

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH (Study Kasus Pada FIF Group Federal Internasional Finance Kota Bandar Lampung)

Fifi Fitriyani¹

¹ Program Studi Manajemen, Universitas Mitra Indonesia

e-mail: ¹ fififitriyani23@gmail.com

Abstract

This research aims to determine the influence of marketing strategies and service quality in increasing customer satisfaction (Case Study at FIF Group Federal International Finance, Bandar Lampung City). The sample in this research was FIF Group Federal International Finance customers in Bandar Lampung City, totaling 98 respondents. Primary data in this research was obtained through questionnaires distributed to respondents and secondary data in this research were sales and service elements of FIF Group Federal International Finance Bandar Lampung City. The analysis techniques used are data quality testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. Based on the results of data analysis, it can be concluded that marketing strategy and service quality have a positive and significant effect partially and simultaneously in increasing customer satisfaction at FIF Group Federal International Finance in Bandar Lampung City.

Keywords: Marketing Strategy, Service Quality, Customer Satisfaction.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan (Studi Kasus pada FIF Group Federal International Finance Kota Bandar Lampung). Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah FIF Group Federal International Finance di Kota Bandar Lampung yang berjumlah 98 responden. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden dan data sekunder dalam penelitian ini adalah unsur penjualan dan pelayanan FIF Group Federal International Finance Kota Bandar Lampung. Teknik analisis yang digunakan adalah uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada FIF Group Federal International Finance di Kota Bandar Lampung.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

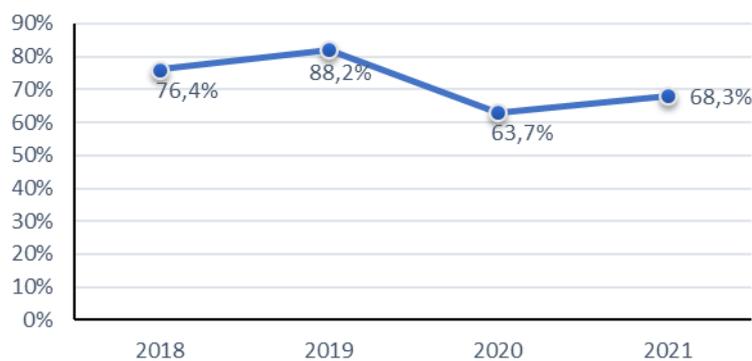
1. PENDAHULUAN

Saat ini, minat berkembang selangkah demi selangkah dengan kemajuan waktu (Anwar et al., 2022; Loliyana et al., 2024; Pratama et al., 2024; Putri et al., 2023; Yulistiani et al., 2023; Yulistina, Yasin, et al., 2023). Budaya pembelanja menjadi semakin meluas di mata publik, dan belanja dengan leasing sangat diharapkan (Putri et al., 2023). Kehadiran persewaan di Indonesia secara resmi diselesaikan pada tahun 1974 dengan Pengumuman Bersama Dinas Perindustrian dan Pertukaran Uang Republik Indonesia KEP 122/MK/IV/2/1974 No. 32./M.: Izin Operasional/Sk/1974 dan 30/kpb/I/1974.

Strategi manajemen pemasaran yang baik dapat membantu perusahaan mencapai tujuan bisnisnya dengan efektif dan efisien. Penerapan strategi ini harus berdasarkan analisis pasar dan pemahaman yang mendalam mengenai konsumen. Ilmu manajemen merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan sumber daya manusia dan sumber lainnya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Oktaria, 2024).

Banyak penelitian terdahulu yang membahas terkait kinerja perusahaan (Ahiruddin, 2022; Desmon & Meirinaldi, 2022; Nadhira, 2023; Nurahman et al., 2023; Silvia & Yulistina, 2022; Yulistina et al., 2020), kinerja pegawai (Agustina et al., 2022; Budiati et al., 2022; Hasbullah et al., 2022; Oktaria et al., 2023; Yulistina, Silvia, et al., 2023), ataupun yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan (Loliyana, 2020), dan kinerja pada pemerintahan (Desmon et al., 2023; Yulistina et al., 2023).

