

Pengaruh Keunikan, Kualitas, Dan Kesesuaian Harga Pada Produk Tabungan Terhadap Keunggulan Bersaing Di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Katamso

M Rifki Asra¹, Yenni Samri Juliati Nasution², M. Lathief Ilhamy Nasution³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

rifkiasra@gmail.com¹, yenni.samri@uinsu.ac.id², mlathiefilhamy@uinsu.ac.id³

ABSTRACT

This study is entitled "The Influence of Uniqueness, Quality, and Price Conformity in Savings Products on Competitive Advantage at Bank SUMUT KC Syariah Medan". This study aims to find out whether the uniqueness, quality, and price suitability of savings products have a partial or simultaneous effect on competitive advantage at Bank SUMUT KC Syariah Medan Katamso. This research uses the type of associative research. The dependent variable (Y) in this study is competitive advantage, the independent variable is the uniqueness of the savings product (X1), the quality of the savings product (X2), and the price suitability of the savings product (X3). The population in this study were customers of Bank SUMUT KC Syariah Medan with a total sample of 100 respondents using a probability sampling technique. Data collection is done by distributing questionnaires to customers. Data analysis used SPSS Statistics 20.00 with multiple regression. The results of the study revealed that in the T test variable X1 (uniqueness of savings products) had a significant positive effect on competitive advantage, variable X2 (quality of savings products) had a significant positive effect on competitive advantage, and variable X3 (price appropriateness) had a significant positive effect on competitive advantage. Based on the results of the F test, it was found that the uniqueness, quality, and price suitability of savings products have a simultaneous effect on Competitive Advantage. In the Coefficient of Determination Test (R²) it can be seen that the Adjusted R Square value obtained is 0.656 (65.6%). This shows that the independent variables X1 (Unique Savings Products), X2 (Quality of Savings Products), and X3 (Price appropriateness of Savings Products) have a strong ability (0.60-0.799) in explaining variations in the dependent variable Y (Competitive Advantage). The remaining 34.5% will be influenced by other factors which cannot be explained in this study.

Keywords : *savings product uniqueness, savings product quality, savings product price appropriateness, competitive advantage.*

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Pengaruh Keunikan, Kuailitas, dan Kesesuaian Harga Pada Produk Tabungan Terhadap Keunggulan Bersaing di Bank SUMUT KC Syariah Medan". Peneliian ini bertujuan untuk mengetahui apakah keunikan, kualitas, dan kesesuaian harga pada produk tabungan berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap keunggulan bersaing di Bank SUMUT KC Syariah Medan Katamso. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini ialah keunggulan bersaing, variabel bebas ialah keunikan produk tabungan (X1), kualitas produk tabungan (X2), dan kesesuaian harga produk tabungan (X3). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank SUMUT KC Syariah Medan dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang responden menggunakan teknik *probability sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada nasabah. Analisis data menggunakan SPSS Statistics 20.00 dengan regresi berganda. Adapun hasil penelitian mengungkapkan bahwa pada Uji T

variabel X_1 (keunikan produk tabungan) berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing, variabel X_2 (kualitas produk tabungan) berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing, dan variabel X_3 (kesesuaian harga) berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing. Berdasarkan hasil Uji F didapati bahwa keunikan, kualitas, dan kesesuaian harga pada produk tabungann berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap Keunggulan Bersaing. Pada Uji Koefisien Determinasi (R^2) terlihat bahwa nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh yaitu sebesar 0,656 (65,6%). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen X_1 (Keunikan Produk Tabungan), X_2 (Kualitas Produk Tabungan), dan X_3 (Kesesuaian Harga Produk Tabungan) memiliki kemampuan yang kuat (0,60-0,799) dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen Y (Keunggulan Bersaing). Sisanya 34,5% yang akan terpengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak dapat dijelaskan pada penelitian ini.

Kata kunci : keunikan produk tabungan, kualitas produk tabungan, kesesuaian harga produk tabungan, keunggulan bersaing.

PENDAHULUAN

Globalisasi telah mendorong dunia bisnis menuju persaingan yang semakin sengit yang pada akhirnya mempengaruhi bisnis dimana hanya bisnis kompetitif yang dapat bertahan. Dalam *Unlocking E-Government Potential*, Subhash Bathnagar (2012: 2) menyebutkan "*In free market economy, each company tries to out perform it's competitors. A competitor is rival.*" Yang mengandung arti bahwa dalam ekonomi pasar bebas, setiap perusahaan berusaha mengungguli para pesaingnya. Pesaing adalah saingan. Dapat disimpulkan maksudnya ialah persaingan yang sentiasa timbul dalam dunia bisnis menggalakkan kemunculan idea-idea baru yang boleh membina produk atau jasa yang memberi nilai tambah kepada pelanggan. Keadaan ini boleh menyebabkan perubahan dalam pemasaran, maka perubahan ini seharusnya dapat mendorong pengurus untuk membangunkan kualitas produk atau jasa menjadi global, untuk meningkatkan daya saing.

