



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 5 Tahun 2023 Page 6341-6350

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Strategi Pelayanan Customer Service dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua

Risma Haryani Siregar<sup>1✉</sup>, Khairina Tambunan<sup>2</sup>

Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: [rismaharyani02@gmail.com](mailto:rismaharyani02@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Customer Service merupakan suatu bagian dari unit organisasi atau bank yang mampu menangani kebutuhan nasabahnya, adapun tugas customer service ialah memberikan pelayanan dan membangun hubungan yang baik dengan nasabah. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pelayanan Customer Service dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, serta Faktor-Faktor yang mempengaruhi Customer Service dalam meningkatkan Pelayanan pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua. Dalam penulisan ini penulis menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini, strategi yang digunakan ialah customer service bersikap ramah kepada nasabah, komunikatif dan name tag yang selalu diperlihatkan. Faktor yang mempengaruhi Customer service dalam meningkatkan pelayanan ialah faktor Sumber Daya Manusia, serta faktor kualitas produk.

Kata Kunci: *Strategi, Pelayanan, Costumer Service.*

### Abstract

Customer Service is a part of an organizational unit or bank that is able to handle the needs of its customers. The task of customer service is to provide service and build good relationships with customers. The aim of this research is to determine Customer Service service strategies in increasing the number of customers at Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, as well as the factors that influence Customer Service in improving services at Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua. In this writing the author uses interview, observation and documentation methods. The results of this research show that the strategy used is customer service being friendly to customers, being communicative and always showing name tags. Factors that influence customer service in improving service are human resource factors and product quality factors

Keyword: *Strategy, Service, Customer Service*

## PENDAHULUAN

Bank syariah merupakan lembaga keuangan terpenting dan utama dalam keuangan industry syariah. Lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya. Jadi, perbankan merupakan satu lembaga yang melaksanakan tiga kegiatan utama, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa lainnya. Bank Syariah adalah lembaga keuangan perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-qur'an dan hadis nabi Muhammad SAW. Dengan kata lain, Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip Syariah.

Dalam menjalankan lembaga bisnis yang penuh dengan perubahan ini, kita sangat memerlukan adanya strategi untuk mencapai tujuan. Strategi sangat diperlukan untuk mengelola berbagai usaha. Sebagaimana diketahui bahwa keadaan dunia usaha dipenuhi dengan adanya perubahan dari waktu ke waktu dalam dunia usaha. Pelayanan merupakan strategi yang bagus, karena dapat menciptakan lembaga yang dapat memberikan pelayanan yang sangat memuaskan kepada nasabahnya. Pada saat bersamaan juga dapat bersaing secara efisien dalam konteks lokal maupun regional bahkan juga dalam konteks global. Dalam kata lain dunia usaha kini dituntut untuk mengembangkan strategi yang tepat guna mencapai tujuan dan menjaga posisi dari pesaingnya.

Bank sebagai lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang layanan jasa, harus dapat memberikan pelayanan yang memuaskan agar dapat memenangkan persaingan dalam keadaan yang semakin ketat. Untuk mendukung pencapaian tujuan tersebut, maka lembaga perbankan harus mendapatkan karyawan yang berkualitas, dapat dipercaya, patuh akan operasional bank terhadap prinsip syariah, serta mampu menangani berbagai kebutuhan nasabahnya, dalam hal ini customer service lah yang menjadi kunci sukses perbankan dalam hal pelayanan. Strategi pelayanan suatu kegiatan proses pengaturan dalam menerapkan sebuah strategi perusahaan sehingga keluhan dapat teratasi serta dapat memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh perusahaan. Dalam hal ini bank harus terus meningkatkan kepatuhan operasional bank terhadap prinsip syariah. Maka customer service harus mampu memperhatikan pelayanan yang diberikan sesuai dengan operasional bank.

## KAJIAN TEORI

### Pengertian Strategi

Strategi ialah rencana yang penting dan besar. Strategi juga merupakan arahan untuk mencapai tujuan organisasi, meningkatkan nilai pelanggan dan menciptakan keunggulan kompetitif dan dapat dicapai melalui pemilihan berbagai strategi yang tepat. Lebih tepatnya strategi adalah taktik permainan sebuah perusahaan, setiap perusahaan pasti memiliki rencana strategi dihasilkan dari pilihan manajerial yang sulit atas banyak alternatif yang baik, hal ini menandakan komitmen pada pasar, kebijakan, prosedur dan operasi tertentu di atas arah tindakan yang lain. (David, 2009).