Salah satu organisasi persewaan sepeda utama di Indonesia adalah Unified Global Money (FIF Gathering), yang didirikan pada tahun 1989 oleh organisasi moneter Astra untuk memberikan administrasi moneter yang konvensional dan halal kepada pembeli di Indonesia (Aryani et al., 2023; Hasbullah et al., 2022; Indriyani et al., 2023; Meidasari et al., 2022). Salah satunya adalah FIF di Bandar Lampung yang memiliki cabang di dalam dan sekitar Bandar Lampung. Salah satu bagian dari bisnis Cruiser Money Asset adalah Penunjang Sepeda dan Penyewaan Perangkat Keras (BPKB), administrasi FIF Kota Banda Lampung dari 2018 hingga 2021 adalah sebagai berikut:



Sumber: Bandar Lampung, FIF 2022

Gambar 1.1 Konsekuensi dari FIF Gathering Pemerintah Bandar Lampung Worldwide Monetary Administrations Review loyalitas konsumen, 2018-2021

Seperti terlihat dari tabel di atas, komponen administrasi FIF Kota Banda Lampung memiliki 7 nomor mulai dari kebutuhan hingga staf. Ini dengan jelas menggambarkan struktur dan kerangka administrasi yang berbeda yang tersedia di FIF Banda Lampung. Episode FIF di Kota Bandar Lampung Vi Bandar Lampung Ketidakmampuan untuk menangani keberatan klien tepat waktu.

Beberapa pekerja tidak jelas dan orang-orang tertentu tidak memahami pertukaran uang secara akurat (Azriya & Oktaria, 2020; Hairudin et al., 2020; Hakim, 2018; Hakim & Oktaria, 2018; Wijaya & Sukranatha, 2018; Yusda et al., 2022). Jadi ada banyak klien yang tidak memiliki ide yang paling kabur. Pemahaman usaha FIF. Kota Bandar Lampung tergantung pada perencanaan di atas dan beberapa keadaan yang kacau. Memperlihatkan pentingnya teknik deal dan kualitas administrasi dalam meningkatkan loyalitas konsumen (Hasbullah et al., 2022; Meidasari et al., 2022; Yusda & Oktaria, 2021). Pembeneran mengapa para ilmuwan tertarik untuk berkonsentrasi pada tema ini:

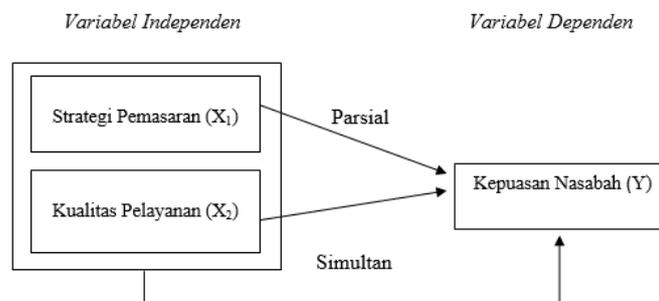
Membedah prosedur deal dan kualitas administrasi untuk lebih mengembangkan loyalitas konsumen (FIF Gathering model Bandar Lampung Global Monetary City)

Dari fondasi yang digambarkan oleh para analis. Pertanyaan pemeriksaan untuk penelitian ini adalah:

1. Apakah Teknik Mempromosikan Mempengaruhi Loyalitas Konsumen? (Analisis Kontekstual Temu FIF Kota Bandar Lampung Worldwide Government Money)
2. Apakah kualitas administrasi mempengaruhi loyalitas konsumen? (Ilustrasi FIF Gathering Bandar Lampung Worldwide Monetary City)
3. Apakah mempromosikan sistem dan kualitas administrasi berdampak pada loyalitas konsumen? (Ilustrasi FIF Gathering Pemerintah Kota Moneter Bandar Lampung)

2. METODE PENELITIAN

Konfigurasi penelitian khawatir tentang mengatur dan memutuskan siklus umum yang diharapkan untuk penelitian (Slaine, 2018:3). Ini adalah strategi terukur untuk memecah informasi dengan menggambarkan hal-hal yang dikumpulkan tanpa tujuan mencapai kesimpulan atau pada umumnya tujuan yang diakui (Sugiyono 2017: 147). Standar sistem ini dapat digambarkan sebagai pengamatan.



