45	38.39	3.692
Kepuasan Konsumen (Y)	96	32	46	39.16	3.474
Valid N (listwise)	96				



Kualitas pelayanan diperoleh varians minimum sebesar 32 dan varians maximum 48 dengan mean score sebesar 38,35 dengan standar deviasi 3,756.

Harga diperoleh varians minimum sebesar 30 dan varians maximum 45 dengan mean score sebesar 38,39 dengan standar deviasi 3,692.

Kepuasan konsumen diperoleh varians minimum sebesar 32 dan varians maximum 46 dengan mean score sebesar 39,16 dengan standar deviasi 3,474.

b. Analisis Verifikatif

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11.106	2.958		3.755	.000
	Kualitas pelayanan (X1)	.331	.086	.357	3.845	.000
	Harga (X2)	.400	.087	.425	4.578	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 11,106 + 0,331X1 + 0,400X2$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 11,106 diartikan jika kualitas pelayanan dan harga tidak ada, maka telah terdapat nilai kepuasan konsumen sebesar 11,106 point.
- 2) Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,331, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan kualitas pelayanan sebesar 0,331 maka kepuasan konsumen juga

akan mengalami peningkatan sebesar 0,331 point.

- 3) Koefisien regresi harga sebesar 0,400, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan harga sebesar 0,400 maka kepuasan konsumen juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,400 point.

2. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.

		Correlations ^b	
		Kualitas Pelayanan (X1)	Kepuasan Konsumen (Y)
Kualitas Pelayanan (X1)	Pearson Correlation	1	.616**
	Sig. (2-tailed)		0
Kepuasan Konsumen (Y)	Pearson Correlation	.616**	1
	Sig. (2-tailed)	0	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=96

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,616 artinya kualitas pelayanan memiliki

hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.

		Harga (X2)	Kepuasan Konsumen (Y)
Harga (X2)	Pearson Correlation	1	.643**
	Sig. (2-tailed)		0
Kepuasan Konsumen (Y)	Pearson Correlation	.643**	1
	Sig. (2-tailed)	0	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=96

Berdasarkan hasil pengujian artinya harga memiliki hubungan yang diperoleh nilai korelasi sebesar 0,643 kuat terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 5. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan Terhadap Kepuasan Konsumen.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.703 ^a	0.494	0.483	2.499

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,703 artinya kualitas pelayanan dan harga secara simultan memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen.

3. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.616 ^a	0.38	0.373	2.751

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,380 artinya kualitas pelayanan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 38,0% terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 7. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.643 ^a	0.413	0.407	2.675

a. Predictors: (Constant), Harga (X2)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,413 artinya harga memiliki kontribusi pengaruh sebesar 41,3% terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 8. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.703 ^a	0.494	0.483	2.499

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,494 artinya kualitas pelayanan dan harga secara simultan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 49,4% terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya sebesar 50,6% dipengaruhi faktor lain.

4. Uji Hipotesis
Uji hipotesis Parsial (Uji t)

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.

Model	Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	17.3	2.896		5.97	0
Kualitas Pelayanan (X1)	0.57	0.075	0.616	7.58	0

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (7,584 > 1,984), dengan demikian hipotesis pertama

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.

Model	Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	15.94	2.867		5.56	0
Harga (X2)	0.605	0.074	0.643	8.14	0

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,136 > 1,984), dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen diterima.

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	566.094	2	283.047	45.34	.000 ^b
Residual	580.563	93	6.243		
Total	1146.656	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (45,341 > 2,700),

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis parsial mana yang diterima.

Hipotesis pertama: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Hipotesis kedua: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diterima.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan uji F digunakan untuk mengetahui hipotesis simultan yang mana yang diterima.

Hipotesis ketiga Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas

pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen diterima.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel *Capital Adequacy Ratio* (CAR) secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Return On Assets* (ROA). Hal ini berdasarkan hasil pengujian T_{hitung} lebih kecil dari $T_{tabel} \mid -0.902628 \mid < 1.70329$ dan berdasarkan nilai *probability* sebesar 0.3753 yang nilainya lebih dari 0.05 sehingga H_{a1} ditolak.
- b. Variabel Beban Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO) secara parsial berpengaruh negative signifikan terhadap *Return On Assets* (ROA). Hal ini berdasarkan hasil pengujian T_{hitung} lebih besar dari $T_{tabel} \mid -14.49545 \mid > 1.70329$ dan berdasarkan nilai *probability* sebesar 0.0000 yang nilainya kurang dari 0.05 sehingga H_{a2} diterima.
- c. Secara bersama-sama variabel *Capital Adequacy Ratio* (CAR) dan Beban Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO) dapat mempengaruhi variabel terikat dependen *Return On Assets* (ROA) sebesar 94.50%. Sedangkan sisanya sebesar 5.50% dipengaruhi variabel lain di luar penelitian. Hal ini berdasarkan nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0.945045. Maka dapat disimpulkan variabel independent CAR dan BOPO berpengaruh kuat terhadap variabel dependen ROA. Sehingga H_{a3} diterima.

Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan dan kesimpulan, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik bagi peneliti selanjutnya yaitu :

- a. Bagi Pimpinan sektor perbankan BUMN, perbankan konvensional, dan Lembaga Keuangan Lainnya.

Diharapkan untuk memperhatikan segala faktor yang mampu mengoptimalkan nilai-nilai perusahaan

baik dari mulai *Capital, Assets, Management, Earnings*, sampai dengan *Liquidity*. Sebab kelimitya merupakan dasar untuk perusahaan dalam menjalankan operasionalnya. Faktor-faktor tersebut harus berjalan secara bersama-sama sehingga terciptanya tujuan bersama yaitu Profitabilitas yang maksimal.

- b. Bagi Investor dan Calon Investor.

Diharapkan investor melakukan analisis terlebih dahulu sebelum melakukan penanaman modal. Analisis yang dilakukan diharapkan memperhatikan segala aspek penting dalam perusahaan yang dituju tidak hanya melihat berapa besar keuntungan yang akan di terima, tetapi melihat progress kedepan perusahaan yang dituju seperti apa.

- c. Bagi peneliti selanjutnya.

Penelitian ini terbatas pada beberapa variabel rasio keuangan tertentu sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lainnya terkait dengan kinerja perusahaan, serta populasi yang digunakan dapat diperluas ke beberapa sektor lainnya agar dapat menghasilkan informasi yang lebih akurat. Penelitian ini terbatas pada periode tertentu sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat menambah periode penelitian.

Menggunakan objek lokasi penelitian yang berbeda, tidak hanya dunia perbankan di Indonesia saja, tetapi bisa menggunakan perbankan di negara lain, sehingga memperkaya hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriasari, W. S., & Munawaroh, S. U. (2020). Analisis Rasio CAMEL (Capital, Asset, Management, Earnings, Equity dan Liquidity) pada Tingkat Kesehatan Bank (Studi Kasus BRI Syariah Periode 2018-2019). *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 237. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.8795>

- Dalimunthe, I. P. (2016). Analisis Pengaruh Loan to Deposit Ratio (LDR), Net Interest Margin (NIM), Beban Operasional Pendapatan Operasional (BOPO), dan Capital Adequacy Ratio (CAR) terhadap Return On Asset (ROA) pada Bank Umum yang terdaftar pada BEI (Studi kasus PT. Bank MNC, PT. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 4(1).
- Diffia, H. A., & Santoso, A. L. (2015). Analisis Kinerja Keuangan Bank Bumh Periode 2012-2014. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 5(1).
- Erlangga, H., Nurjaya, N., Sunarsi, D., Mas'adi, M., & Jasmani, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di PT Panca Sakti Perkasa Di Bintaro. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(4), 464-472.
- Faisal. (2016). *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, Vol. 8, No.2, Desember 2020. 8(2), 112-128.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Mutaufiq, A., & Suherman, S. (2021). Pengaruh Perencanaan Produksi Dan Pengendalian Produksi Terhadap Kualitas Produk. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 45-57.
- Nurjaya, N., Erlangga, H., Iskandar, A. S., Sunarsi, D., & Haryadi, R. N. (2022). Pengaruh Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pigeonhole Coffee di Bintaro Tangerang Selatan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(2), 147-153.
- Soharinal, P. N., Mus, A. R., & Andriani, B. (2020). Pengaruh Net Interest Margin , Loan to Deposit Ratio dan Non Performing Loan Terhadap ROA. *Center of Economic Student Journal*, 3(3), 312-319.
- Subuh, L., Zuhroh, I., & Abdullah, M. F. (2016). Komparasi Kinerja Keuangan Bank Nasional Dan Bank Asing Tahun 2010-2014. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 14(2), 204. <https://doi.org/10.22219/jep.v14i2.3892>.