Dengan persaingan perdagangan yang semakin kompetitif ini, ia mendorong ahli bisnis untuk menonjolkan produk mereka daripada persaingan melalui keunikan produk, kualitas produk, dan juga harga kompetitif yang mesti diberikana kepada pengguna. Ini dilakukan supaya perusahaan dapat bertahan di tengah-tengah persaingan yang kompetitif. Semakin sengit persaingan, perusahaan mesti memahami apa dan bagaimana untuk menguruskan segala macam sumber yang ada. Kunci penting untuk memenangi persaingan terletak pada usaha perusahaan untuk mencipta kelebihan daya saing (Mardiyono, 2015).

Menurut (Ibrahim, 2015) Keunggulan bersaing adalah kunci kejayaan dalam konsep pengurusan strategik korporat, kerana ia adalah strategi yang direka untuk mendapatkan nilai korporat. Perusahaan mengalami kelebihan daya saing apabila tindakan dalam industri atau pasaran mencipta nilai ekonomi dan apabila beberapa perusahaan pesaing terlibat dalam tindakan yang serupa (Kadarningsih, 2013) Jika perusahaan memilih strategi yang betul untuk menganalisis pasaran, ia akan dengan mudah mencipta kelebihan daya saing dalam pasaran tersebut.

Menciptakan keunggulan bersaing dalam memasuki pasar global suatu perusahaan dituntut untuk meningkatkan kemampuan yang ada, kemampuan yang

dimaksud adalah kesanggupan untuk mempertahankan pangsa pasar yang dimiliki dan lebih lagi memenangkan pangsa pasar dari pesaing. Wachjuni dalam Ekawati, menyatakan bahwa keunggulan bersaing harus dimiliki oleh perusahaan atau produk untuk mencapai kinerja dan mencapai kesuksesan produk yang dihasilkan (Ekawati, N.W., I.K. Rahyuda, et al, 2016)).

Walaupun perusahaan berusaha bersaing dan menawarkan yang terbaik kepada pelanggan, namun tidak dapat menjamin bahwa tujuan perusahaan akan tercapai karena setiap konsumen memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda terhadap produk dan jasa yang ada di pasar. Hal ini sesuai dengan pernyataan Kotler dalam Saleh dan Said bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Kondisi pasar yang sangat dinamis dan beragamnya produk yang ditawarkan membuat konsumen semakin cerdas dan selektif dalam memilih produk yang ingin dibelinya (Saleh, M. Y., 2019)

Pesatnya perkembangan bisnis wirausaha juga tercermin dari dunia perbankan berbasis syariah meningkatnya daya saing lembaga perbankan syariah dan semakin ketatnya persaingan antar bank berbasis syariah (Daulay, 2016). Oleh karena itu, bank syariah terus membentuk dan menyempurnakan strategi bisnisnya untuk memenangkan persaingan. Bank Islam berusaha untuk memperhatikan menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif dengan menyediakan produk dan layanan yang lebih baik kepada nasabahnya (Mujayanah, dkk, 2014).

Bank Islam adalah institusi keuangan yang usaha utamanya menyediakan pembiayaan dan jasa lainnya sesuai dengan prinsip syariah Islam. Bank syariah menggunakan sistem bagi hasil dan imbalan lain yang mengikuti pedoman syariah Islam tidak menggunakan bunga. Bank syariah adalah bank yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menawarkan layanan pembayaran berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits (Inayah, 2020).

Tujuan pendirian bank syariah adalah untuk mewujudkan bank syariah sebagai pengganti bank konvensional yang menerapkan sistem riba, sehingga mewujudkan bank syariah yang sistem pelaksanaannya sesuai dengan prinsip syariah dan bersedesuai, dengan berbagai cara yang dianut oleh syariah, bank untuk mengembangkan dananya menurut syariah, seperti melaksanakan sistem qiradh atau mudharabah, dan menjalankan usaha yang keuntungannya sesuai dengan akurasi syariah. Oleh itu, bank Islam berpegang teguh kepada umat Islam dengan Aqidahnya supaya dapat melakukan perkara yang diharamkan Allah dan menjauhi yang haram. Oleh itu, bank Islam mengamalkan prinsip toleransi, belas ihsan dan kemudahan yang dapat menyelamatkan umat Islam daripada kesusahan dan kesusahan yang mereka alami. supaya mereka dapat menjalankan transaksi pinjaman. pinjaman yang baik mengikut peraturan syariah

Maka, masalah utama perbankan syariah di Indonesia adalah persaingan yang semakin ketat antara bank, baik antara bank konvensional maupun bank syariah itu sendiri, oleh karena itu bank syariah memerlukan produk dan layanan

unik yang mempunyai perbedaan dari produk dan layanan pesaing antara syariah dan institusi keuangan konvensional. Bank Islam juga diharapkan dapat menyediakan produk dan jasa berkualitas yang diperlukan dan mengikut kepuasan pengguna atau pelanggan atau nasabah.

Pengembangan Bank Sumut Syariah KC Syariah Medan juga boleh dibangunkan melalui keunikan produk, keunikan produk atau jasa yang dikemukakan membolehkan bank menarik minat daripada sasaran pengguna Bank Sumut Syariah KC Syariah Medan. Dengan menyediakan pelbagai kemudahan penyelenggaraan, ciri tambahan, fleksibiliti, kemudahan dan produk lain yang sukar ditiru oleh pesaing lain (Ikatan Bankir Indonesia, 2016).