Gambar 3.1. Kerangka Konsep

Populasi adalah subjek pemeriksaan secara keseluruhan. Ini termasuk individu, makhluk, tanaman, iklim, efek samping, nilai, kesempatan, mentalitas untuk hidup, dan sebagainya (Burhan Bugin, 2017: 109). 2021, dengan semua pembeli 6380 orang. Contohnya adalah bagian dari seperangkat dan kualitas yang dimiliki individu (Burhan Bugin, 2017: 110). Selain itu, jenis metode yang digunakan adalah pengujian, yaitu suatu prosedur pemeriksaan yang tidak teratur mengingat kemungkinan bertemu dengan spesialis. Ini dapat digunakan misalnya dengan asumsi ada orang yang mewujudkannya. Apakah itu cocok dengan sumber yang Anda lihat? (Burhan Bugin, 2017: 114)

Alat Analisis

Uji Asumsi Klasik

Menurut Se Gunawan (2020), tes spekulasi gaya lama adalah tes yang menunjukkan bahwa kondisi kekambuhan yang diberikan valid, menyesatkan, dan andal untuk menguji teori tradisional tentang informasi opsional. Para ahli mencoba untuk keteraturan, heritabilitas, dan koneksi.

Tes Normalitas

Uji keteraturan diharapkan dapat memutuskan apakah informasi yang disampaikan dengan mengkontraskan penyebaran informasi dan rata-rata dan standar deviasi yang serupa dari informasi kita (Sarjono dan Julianita, 2011: 53) sebagai pilihan yang kontras dengan teknik sirkulasi tipikal berbasis pilihan. Desain penyebaran yang khas ditujukan jika informasi tersebut biasanya disampaikan. Tunjukkan bahwa model relaps memenuhi kecurigaan kewajaran.

Pengujian Multikolinearitas

Pengujian ini dimaksudkan untuk memutuskan apakah terdapat masalah multikolinearitas dalam hubungan antara faktor bebas (Sarjono dan Julianita, 2011: 70). Pengujian kolinearitas multivariat harus dimungkinkan dalam dua cara dengan melihat nilai VIF. Dengan asumsi bahwa VIF di bawah 10 dan resistansi 0,1, tidak ada indikasi multikolinearitas lurus.

Tes Heterokdisitas

Menurut Ghozali (2016), motivasi di balik Uji beda adalah untuk menguji apakah perubahan yang tersisa berbeda pada model relaps atau adakah sisa disparitas yang dimulai dari satu persepsi kemudian ke persepsi berikutnya. Persepsi lain adalah bahwa ini disebut konkurensi fleksibilitas. Alasan dinamis untuk pengujian lanjutan

Pengujian Autokorelasi

Pada uji autokorelasi, kondisi pada model relaps adalah antara sisa harga pada periode t dan nilai sisa pada jangka waktu yang lalu. Strategi yang digunakan dalam pengujian hubungan

terkomputerisasi akan dicoba. Model kekambuhan integritas Durbin-Watson bukanlah autokorelasi berbasis tes. Durbin-Watson (uji DW)

Uji Hipotesis

Koefisien jaminan (R 2)

Uji pengukuran F pada dasarnya menunjukkan bahwa setiap faktor otonom yang diingat untuk model ditambahkan ke dalam variabel terikat/variabel pembatas (Siregar 2014: 304). Aturan Uji-F Jika Fhitung adalah Ftabel, Ho diakui apakah Fhitung adalah Ftabel, Ho ditolak jika Sig F < (0,05).