Secara etimologi strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu "strategos" yang berarti jenderal. Pada awalnya kata "Strategi digunakan untuk kepentingan militer saja tetapi kemudian berkembang ke berbagai bidang yang berbeda seperti strategi ekonomi, pemasaran, manajemen strategic dan lain sebagainya.

Sejalan dengan uraian di atas, dari sudut etimologis berarti penggunaan kata "strategi" dalam manajemen sebuah organisasi, dapat diartikan sebagai kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen, yang terarah pada tujuan strategi organisasi.

Dalam kamus manajemen istilah strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus dan saling hubungan dalam waktu dan ukuran. Dalam sebuah perusahaan, strategi merupakan salah satu faktor terpenting agar perusahaan dapat berjalan dengan baik.

Selain definisi strategi yang sifatnya umum, ada juga yang lebih khusus, misalnya dua pakar strategi yaitu Hamel dan Prahalad. Mereka berdua mendefinisikan strategi yang terjemahannya sebagai berikut: "Strategi merupakan tindakan yang bersifat terus menerus (meningkat) dan terus-menerus serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Jadi, strategi kali dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi."

Pengertian strategi ada beberapa macam sebagaimana dikemukakan oleh para ahli dalam bukunya karya mereka masing-masing. Untuk mengetahui lebih jelas mengenai pengertian strategi, penulis mengedepankan pengertian strategi yang dikemukakan oleh beberapa pakar diantaranya:

1. Menurut prof. dr. A.M Kadarman, strategi merupakan penentuan tujuan utama yang berjangka panjang dan sasaran dari suatu perusahaan atau organisasi, serta pemilihan cara-cara bertindak dan mengalokasikan sumber daya yang diperlukan untuk mewujudkan tujuan tersebut.

2. Menurut Chander, strategi adalah penentuan dasar goal jangka panjang dan tujuan perusahaan serta pemakaian cara-cara dan alokasi sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan.
3. Menurut George Steiner dan Jhon Minner, strategi merupakan penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi, dengan mengingat kekuatan external dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.
4. Menurut prof. dr. Onong Uchyana Efendi, MA, strategi merupakan perencanaan (planning) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan, akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberikan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Dari pengertian yang dikemukakan oleh beberapa pakar ilmu strategi diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi pada hakikatnya merupakan suatu perencanaan jangka panjang untuk mencapai suatu tujuan dari perusahaan atau organisasi.

#### Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan aktivitas yang memberikan jasa antara suatu pihak pada pihak lainnya, jadi pelayanan yang baik merupakan bentuk pelayanan yang dilaksanakan secara ramah tamah, adil, cepat dan etika baik hingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan untuk nasabah/customer yang menerima hal tersebut (Hasibuan, 2009). Menurut Kasmir "Pelayanan merupakan aktivitas atau perbuatan seseorang / organisasi dalam pemberian kepuasan pada pelanggan atau nasabah." (Kasmir, Etika Customer Service, 2008) Pelayanan memegang peran penting dalam menciptakan kepuasan konsumen/nasabah yang membuatnya akan selalu menginginkan untuk berhubungan dengan suatu bank. Ketika sebuah bank memberi pelayanan memuaskan bagi nasabah maka sangat mustahil jika nasabah tersebut akan beralih pada bank lain.

Berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang customer service:

- a. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih.
- b. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum.
- c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal.
- d. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
- e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.
- f. Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya.

- g. Jangan menyela atau memotong pembicaraan.
- h. Mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan.
- i. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, maka mintalah bantuan.
- j. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani.

Seorang customer service dan teller dalam melaksanakan tugasnya haruslah terlebih dahulu memahami pekerjaan yang diembannya terutama yang berkenaan dengan pelayanan nasabah

### Pengertian Costumer Service

Pengertian customer service adalah setiap kegiatan yang dimaksudkan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

Customer service secara umum merupakan setiap aktivitas yang diperuntukan dalam memberikan kepuasan pada nasabah lewat pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan dari nasabah (Kasmir, 2008). Pelayanan pelanggan atau customer service bisa diartikan sebagai kemudahan yang diberikan sehubungan dengan soal jual-beli baik jasa atau barang. Pelayanan pelanggan dapat pula diartikan bentuk aktivitas atau aktivitas seseorang atau organisasi untuk dalam memberikan kepuasan pada pelanggan atau nasabah.