Produk yang unik dalam transaksi bank Islam beraneka ragam, seperti biaya transaksi yang lebih rendah, kualitas produk yang lebih tinggi, pemrosesan yang lebih pantas, jasa yang lebih aman, komunikasi yang lebih mudah dengan pelanggan, atau semua perkara ini. Bank Islam akan berjaya dalam persaingan sekiranya bank mempunyai idea yang digunakan untuk mencipta produk jasa unik yang tidak dihasilkan oleh bank lain. Oleh sebab itu, banyak organisasi keuangan menumpukan usaha mencipta produk dan jasa unik yang tidak dijual oleh bank lain (Joyosumarto, 2018).

Pembangunan Bank Sumut Syariah KC Syariah Medan juga boleh dibangunkan melalui kualitas produk, kualitas produk merupakan faktor lain yang mempengaruhi daya saing bank Islam. Menurut Kotler dan Keller (2013: 89) produk ialah "keseluruhan ciri dan ciri produk yang bergantung kepada keupayaannya untuk memenuhi keperluan yang dinyatakan atau tersirat". Bank dikehendaki memenuhi harapan umum keseluruhan pelanggannya melalui produk yang ditawarkannya. Kualitas produk diharapkan dapat memberikan nilai tambah dengan manfaat yang akan diterima oleh pelanggan. Dengan begitu ramai pesaing yang mengeluarkan produk yang hampir sama, setiap bank perlu merangka strategi yang betul dalam memasarkan produknya. Di bank Islam, produk yang paling menarik pelanggan adalah fitur serbaguna yang tidak melibatkan daripada riba dan menawarkan segala macam hadiah yang boleh menarik pelanggan, seperti: layanan haji dan umrah.

Selain daripada kualitas produk, perkara yang perlu diberi perhatian oleh perbankan Islam dalam bersaing ialah dengan mengawal harga produk (sistem pembagian hasil). Menurut Kotler dan Armstrong (Kotler, 2013) harga produk merupakan faktor yang mempunyai pengaruh nyata dan kuat terhadap keputusan pengguna untuk membuat pembelian. Asas untuk penetapan harga sentiasa berkaitan dengan kesesuaian apa yang diterima oleh pengguna. Dari sudut pandangan pengguna, harga sering digunakan sebagai penunjuk nilai jika harga berkaitan dengan faedah yang dirasakan sesuatu barangan atau jasa. Dalam situasi tertentu pengguna sangat sensitif harga (contohnya, permintaan yang elastik), supaya harga yang agak tinggi berbanding pesaingnya boleh menghapuskan produk daripada pertimbangan pengguna. Meski demikian, dalam hal lain, harga boleh

digunakan sebagai penunjuk pengganti kualitas produk, dengan keputusan bahwa harga yang lebih tinggi dilihat secara positif oleh segmen tertentu.

Berbagai usaha yang dilakukan oleh bank Islam hampir sama dengan bank konvensional di mana strategi pemasaran adalah salah satu hal penting dan turut menawarkan pelanggan bermacam produk. Usaha ini dijalankan dengan membangun produk perbankan seperti variasi produk yang lebih pelbagai, meningkatkan kualitas produk, dan strategi pemasaran, serta dalam menentukan harga dan penawaran produk menggunakan unsur Islam (Anggraini, T., Juliati Nasution, Y.S., 2015).

Persaingan bank Islam sangat besar di Kota Medan di mana di Kota Medan terdapat sangat banyak institusi keuangan Islam yang ditubuhkan dan beroperasi seperti banyak penubuhan Baitul Maal Wa Tamwil (BMT), koperasi Islam dan bank Islam sendiri, Bank Muamalat dan Bank Syariah. Indonesia (BSI). Namun begitu, Bank Sumut Syariah KC Medan mampu berkembang dengan baik dan maju di antara banyaknya kompetisi yang ada di kota Medan.

Bank Sumut KC Syariah Medan merupakan salah satu unit usaha syariah yang menjadi tujuan masyarakat untuk melakukan transaksi dengan prinsip syariah. Hadirnya Bank Sumut Syariah KC Syariah Medan sebagai bank yang menggabungkan antara nilai rohani dan idealisme usaha, dan merupakan solusi baru bagi perbankan di Indonesia. Bank SUMUT Syariah Kantor Pusat Medan berdiri sejak tanggal 04 November 2004. Bank Sumut Syariah KC Syariah Medan merupakan salah satu perbankan di Indonesia yang memberikan pelayanan terbaik bagi seluruh nasabahnya untuk memperlancar dan mempermudah urusan berbisnis dan lain-lain. Untuk mempermudah kelancaran dana disuatu perbankan, sumber dana yang paling besar untuk memperoleh dana oleh bank adalah melalui produk tabungan.

Bank Sumut Syariah unggul dalam produk Tabungan Smart IB Wadiah yaitu tabungan dengan prinsip wadiah yad dhamanah/deposit yang boleh diambil pada bila-bila masa (on call) atau berdasarkan perjanjian tertentu yang telah dipersetujui dan tidak perlu dikembalikan kecuali dalam bentuk pemberian sukarela daripada Bank. Produk tabungan ini bertujuan untuk pelanggan individu dan institusi yang mahukan dana mereka disimpan dengan selamat dengan proses yang mudah dan bermanfaat serta boleh digunakan sebagai akaun bersama. (Soemitra, 2017). Bank SUMUT Syariah memiliki beberapa jenis produk tabungan syariah lainnya seperti: Tabungan Smart iB, Tabungan Smart iB Payroll, Tabungan Smart iB Rencana, Tabungan Smart iB Makbul, Tabungan Sempel iB. Dengan adanya berbagai jenis produk tabungan syariah di Bank SUMUT Syariah Medan, diharapkan masyarakat agar lebih spesifik dalam menentukan jenis produk tabungan apa yang sesuai dengan kebutuhan. Setiap produk tabungan yang ditawarkan oleh Bank SUMUT Syariah memiliki kualitas dan kelebihannya masing-masing.