Uji Statistik F

Uji-t digunakan untuk menguji faktor-faktor tertentu. Konsekuensi dari uji-t harus terlihat pada tabel batas di bagian kritis Aturan pengujian Jika t-hitung > t-tabel, dapat dikatakan bahwa dampak faktor bebas pada variabel bergantung sampai taraf tertentu berhubungan dengan sig. Derajat <0,05 adalah faktor bebas. semuanya mempengaruhi faktor-faktor yang bergantung (Siregar, 2014: 305).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Singkat FIF Bandar Lampung

PT FIF didirikan pada Mei 1989 sebagai bisnis resmi dengan nama PT Mitrapusaka Artha Money, kata Bisker Freddy, Kepala Promosi di FIF Bandar Lampung. Organisasi ini mengambil bagian dalam penyewaan, perakitan dan organisasi keuangan pembelanja. Sebagian besar dari mereka telah memperpanjang tugas mereka di bawah PT Astra Global Tbk dan membuka tempat kerja di seluruh Indonesia. Hingga saat ini, PT FIF memiliki 214 cabang. PT FIF Cabang Bandar Lampung didirikan pada tahun 1994.

Karakteristik Sampel

Jenis Kelamin

Bersama dengan spesialis, Vive Bandar Lampung menyampaikan polling kepada responden pembeli di cabang Bandar Lampung dan melacak orientasi responden yang menyertainya: Sumber: Bahan alami Berurusan dengan 2022 Seperti terlihat dari tabel di atas, dari 98 anggota yang menjadi pembeli FIF Bandar Lampung, 56% adalah pembeli pria dan 33% adalah pembeli wanita.

Umur Responden

Usia responden dalam ulasan adalah sebagai berikut.

Tabel 4.1. Jenis kelamin responden

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase
Laki-laki	55	56%
Perempuan	33	44%
Total	98	100.0%

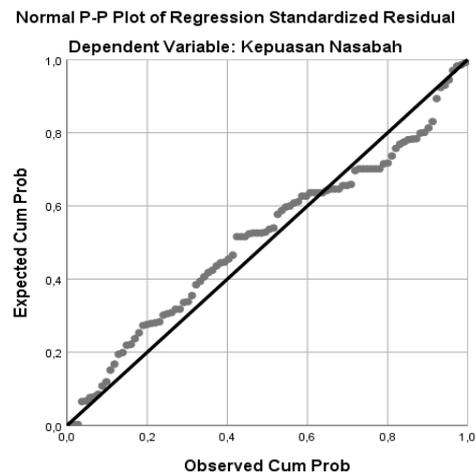
Sumber : Data primer diolah tahun 2022

In Table 4.2, the number of respondents aged 26 to 35 accounted for 49% of the total sample population, and those aged 20 to 25 accounted for 18 % of the total sample. Respondents aged 36 to 45 accounted for 27% of the total sample. Respondents aged 46 to 55 were the lowest group, accounting for only 6%.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian normalitas yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode analisis grafik (*Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*) dengan hasil sebagai berikut:



Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2022

Grafik hasil uji normalitas diatas dapat diketahui model regresi terdistribusi normal dengan melihat titik-titik menyebar sekitar garis diagonal dan searah garis diagonal.

Uji Multikolinearitas

Berikut ini merupakan tabel *coefficients* hasil pengujian uji multikolinearitas yang dilakukan oleh peneliti:

Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,039	1,659		1,229	,222		
	Strategi Pemasaran	,394	,076	,388	5,214	,000	,810	1,235
	Kualitas Pelayanan	,494	,073	,502	6,745	,000	,810	1,235

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber :Data diolah SPSS 25 tahun 2022

Tabel *coefficients* diatas menyatakan tidak ada gejala multikolinearitas, hal tersebut dikarenakan nilai VIF dari variabel strategi pemasaran dan variabel kualitas pelayanan lebih kecil dari 10 dan nilai *Tolerance* variabel strategi pemasaran dan variabel kualitas pelayanan lebih besar dari 0,1.

Uji Autokorelasi

Pengujian Autokorelasi yang dilakukan oleh peneliti menggunakan perhitungan pada tabel Durbin Watson berdasarkan jumlah n = 98 dan k = 2 maka didapat nilai dari dL = 1,6296 dan nilai dU = 1,7128.

Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	,757 ^a	,573	,564	2,184	2,246	

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran

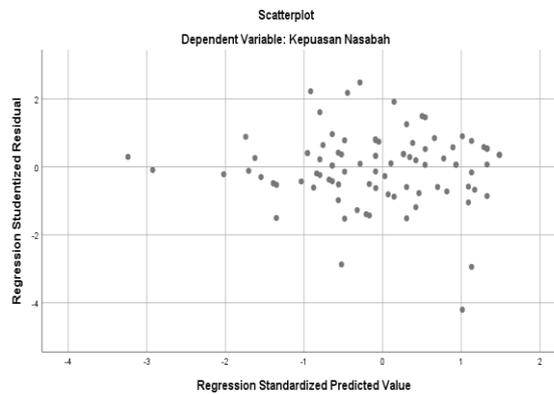
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2022

Nilai Durbin-Watson (DW) pada tabel *Model Summary* diatas diperoleh hasil sebesar 2,246 maka, didapatkan nilai perhitungan $dU (1,7128) < DW (2,246) < 4-dU = 1,5872$ sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi pada penelitian ini tidak terdapat masalah autokorelasi.

Uji Heterokedastisitas

Pengujian Heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode grafik *Scatterplot* dengan hasil pada gambar berikut ini:



Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber: Data diolah SPSS 25 tahun 2022

Grafik diatas menunjukkan pada model regresi tidak terjadi heterokedastisitas. Hal tersebut disebabkan oleh penyebaran titik-titik yang tidak beraturan dibawah dan diatas angka 0 sumbu Y.

Uji Regresi Linear Berganda

Dikarenakan terdapat lebih dari satu variabel dalam penelitian ini yaitu strategi pemasaran (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) serta kepuasan nasabah (Y) sebagai variabel bebas maka, Penelitian ini menggunakan Regresi Linear Berganda.

Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,039	1,659		1,229	,222		
	Strategi Pemasaran	,394	,076	,388	5,214	,000	,810	1,235
	Kualitas Pelayanan	,494	,073	,502	6,745	,000	,810	1,235

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data diolah SPSS 25 tahun 2022

Substitusikan nilai r dari ulasan ini ke dalam kondisi yang menyertainya:

$$Y = 2039 + 0,394 X1 + 0,494 X2 + 0,05$$

Konsekuensi dari berbagai kondisi kekambuhan langsung dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai biasa menunjukkan dampak searah antara faktor bebas dan faktor bawahan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika semua faktor otonom diperbaiki, skor loyalitas konsumen adalah 2,039.
2. masing-masing variabel dalam prosedur promosi (X1) meningkatkan loyalitas konsumen (Y) sebesar 0,394.
3. Koefisien relaps QoS adalah 0,494, dan untuk setiap variabel peningkatan kualitas administrasi (X2), loyalitas konsumen (P) adalah 0,494.

Koefisien jaminan (R 2)

Koefisien jaminan (R 2) Hasil eksperimen yang menggambarkan perkembangan faktor eksekusi, yang pada dasarnya merupakan faktor bebas estimasi, adalah sebagai berikut::

Tabel 4.9 Hasil Uji R²

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.757 ^a	.573	.564	2.184	2.246

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data diolah SPSS 25 tahun 2022

R-squared sebesar 0,573 yang berarti partisipasi. Atau pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 57,3%, dan faktor lain yang mempengaruhi sebesar 42,7%.

Uji Hipotesis Simultan (Uji-F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui terdapat atau tidak pengaruh variabel strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah secara bersama-sama. Uji-F menggunakan besaran nilai *alpha* 5% dan derajat kebebasan pembilang yaitu k (variabel bebas) = 2 serta derajat kebebasan penyebut sebesar n-k diperoleh hasil 98 - 2 = 96, sehingga didapatkan F_{tabel} bernilai 3.09.