Seorang Customer Service memegang peranan sangat penting disamping memberikan pelayanan juga sebagai pembina hubungan dengan masyarakat atau public relation. Customer Service bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah agar menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. Customer Service juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Oleh karena itu, tugas-tugas yang dilakukan oleh para customer service merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan.

Seorang customer service harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh tamu atau para nasabahnya. Tugas customer service tidaklah ringan karena melayani nasabah bukanlah pekerjaan mudah. Pekerjaan ini harus ditekuni dengan penuh kemampuan, kecekatan dan kesabaran. Oleh karena itu tidak sembarangan orang dapat menjadi customer service seperti yang diinginkan oleh sebuah Bank.

Tugas dan fungsi customer service harus dipahami sehingga seorang customer service bisa melaksanakan tugasnya secara prima. Tugas customer service yang sesuai dengan fungsinya adalah sebagai berikut :

1. Sebagai resepsionis merupakan seorang customer service yang memiliki fungsi sebagai penerima tamu yang datang ke Bank. Pada hal tersebut membuat customer service harus bertindak maka di dalamnya selalu memberi perhatian, berbicara dengan suara yang jelas dan lembut, serta menggunakan bahasa yang mudah dimengerti serta mengucapkan salam.
2. Sebagai deskman merupakan seorang customer service yang memiliki fungsi sebagai orang yang memberikan pelayanan berbagai macam aplikasi yang diajukan oleh nasabah atau calon nasabah. Tugas dari customer service berupa pemberian informasi terkait produk-produk Bank, memberikan penjelasan terkait manfaat, dan ciri-ciri dari produk perbankan, kemudian menjawab pertanyaan nasabah tentang produk Bank serta membantu mengisi formulir.
3. Sebagai salesman merupakan seorang customer service yang memiliki fungsi sebagai orang yang melakukan penjualan produk bank. Tugasnya berupa melakukan penjualan produk perbankan, mengadakan pendekatan dan mencari calon nasabah.
4. Sebagai customer relation officer merupakan seorang yang memiliki fungsi sebagai orang yang dapat memberikan hubungan baik dengan keseluruhan nasabah, termasuk membujuk atau merayu agar nasabah tetap bertahan dan tidak beralih dari bank yang berkaitan. Tugasnya adalah menjaga image perbankan dengan cara melakukan hubungan baik dengan keseluruhannasabah, sehingga nasabah merasakan senang, puas, dan akhirnya semakin percaya pada perbankan.
5. Sebagai komunikator, artinya berfungsi menjadi orang yang memberikan hubungan nasabah dan informasi terkait segala sesuatu yang berhubungan antara perbankan dengan nasabah. Tugasnya adalah memberi segala informasi dan kemudahan pada nasabah. Disamping itu juga sebagai tempat untuk menampung keluhan, konsultasi atau keberatan konsultasi. (Kasmir, Pemasaran Bank, 2012)

### Pengertian Bank

Pada zaman sekarang mungkin kita sudah tidak asing lagi mendengar kata bank, bahkan di daerah pedesaan juga sudah banyak sekali yang mengenal bank. Lembaga keuangan yang aktivitas utamanya adalah melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dan penyaluran kembali dana ke masyarakat serta memberi jasa perbankan lainnya. Ditinjau menurut asal mula terjadinya perbankan maka dapat diartikan sebagai meja batas tempat untuk melakukan penukaran uang. Kemudian pengertian bank menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang bank, yang merupakan badan usaha yang melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam wujud simpanan dan

memberikan penyaluran pada masyarakat dalam wujud kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka untuk melakukan peningkatan taraf hidup rakyat banyak.

Menurut uraian diatas dapat dijelaskan bahwa perbankan merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan (usaha perbankan yang selalu berkaitan masalah bidang keuangan). Jadi bisa disimpulkan bahwa usaha perbankan terdiri dari tiga kegiatan utama, yaitu:

- a. Penghimpunan dana,
- b. Penyaluran dana, dan
- c. Pemberian jasa bank lainnya.

Kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana sebagai aktivitas pokok bank, sedangkan aktivitas pemberian jasan perbankan lainnya hanyalah sebagai pendukung dari kedua aktivitas di atas. ( Intannia, 2019)

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis memperoleh bahan-bahan dari penelitian secara langsung maupun tidak langsung melalui studi pustaka. Penelitiann ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, Bog Dan dan Taylor dalam Meleong (2009:4) "mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang perilakunya diamati dari fenomena yang terjadi". Meleong (2009:11) mengemukakan bahwa "penelitian deskriptif menekankan pada data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka yang disebabkan oleh penerapan metode kualitatif". semua yang dikumpulkan kemungkinan akan menjadi kunci dari apa yang telah diteliti. Pengambilan sampel data penelitian dari sumber yang ada. Teknik pengumpulan data adalah dengan menggabungkan analisis data kualitatif dan hasil penelitian ini kemudian dianalisis dan dievaluasi dari hasil wawancara mendalam dengan subjek penelitian sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas tentang Strategi Pelayanan Customer Service Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Bank Syariah Indonesia.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pelayanan Costumer Service dalam Meningkatkan Nasabah

Salah satu cara perusahaan bank agar dapat merebut pangsa pasar adalah dengan memperoleh nasabah yang sebanyak-banyaknya. Peningkatan jumlah nasabah merupakan aspek yang paling penting untuk dilakukan melalui pemberian pelayanan yang optimal karena dengan pelayanan yang optimal memberikan dampak yang positive bagi jumlah

nasabah yang di dapatkan. Perusahaan akan berhasil memperoleh nasabah dalam jumlah banyak apabila perusahaan itu dinilai dapat memberikan kepuasan bagi nasabah tersebut. Selain itu perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa serta kualitas pelayanan. Sejatinya nasabah yang merasa benar-benar puas atas pelayanan yang diberikan akan mampu mempertahankan nasabah yang lama untuk tetap membeli produk yang ditawarkan. Dan juga nasabah yang lama dapat memberikan rekomendasi kepada orang lain serta akan mampu pula untuk menarik calon nasabah yang baru untuk mencobanya.

Pelayanan yang optimal pada akhirnya juga akan mampu meningkatkan image perusahaan sehingga citra perusahaan dimata nasabahnya terus meningkat pula. Dengan memiliki citra yang baik, segala yang dilakukan perusahaan akan dianggap baik pula. Dalam pemasaran, produk mempunyai arti luas, yaitu satu kesatuan yang di tawarkan pada pasar baik yang berwujud maupun tidak berwujud. Produk yang berwujud biasanya disebut barang (goods) dan produk yang tidak berwujud biasa disebut dengan jasa (service). Memberikan pelayanan bukanlah pekerjaan yang mudah, akan tetapi bila pekerjaan tersebut dapat dilakukan dengan baik maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat yang besar.

Customer service berarti petugas yang siap melayani nasabah berupa keluhan atau masalah yang di hadapi atau calon nasabah yang datang untuk membuka rekening baru.

Dalam wawancara yang pernah dilakukan penulis bahwa salah satu aspek penting dalam menjalankan bisnis adalah sebuah pelayanan terhadap nasabah. Pelayanan yang diberikan customer service harus sesuai dengan standarisasi yang telah ditentukan. Strategi pelayanan yang mendasar yang dilakukan oleh customer service pada PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Gunung Tua adalah sebagai berikut:

a. Bersikap ramah

Setiap karyawan customer service harus melayani nasabahnya dengan sikap yang ramah agar nasabah tersebut merasakan kenyamanan ketika melakukan aktivitas yang berhubungan dengan perbankan seperti pembukaan rekening baru, konsultasi tentang produk, keluhan dan lain lain. Dan mengawali komunikasi dengan memberikan salam yang hangat kepada nasabah.

b. Komunikatif

Customer service harus memiliki keahlian dalam bidang komunikasi, keahlian tersebut merupakan salah satu keahlian yang harus di perhatikan karena karyawan pada bidang customer service berhadapan langsung oleh nasabah yang memiliki karakteristik yang berbeda beda. Selain itu penting juga diperhatikan gaya komunikasi yang jelas dan

terarah agar tidak timbul kesalah pahaman.

c. Name Tag yang selalu diperlihatkan

Pada bagian ini merupakan hal yang kecil namun berdampak cukup besar bagi pelayanan yang diberikan. Tujuan seorang customer service memperlihatkan kartu identitas berupa name tag agar nasabah mengenali karyawan tersebut. Jika suatu saat pelayanan yang diberikan kepada nasabah kurang positif, maka nasabah bisa melaporkan karyawan customer service tersebut untuk mengevaluasi kinerjanya cukup dengan menyebutkan nama dari karyawan itu sendiri.