Mengingat pentingnya menciptakan keunggulan bersaing yang tinggi, oleh itu penulis ingin meneliti indikator-indikator yang mempengaruhi keunggulan bersaing di Kantor KC Syariah Bank Sumatera Utara Bank Syariah Medan dengan

institusi keuangan Islam di kota Medan. Berdasarkan huraian, sebab pengkaji dan latar belakang di atas, pengkaji berhasrat untuk menjalankan penelitian dengan tajuk “Pengaruh Keunikan, Kualitas, Dan Kesesuaian Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Produk Tabungan Di Bank SUMUT KC Syariah Medan”.

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah sejenis kegiatan penelitian yang spesifikasinya sistematis, terancang dan tersusun jelas dari awal hingga pembuatan reka bentuk penelitian, baik mengenai objektif, subjek, dan objek penelitian, serta sampel data, sumber data, dan metodologi (bermaksud bermula daripada pengumpulan data kepada analisis data) (Suharso, 2012).

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2020), penelitian kuantitatif boleh ditafsirkan sebagai pendekatan penelitian berdasarkan falsafah positivistik (data konkrit) yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian/soal selidik, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini akan menguji pada pengaruh Keunikan Produk, Kualitas Produk dan Kesesuaian Harga pada produk tabungan terhadap Keunggulan Bersaing Bank Sumut KC Syariah Medan Katamso.

B. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan jenis penelitian kuantitatif asosiatif, Menurut Sugiyono (2013: 11) diartikan sebagai penelitian yang bermaksud untuk menentukan pengaruh maupun hubungan antara dua atau lebih variabel. dengan pendekatan kuantitatif untuk menentukan dua atau lebih variabel. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan/survey, yaitu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengambil data dari lapangan (Arikunto, 2013). Tinjauan dijalankan untuk mengumpul maklumat dengan bertanya kepada orang ramai melalui senarai soalan berstruktur. Dengan tinjauan, penyelidik bertujuan untuk mendapatkan maklumat seperti kebaikan, sikap, atau pendapat responden yang dinyatakan dalam menjawab soalan. Semakan ini bertujuan untuk memasukkan sejumlah besar orang supaya hasil semakan boleh dilihat sebagai mewakili populasi atau generalisasi (Sunyoto, 2014).

Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel bebas (X1: Keunikan Produk Tabungan, X2: Kualitas Produk Tabungan, dan X3: Kesesuaian Harga Produk Tabungan) dan Variabel terikat (Y: Keunggulan Bersaing).

2. Sumber Data

(Subana, 2010), Data adalah sejumlah informasi yang dapat memberikan gambaran tentang suatu keadaan atau masalah, baik dalam bentuk bilangan (kelompok) maupun dalam bentuk kategori, seperti: baik, buruk, tinggi, rendah dan sebagainya. Data berdasarkan sumber dikelaskan kepada dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama atau sumber asli daripada perorangan atau individu seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasanya disiapkan oleh penyelidik/peneliti. Data primer diperoleh secara langsung dari sumbernya, sehingga peneliti menjadi orang pertama yang mendapatkan data tersebut (Sunyoto, 2014). Untuk menghasilkan data primer dalam penelitian ini, ia dijalankan dengan menyebar kuesioner.

Sedangkan data sekunder adalah data yang diterbitkan yang dikumpulkan oleh pihak lain, orang atau lembaga tertentu, bukan oleh peneliti sendiri, dalam bentuk informasi atau sumber yang relevan dengan masalah yang ada (Sunyoto, 2014: 42). Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan dipersembahkan sama ada oleh pengumpul data primer atau oleh pihak lain, contohnya dalam bentuk jadwal atau gambar bagan (Umar, 2014). Data sekunder diperolehi menggunakan penelitian perpustakaan (*library research*). Penelitian ini dijalankan dengan mencari dan mengumpul beragam sumber bacaan serta meneliti bermacam teori berkaitan judul penelitian yang diperoleh daripada pembacaan literatur, buku, artikel, jurnal, dan lainnya. Selain itu, peneliti juga menggunakan data sekunder dalam bentuk informasi pelanggan yang diperolehi langsung dari Bank Sumut KC Syariah Medan.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2012: 115), Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas serta karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya diambil kesimpulan. Dalam arti lebih singkat populasi diartikan sebagai keseluruhan objek/subjek penelitian yang diteliti (Sulistyaningsih, 2011: 100). Dari pengertian tersebut maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini ialah nasabah Bank SUMUT KC Syariah Medan.