Tabel 4.11 Hasil Uji-F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	609,166	2	304,583	63,834	,000 ^b
	Residual	453,293	95	4,772		
	Total	1062,459	97			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran

Sumber : data diolah SPSS 25 tahun 2022

Pada hasil perhitungan pada tabel *anova* nilai F_{hitung} sebesar 63,834 > F_{tabel} 3,09 dan nilai dari Sig 0,000 < α (0,05) berarti strategi pemasaran (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah FIF Bandar Lampung.

Tabel 4.10 Hasil Uji –t

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	2,039	1,659		1,229	,222		
Strategi Pemasaran	,394	,076	,388	5,214	,000	,810	1,235
Kualitas Pelayanan	,494	,073	,502	6,745	,000	,810	1,235

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data diolah SPSS 25 tahun 2022

Koefisien dan nilai kepentingannya untuk setiap variabel adalah sebagai berikut:

1. Konsekuensi estimasi prosedur promosi adalah 5,214 > t tabel 1,98525 dan tingkat kepentingan 0,000 < 0,05 Beberapa metodologi pemasaran mempengaruhi loyalitas konsumen FIF Bandar Lampung.
2. Skor t bekerja di luar kualitas bantuan. 6.745 Tabel 1.98525 Tingkat kepentingan 0,000 < 0,05 Beberapa kualitas bantuan membuat perbedaan positif. Terlebih lagi, FIF Bandar Lampung secara fundamental mempengaruhi loyalitas konsumen.

Pembahasan

Serangkaian uji coba yang dipimpin oleh para ilmuwan di 98 klien FIF Bandar Lampung memicu percakapan berikut:

Teknik pemasaran pada loyalitas konsumen

Prosedur menampilkan secara keseluruhan mempengaruhi loyalitas konsumen di FIF Bandar Lampung karena sistem periklanan dapat membuat insentif bagi klien dan membangun koneksi yang solid. Metodologi periklanan diharapkan untuk mengukur hingga asumsi klien dari item dan administrasi yang diberikan oleh organisasi. Hal ini meningkatkan loyalitas konsumen.

Pengaruh kualitas administrasi terhadap loyalitas konsumen

Sifat administrasi di Vive Drink foya Lampung pada dasarnya mempengaruhi loyalitas konsumen, yang berasal dari kapasitas organisasi untuk memberikan klien masa depan dukungan yang paling ideal memenuhi loyalitas konsumen atau asumsi perawatan klien.

Teknik pemasaran dan kualitas administrasi menghasilkan loyalitas konsumen.

Menampilkan metodologi dan kualitas administrasi juga membuat perbedaan yang positif dan besar. Loyalitas konsumen dalam teknik promosi Vive Bandar Lampung adalah metodologi khusus untuk menentukan pasar yang objektif. Memiliki pilihan untuk membelanjakan secara langsung pada loyalitas konsumen telah berpengaruh

3. KESIMPULAN

Setelah para ilmuwan melanjutkan dengan proses pemilahan informasi. Periksa informasi dan simpulkan konsekuensi dari pengujian spekulasi untuk ulasan ini. Hasilnya dapat diringkas sebagai berikut: Metodologi pemasaran secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas konsumen untuk FIF Gathering Government Global Money Bank Kota Lampung. Teknik pemasaran untuk kualitas administrasi memberikan dampak positif dan terkadang secara bersamaan mempengaruhi loyalitas konsumen FIF Gathering Government Global Money Bank Lampung. Prosedur pemasaran dan kualitas administrasi secara bersamaan (sewaktu-waktu) secara tegas dan esensial mempengaruhi loyalitas konsumen dalam FIF Gathering Government Global Money Bank Kota Lampung.

Usai perbincangan dan berakhir, para analis FIF meminta Temu Uang Global Bank Pemerintah Kota Lampung. Jika FIF Gathering Government Worldwide Money Bank Lampung membutuhkan latihan presentasi saat ini, misalnya, memahami kecenderungan pembeli yang mengunjungi Web. Mengiklankan produk atau layanan moneter di berbagai platform hiburan berbasis web digunakan. FIF Gathering Latihan misi Government Global Money Organization

mendapat manfaat dari kekuatan online administrasi Bandar Lampung yang patut diperhitungkan. Blogger terkenal, nama besar dan banyak preferensi di Facebook dan Instagram TikTok telah terpengaruh oleh pembeli. FIF Gathering harus mengaudit kerangka pengaduan klien Lie Lampung. Lebih lanjut mengembangkan reaksi terhadap keluhan klien dan memahami semua pedoman dan pengaturan yang mengikat secara hukum untuk pembeli dalam bahasa yang jelas, singkat dan lugas.