Customer Service memegang peranan yang sangat penting sebagai ujung tombak bank dalam menghadapi masalah. Dengan ini customer service harus menunjukkan pelayanan yang benar-benar menjadi andalan perusahaan.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Customer Service dalam Meningkatkan Pelayanan

Customer service sangatlah penting dalam perbankan karena customer service memegang peranan dalam melayani nasabahnya. Pelayanan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah yang pada dasarnya nasabah akan memberikan apa yang menjadi harapan nasabah. Maka, secara otomatis akan membuat nasabah merasa loyal dan mampu menarik nasabah baru sehingga dapat menjadikan suatu keuntungan besar bagi perusahaan. Upaya memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan harus dilakukan sungguh- sungguh dengan memperhatikan beberapa faktor.

1. Faktor Sumber Daya Manusia

Faktor utama yang berpengaruh adalah sumber daya manusia. Artinya, peran manusia (karyawan) yang melayani pelanggan merupakan faktor utama karena hanya dengan manusialah pelanggan dapat berkomunikasi secara langsung dan terbuka.

2. Faktor Kualitas Produk

Kualitas produk yang disajikan seperti ragam produk atau jenis produk yang dijual lengkap sehingga nasabah tidak perlu pergi ke tempat lain. Mutu atau isi produk berkualitas tinggi. Faktor kualitas produk juga merupakan faktor yang sangat mendukung dalam hal meningkatkan pelayanan Pada Bank Muamalat KCP Sukaramai. Nasabah akan tertarik dengan produk yang berkualitas.(Wawancara,2022)

## SIMPULAN

Jadi, kesimpulan yang didapat ialah peningkatan jumlah nasabah merupakan aspek yang paling penting untuk dilakukan melalui pemberian pelayanan yang optimal karena

dengan pelayanan yang optimal memberikan dampak yang positive bagi jumlah nasabah yang di dapatkan. Sejatinnya nasabah yang merasa benar-benar puas atas pelayanan yang diberikan akan mampu mempertahankan nasabah yang lama untuk tetap membeli produk yang ditawarkan. Dan juga nasabah yang lama dapat memberikan rekomendasi kepada orang lain serta akan mampu pula untuk menarik calon nasabah yang baru untuk mencobanya.

Tidak hanya itu Pelayanan juga sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah yang pada dasarnya nasabah akan memberikan apa yang menjadi harapan nasabah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bank Syariah Indonesia. (n.d.). Sejarah Perusahaan. Retrieved from Bank Syariah Indonesia Web site: <https://www.bankbsi.co.id/#>
- Basu Swastha Dh dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern, (Yogyakarta: Liberty, 2010), edisi ke-4 cet ke-15 h. 69
- Cahaya, Lin Arshy dan Nurul Jannah. (2022). Strategi Pelayanan Costumer Service dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Muamalat KCP Sukaramai, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan.
- Cahyasari,Intannia,(2019).Strategi Pelayanan Customer Service dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah PT. Bank Tabungan Negara ( PERSERO ) Tbk Kantor Cabang Pekanbaru.D-III Perbankan Syariah,Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau,Pekanbaru.
- Indonesia, Ikatan. Bankir. (2014). Mengelola Kualitas Layanan Perbankan. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kadarman, A.M (2001). Pengantar Ilmu Manajemen. Jakarta: Prenhallindo.
- Kasmir. (2005). Etika Customer Service. Jakarta: PT Raja Grafindo Pustaka.
- Kasmir. (2008). Manajemen perbankan. jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mustafa Kamal, Yusron, (2016). Strategi Costumer Service Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Rawamangun. Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Supriono, Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis, (Yogyakarta: BPFE, 2010), edisi ke-6 h.