2. Sampel

Sampel dapat didefinisikan sebagai bagian karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2015: 23). Dalam hal ini, peneliti menggunakan teknik persampelan kebarangkalian di mana penentuan sampel memberikan peluang atau peluang yang sama untuk setiap ahli populasi untuk dipilih sebagai sampel. Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka dalam menentukan sampel menggunakan rumus Wibosono (Akdon & Riduwan, 2013: 30).

$$n = \left(\frac{(Z_{\alpha/2})\sigma}{e} \right)^2 = \left(\frac{(1,96)(0,25)}{0,05} \right)^2 = 96,04$$

n = Jumlah Sampel

$Z_{\alpha/2}$ = Dengan tingkat kepercayaan 95%. Jika pada nilai alpha = 0,05

maka $Z_{\alpha/2} = Z_{(0,05/2)} = Z_{0,975}$

σ = Standar deviasi 25% = (0,25)

e = Batas kesalahan sebesar 5% = (0,05)

Dengan menggunakan rumus di atas, maka diperoleh sampel sebanyak 96 orang/responden. Merujuk kepada formula ini, sampel yang akan diambil pada penelitian ini ialah 100 orang/responden yang diambil daripada pembulatan di atas dengan tahap keyakinan 95%. Responden penelitian ini adalah nasabah Bank SUMUT KC Syariah Medan Katamso.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Tabel 1.1 Estimasi Uji Validitas

Variabel	Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Keunikan Produk Tabungan (X_1)	X1.1	0,728	0,361	Valid
	X1.2	0,561		Valid
	X1.3	0,815		Valid
	X1.4	0,431		Valid
	X1.5	0,674		Valid
	X1.6	0,632		Valid
	X1.7	0,666		Valid
	X1.8	0,736		Valid
Kualitas Produk Tabungan (X_2)	X2.1	0,661	0,361	Valid
	X2.2	0,803		Valid
	X2.3	0,743		Valid
	X2.4	0,639		Valid
	X2.5	0,756		Valid
	X2.6	0,672		Valid
	X2.7	0,607		Valid
	X2.8	0,542		Valid
Harga Produk Tabungan (X_3)	X3.1	0,824	0,361	Valid
	X3.2	0,742		Valid
	X3.3	0,672		Valid
	X3.4	0,831		Valid
	X3.5	0,803		Valid
	X3.6	0,613		Valid

	X3.7	0,598		Valid
	X3.8	0,713		Valid
Keunggulan Bersaing (Y)	Y.1	0,710	0,361	Valid
	Y.2	0,678		Valid
	Y.3	0,577		Valid
	Y.4	0,439		Valid
	Y.5	0,627		Valid
	Y.6	0,642		Valid
	Y.7	0,682		Valid
	Y.8	0,622		Valid

Sumber: Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 20.00 (2023)

Berdasarkan data yang ditampilkan pada Tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan tersebut dinyatakan valid, karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan layak untuk digunakan sebagai instrumen pada penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

Berikut ini merupakan penyajian nilai reliabilitas pada variabel X_1 (Keunikan Produk Tabungan), X_2 (Kualitas Produk Tabungan), X_3 (Harga Produk Tabungan) dan Y (Keunggulan Bersaing) sebagai berikut :

Tabel 1.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Alpha	Keterangan
Keunikan Produk Tabungan (X_1)	0,797	0,61 s/d 0,80	Reliabel
Kualitas Produk Tabungan (X_2)	0,830	0,81 s/d 1,00	Sangat Reliabel
Harga Produk Tabungan (X_3)	0,866	0,81 s/d 1,00	Sangat Reliabel
Keunggulan Bersaing (Y)	0,741	0,61 s/d 0,80	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 20.00 (2023)

Berdasarkan hasil pengukuran reliabilitas dari tabel 1.2 diatas dapat diketahui bahwa variabel X_1 (Keunikan Produk Tabungan) dinyatakan "Reliabel", X_2 (Kualitas Produk Tabungan) dinyatakan "Sangat Reliabel", X_3 (Harga Produk Tabungan) dinyatakan "Sangat Reliabel", dan Y (Keunggulan

Bersaing) dinyatakan “Reliabel”. Maka dapat disimpulkan bahwa tiap-tiap item pernyataan pada kuesioner layak digunakan sebagai instrument pada penelitian ini.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan perhitungan regresi dengan beberapa pendekatan yaitu Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*, analisa grafik histogram, dan analisa grafik *Probability Plot* dengan perbandingan antara beberapa observasi dengan distribusi yang berbeda yang mendekati distribusi normal.

1) Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

Yang menjadi pedoman pada penelitian ini merupakan variabel Y yaitu Keunggulan Bersaing. Berdasarkan uji *Kolmogorov-Smirnov* data akan terdistribusi normal jika signifikansi $> 0,05$, sedangkan apabila signifikansi $< 0,05$ maka distribusi akan dinyatakan tidak normal.

**Tabel 1,3 Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	0E-7
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	2.26304095
	Absolute	.093
Most Extreme	Positive	.093
Differences	Negative	-.090
Kolmogorov-Smirnov Z		.926
Asymp. Sig. (2-tailed)		.357

a. Test distribution is Normal.

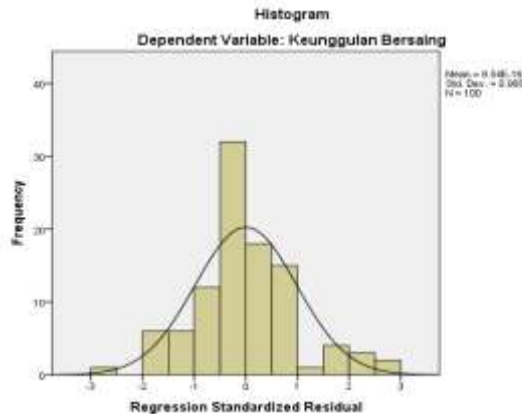
b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov* pada Tabel 4.12 di atas dapat diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,357 yang berarti bahwa data pada penelitian ini terdistribusi secara normal karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* $> 0,05$.