4. REFERENSI

- Agustina, M., Sanjaya, V. F., & Hasbullah, H. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Dusun Gunung Batu, Kecamatan Sumberejo, Kabupaten Tanggamus, Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 3(01).
- Ahiruddin, A. (2022). ANALISIS PENGARUH ROA, BOPO DAN FDR TERHADAP CAR PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA PADA OTORITAS JASA KEUANGAN. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 7(1), 51–60.
- Anwar, A., Septarina, W., & Hairudin, H. (2022). Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Transportasi Udara yang Terdaftar Di BEI Periode 2018-2020. *Strategic: Journal of Management Sciences; Vol 2 No 2 (2022): Strategic: Journal of Management SciencesDO - 10.37403/Strategic.V2i2.64*.
<https://jurnal.stiesultanagung.ac.id/index.php/strategic/article/view/64>
- Aryani, D. N., Yusda, D. D., Diwyarthi, N. D. M. S., & Setianti, Y. (2023). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Marketplace Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2438–2443.
- Azriya, N., & Oktaria, E. T. (2020). Pengaruh Penyaluran Kredit terhadap Pendapatan Operasional BRI Unit Bumi Waras Bandar Lampung. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 1(1).
- Budiati, E., Yulistina, Y., Khaeriyah, K., & Putri, D. U. P. (2022). Management of Anxiety on Nurses in Facing Covid-19 at DKT Hospital Bandar Lampung. *Indonesian Journal of Global Health Research*, 4(1), 177–186.
- Desmon, A. R. W. A., & Meirinaldi, Y. C. (2022). The Effect of Return on Asset, Return on Equity and Debt to Equity Ratio on the Value of the Manufacturing Firm Listed on Stock Exchange 2015-2019. *MIC 2021: Proceedings of the First Multidiscipline International Conference, MIC 2021, October 30 2021, Jakarta, Indonesia*, 196.
- Desmon, D., Murti, W., Yolanda, Y., & Surya, A. (2023). Factors Affecting Investment in the Provinces of Sumatra Island. *Proceedings of the 2nd Multidisciplinary International Conference, MIC 2022, 12 November 2022, Semarang, Central Java, Indonesia*.
- Hairudin, H., Hasbullah, H., & Rachmadi, A. (2020). Pengaruh Tingkat Bunga dan Resiko Kredit terhadap Pendapatan pada PT. Bank Danamon Indonesia Tbk. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 1(2), 137–145. <http://jurnal.umitra.ac.id/index.php/bej/article/view/591>
- Hakim, L. (2018). ANALISIS FAKTOR DALAM PEMBERIAN KREDIT YANG BERPENGARUH TERHADAP PERATAAN LABA BANK. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 1(1), 5–8.
- Hakim, L., & Oktaria, T. (2018). Prinsip kehati-hatian pada lembaga perbankan dalam pemberian kredit. *Keadilan Progresif*, 9(2).
- Hasbullah, H., Meidasari, E., & Isabella, A. A. (2022). Kualitas Customer Relationship Management terhadap Loyalitas Pelanggan pada Dealer Yamaha Bahana Pagar Bandar Lampung. *Jurnal Entrepreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 1(1).
- Indriyani, S., Yusda, D. D., & Helmita, H. (2023). Pengaruh Pelayanan Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Geprek Benu Lampung. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 8(1), 59–67.
- Loliyana, R. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi Kerja, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Asuransi Jiwasraya Di Bandar Lampung. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 3(2), 97–105.
- Loliyana, R., Loliyani, R., & Alando, K. (2024). Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Negeri 1 Baradatu Kabupaten Way Kanan. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(1), 368–372.