2) Grafik Histogram

Untuk melihat apakah data terdistribusi normal pada analisis grafik histogram dapat dilihat dengan grafik histogram berbentuk lonceng (*Bell Shaped*) dan apabila grafik menunjukkan kemencengan ke kanan maupun ke kiri dapat diartikan bahwa data tidak terdistribusi dengan normal.



Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2023)

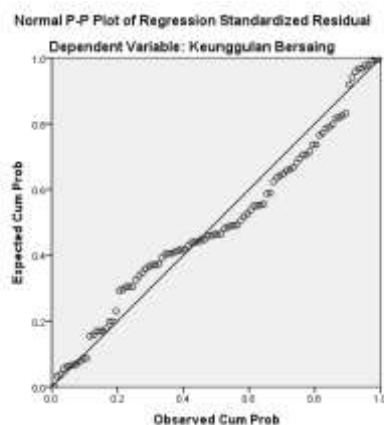
Gambar 1.1 Grafik Histogram

Berdasarkan hasil uji grafik histogram pada Gambar 4.3 di atas dapat diketahui bahwa data dinyatakan normal, hal tersebut dapat dilihat dari bentuk histogram yang jelas berbentuk lonceng dan tidak terlihat kemencengan baik ke kanan maupun ke kiri.

3) Grafik *Probability Plot*

Pada grafik probability plot terdapat beberapa ketentuan yang digunakan untuk menunjukkan apakah data akan dinyatakan normal atau justru tidak normal yaitu sebagai berikut:

- a) Apabila hasil data grafik *probability plot* menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut maka model regresi dinyatakan normal.
- b) Apabila hasil data grafik *probability plot* menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal tersebut maka model regresi dinyatakan tidak normal.



Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2023)

Gambar 1.2 Kurva Normal *Probability Plot*

Berdasarkan hasil uji grafik *Probability Plot* pada Gambar 1.2 dapat diketahui bahwa data pada penelitian ini dinyatakan normal, hal tersebut terlihat dari kurva *Probability Plot* yang memiliki pola

distribusi yang menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 1.4 Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.524	3.061		.824	.412		
1 Keunikan Produk Tabungan	.209	.097	.142	2.154	.034	.802	1.247
Kualitas Produk Tabungan	.386	.090	.406	4.283	.000	.387	2.583
Harga Produk Tabungan	.343	.077	.397	4.476	.000	.441	2.269

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2023)

Berdasarkan pada Tabel 4.13 dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Nilai VIF dari X_1 (Keunikan Produk Tabungan) yaitu sebesar 1,247, nilai VIF dari X_2 (Kualitas Produk Tabungan) yaitu sebesar 2,583, dan nilai VIF dari X_3 (Kesesuaian Harga Produk Tabungan) yaitu sebesar 2,269 yang mana nilai-nilai VIF tersebut < 10. Maka berdasarkan kesimpulan di atas, dapat diartikan bahwa data pada penelitian ini terbebas dari multikolinieritas sehingga model regresi dapat dikatakan reliable sebagai dasar analisis.
- 2) Nilai *tolerance* dari X_1 (Keunikan Produk Tabungan) yaitu sebesar 0,802, nilai *tolerance* dari X_2 (Kualitas Produk Tabungan) yaitu sebesar 0,387, dan nilai *tolerance* dari X_3 (Harga Produk Tabungan) yaitu sebesar 0,441 yang mana nilai-nilai *tolerance* tersebut > 0,1. Maka berdasarkan kesimpulan di atas, dapat diartikan bahwa data pada penelitian ini terbebas dari multikolinieritas sehingga model regresi dapat dikatakan reliable sebagai dasar analisis

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 1.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.156	2.098		1.504	.136
1 Keunikan Produk Tabungan	-.024	.066	-.042	-.367	.715
Kualitas Produk Tabungan	-.005	.062	-.012	-.074	.941
Harga Produk Tabungan	-.018	.053	-.051	-.336	.738

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2023)

Berdasarkan pada Tabel 1.5 di atas, dapat disimpulkan bahwa varian residul terbebas dari heteroskedastisitas, hal tersebut dapat terlihat bahwa nilai *Sig.* dari ketiga variabel yaitu variabel X_1 (Keunikan Produk Tabungan) sebesar 0,715, variabel X_2 (Kualitas Produk Tabungan) sebesar 0,941 dan variabel X_3 (Harga Produk Tabungan) sebesar 0,738 yang berarti bahwa nilai-nilai *Sig.* tersebut > 0,05 sehingga dapat diasumsikan terbebas dari heteroskedastisitas.

3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.524	3.061		.824	.412
1 Keunikan Produk Tabungan	.209	.097	.142	2.154	.034
Kualitas Produk Tabungan	.386	.090	.406	4.283	.000
Harga Produk Tabungan	.343	.077	.397	4.476	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2023)

Dari hasil pada Tabel 1.6 di atas, dapat diperoleh *Coefficients* regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \epsilon$$

$$Y = 2,524 + 0,209X_1 + 0,386X_2 + 0,343X_3 + \epsilon$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta (α) positif diperoleh dengan nilai 2,524 hal itu menunjukkan bahwa variabel independen (Keunikan Produk Tabungan), (Kualitas Produk Tabungan), dan (Harga Produk Tabungan) berpengaruh positif.
- 2) Koefisien regresi $X_1(b_1)$ diperoleh nilai sebesar 0,209 dengan nilai positif, hal itu menunjukkan bahwa variabel independen (Keunikan Produk Tabungan) berpengaruh positif terhadap variabel Y (Keunggulan Bersaing). Apabila koefisien nilai variabel (X_1) Keunikan Produk Tabungan yang nilai awalnya 0,209 mengalami perubahan kenaikan sebesar 1% maka menjadi 1,209 dan variabel (Y) Keunggulan Bersaing yang nilai awalnya 0 juga akan mengalami kenaikan menjadi 0,209. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap adanya peningkatan pada variabel (X_1) keunikan produk tabungan maka variabel (Y) keunggulan bersaing Bank SUMUT KC Syariah Medan akan naik dan meningkat.
- 3) Koefisien regresi $X_2(b_2)$ diperoleh nilai sebesar 0,386 dengan nilai positif, hal itu menunjukkan bahwa variabel independen (Kualitas Produk Tabungan) berpengaruh positif terhadap variabel Y (Keunggulan Bersaing). Apabila koefisien nilai variabel (X_2) Kualitas Produk Tabungan yang nilai awalnya 0,386 mengalami perubahan kenaikan sebesar 1% maka menjadi 1,386 dan variabel (Y) Keunggulan Bersaing yang nilai awalnya 0 juga akan mengalami kenaikan menjadi 0,386. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap adanya peningkatan pada variabel (X_2) kualitas produk tabungan maka variabel (Y) keunggulan bersaing Bank SUMUT KC Syariah Medan akan naik dan meningkat.
- 4) Koefisien regresi $X_3(b_3)$ diperoleh nilai sebesar 0,343 dengan nilai positif, hal itu menunjukkan bahwa variabel independen (Harga Produk Tabungan) berpengaruh positif terhadap variabel Y (Keunggulan Bersaing). Apabila koefisien nilai variabel (X_3) Harga Produk Tabungan yang nilai awalnya 0,343 mengalami perubahan kenaikan sebesar 1% maka menjadi 1,343 dan variabel (Y) Keunggulan Bersaing yang nilai awalnya 0 juga akan mengalami kenaikan menjadi 0,343. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap adanya peningkatan pada variabel (X_3) harga produk tabungan maka variabel (Y) keunggulan bersaing Bank SUMUT KC Syariah Medan akan naik dan meningkat.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Tabel 1.7 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

(Constant)	2.524	3.061		.824	.412
1 Keunikan Produk Tabungan	.209	.097	.142	2.154	.034
Kualitas Produk Tabungan	.386	.090	.406	4.283	.000
Harga Produk Tabungan	.343	.077	.397	4.476	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji parsial (Uji t) yang dipaparkan pada Tabel 1.7 di atas dapat disimpulkan bahwa:

1) Pengujian Hipotesis Pertama (H_1)

Pada pengujian (Keunikan Produk Tabungan) diperoleh nilai dari t_{hitung} yaitu 2,154, sehingga diketahui bahwa nilai $t_{hitung} 2,154 > t_{tabel} 1,985$. Dan nilai p-value pada kolom *Sig.* yaitu $0,034 < 0,05$ yang berarti berpengaruh secara signifikan. Maka demikian dapat dinyatakan bahwa H_1 diterima, sehingga dapat diartikan bahwa Keunikan Produk Tabungan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di Bank SUMUT KC Syariah Medan.

2) Pengujian Hipotesis Kedua (H_2)

Pada pengujian (Kualitas Produk Tabungan) didapati nilai dari t_{hitung} yaitu 4,283, sehingga diketahui bahwa nilai $t_{hitung} 4,283 > t_{tabel} 1,985$. Dan nilai p-value pada kolom *Sig.* yaitu $0,000 < 0,05$ yang berarti berpengaruh secara signifikan. Maka demikian dapat dinyatakan bahwa H_2 diterima, sehingga dapat diartikan bahwa Kualitas Produk Tabungan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di Bank SUMUT KC Syariah Medan.

3) Pengujian Hipotesis Ketiga (H_3)

Pada pengujian (Kesesuaian Harga Produk Tabungan) didapati nilai dari t_{hitung} yaitu 4,476, sehingga diketahui bahwa nilai $t_{hitung} 4,476 > t_{tabel} 1,985$. Dan nilai p-value pada kolom *Sig.* yaitu $0,000 < 0,05$ yang berarti berpengaruh secara signifikan. Maka demikian dapat dinyatakan bahwa H_3 diterima, sehingga dapat diartikan bahwa Harga Produk Tabungan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di Bank SUMUT KC Syariah Medan.