- Meidasari, E., Meliana, M., & Kusumawardani, N. (2022). Pengaruh Mutu Produk, Desain Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Batik Gabovira. *Inovatif: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital Dan Kewirausahaan*, 1(3), 253–259.
- Nadhira, T. S. (2023). ANALISIS PENGARUH BOPO, NIM DAN LDR TERHADAP PROFITABILITAS BANK YANG TERDAFTAR PADA BEI INDONESIA. *Prosiding Seminar Nasional Universitas Borobudur Publikasi Hasil-Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 175–183.
- Nurahman, D., Reny, W. A. A., Desmon, D., & Anisa, N. (2023). The Urgency of Indonesian Collaboration with International Organizations in Terms of Cooperation and Exchange of Information on Economic Crime and Money Laundering. *International Conference on "Changing of Law: Business Law, Local Wisdom and Tourism Industry" (ICCLB 2023)*, 429–436.
- Oktaria, E. T. (2024). THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND FACILITIES ON SATISFACTION AND THEIR IMPACT ON LOYALTY AT NATAR MEDIKA HOSPITAL. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 12(1), 371–386.
- Oktaria, E. T., Yuniarthe, Y., Hairudin, H., Wengrum, T. D., Khoiriah, N., & Adelita, I. (2023). SARANA PUBLIKASI DAN MEDIA PROMOSI PRODUK KREATIFITAS SISWA MENGGUNAKAN E-COMMERCE PADA SMK GADING REJO KABUPATEN PESAWARAN. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 2(1), 78–83.
- Pratama, J. Q., Isabella, A. A., & Loliyani, R. (2024). PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA. *Jurnal Entrepreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 3(1).
- Putri, V. A., Anwar, A., & Yudhinanto, C. N. (2023). PENGARUH EVENT MARKETING, HARGA DAN PENDAPATAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI MOTOR NMAX PADA YAMAHA LAUTAN TEDUH KEDATON. *Prosiding Seminar Nasional Universitas Borobudur Publikasi Hasil-Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 334–342.
- Silvia, D., & Yulistina, Y. (2022). Pengaruh Current Ratio, Return On Asset, Debt To Asset terhadap Financial Distress Selama Masa Pandemi. *Global Financial Accounting Journal*, 6(1), 89–99.
- Wijaya, E. S., & Sukranatha, A. A. K. (2018). Pencegahan Kredit Macet Dengan Penerapan Prinsip Kehati-Hatian Dalam Penyaluran Kredit Perbankan. *Kertha Semaya: Jurnal Ilmu Hukum*, 4, 1–13.
- Yulistiani, H., Loliyani, R., & Bakti, U. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa SMK Patria Gadingrejo, Pringsewu. *Journal of Society Bridge*, 1(3), 52–64.
- Yulistina, Y., Silvia, D., Anwar, A., & Deffi, S. W. P. (2023). Literasi Penyusunan Laporan Keuangan Dan Pajak Di SMP 17 Kota Bandar Lampung. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 5633–5636.
- Yulistina, Y., Silvia, D., & Miftahul, E. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Return Saham Dampaknya Terhadap Financial Destress Pada Perusahaan Sektor Logam Terdaftar Di Bei Tahun 2014-2018. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 11(2), 1–11.
- Yulistina, Y., Yasin, S. A., Arsad, A., Dirman, R., & Rahmah, R. (2023). Hubungan Tingkat Pengetahuan Pasien dengan Minat Perawatan Saluran Akar Gigi di Poli Gigi RS Daerah Beriman Balikpapan 2023. *Journal of Pharmaceutical and Health Research*, 4(2), 297–302.
- Yusda, D. D., Anwar, A., & Oktaria, E. T. (2022). SOSIALISASI PINJAMAN KREDIT BERBASIS EKONOMI SYARIAH. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 1559–1561.
- Yusda, D. D., & Oktaria, E. T. (2021). PENGARUH PERILAKU PENGUNJUNG TERHADAP LOYALITAS PENGUNJUNG WISATA DESA PULAU LEGUNDI, PADANG CERMIN. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 4(1), 1–4.