4) Sesuai dengan teori yang ada, terlihat bahwa ketiga variabel tersebut yaitu variabel independen (Keunikan Produk Tabungan), (Kualitas Produk Tabungan), dan (Harga Produk Tabungan) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen Y (Keunggulan Bersaing) di Bank SUMUT KC Syariah Medan.

b. Uji Simultan (Uji F)

Adapun rumus menentukan nilai F_{tabel} adalah:

$$\begin{aligned} df1 \text{ (untuk pembilang)} &= k-1 \\ df2 \text{ (untuk penyebut)} &= n-k \end{aligned}$$

Dimana: k = jumlah variabel penelitian

n = jumlah data penelitian

Maka: $df1 = k-1 = 4-1 = 3$

$df2 = n-k = 100-4 = 96$

Jika pada taraf signifikansi (α) = 5%, maka nilai $F_{tabel} = 2,70$

Tabel 1.8 Hasil Uji Simultan (Uji F)-ANOVA
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1013.146	3	337.715	63.944	.000 ^b
Residual	507.014	96	5.281		
Total	1520.160	99			

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Harga Produk Tabungan, Keunikan Produk Tabungan, Kualitas Produk Tabungan

Sumber: Pengolahan SPSS (2023)

Pengujian pada Tabel 1.8 didapati bahwa nilai F_{hitung} (63,944) > F_{tabel} (2,70) dan *Sig.* sebesar $0,000 < 0,05$, sesuai dengan teori yang ada hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 diterima, sehingga dapat diartikan bahwa Keunikan Produk Tabungan, Kualitas Produk Tabungan, dan Harga Produk Tabungan bersama-sama (simultan) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di Bank SUMUT KC Syariah Medan.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Adapun hasil pengujian Uji Koefisien Determinasi (R^2) dapat dilihat pada Tabel 4.19 di bawah ini:

Tabel 1.9
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.816 ^a	.666	.656	2.298

a. Predictors: (Constant), Harga Produk Tabungan, Keunikan Produk Tabungan, Kualitas Produk Tabungan

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2023)

Berdasarkan perhitungan Uji Koefisien Determinasi (R^2) di atas, terlihat bahwa nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh yaitu sebesar 0,656 (65,6%). Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai dari variabel dependen Y (Keunggulan Bersaing) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (Keunikan Produk Tabungan), (Kualitas Produk Tabungan), dan (Harga Produk Tabungan) adalah sebesar 65,6%. Sisanya 34,5% yang akan terpengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak dapat dijelaskan pada penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen (X_1 , X_2 , dan X_3) memiliki kemampuan untuk menjelaskan variasi dari variabel dependen (Y). Sesuai dengan interval koefisien determinasi (R^2) menurut Sugiyono (2018:184) dinyatakan bahwa variabel independen memiliki kemampuan yang kuat (0,60-0,799) dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen di penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah hasil penelitian ini dianalisis dan dipaparkan, maka dalam bab ini penulis dapat menarik kesimpulan yang menjadi inti dari penelitian yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 2,154 > t_{tabel} 1,985$ dan nilai p-value pada kolom *Sig.* yaitu $0,034 < 0,05$. Artinya bahwa secara parsial Keunikan Produk Tabungan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di Bank SUMUT KC Syariah Medan Katamso. Dengan semakin meningkatnya Keunikan Produk Tabungan juga akan menaikkan Keunggulan Bersaing.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 4,283 > t_{tabel} 1,985$. Dan nilai p-value pada kolom *Sig.* yaitu $0,000 < 0,05$. Artinya bahwa secara parsial Kualitas Produk Tabungan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di Bank SUMUT KC Syariah Medan Katamso. Dengan semakin meningkatnya Kualitas Produk Tabungan juga akan menaikkan Keunggulan Bersaing.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 4,476 > t_{tabel} 1,985$. Dan nilai p-value pada kolom *Sig.* yaitu $0,000 < 0,05$. Artinya bahwa secara parsial Kesesuaian Harga pada Produk Tabungan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di Bank SUMUT KC Syariah Medan Katamso. Dengan semakin meningkatnya Harga Produk Tabungan juga akan menaikkan Keunggulan Bersaing.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} 63,944 > F_{tabel} 2,70$. Dan nilai p-value pada kolom *Sig.* yaitu $0,000 < 0,05$. Artinya bahwa secara bersama-sama (simultan) Keunikan, Kualitas, dan Kesesuaian Harga pada Produk Tabungan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di Bank SUMUT KC Syariah Medan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Bank SUMUT KC Syariah Medan, penulis menyarankan beberapa hal terkait dengan judul penelitian Pengaruh Keunikan, Kualitas, dan Kesesuaian Harga Pada Produk Tabungan di Bank SUMUT KC Syariah Medan, sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu tambahan referensi dalam penelitian yang sama dengan variabel yang berbeda. Selain itu juga, peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas dan menambah variabel penelitian lainnya yang mempunyai pengaruh kuat terhadap keunggulan bersaing pada bank syariah.
2. Bagi Akademis, penelitian ini boleh digunakan untuk menambah sumbangan dalam pemikiran perbankan Islam sebagai bahan pertimbangan dan maklumat dalam penelitian berkaitan penelitian ini serta menambah literatur dalam bidang perbankan Islam khususnya tentang kelebihan daya saing dan boleh digunakan sebagai bahan bacaan untuk menambah wawasan dan pengetahuan
3. Bagi lembaga (Bank SUMUT KC Syariah Medan), penelitian ini boleh dijadikan bahan penilaian dan input bagi pengurusan Bank SUMUT KC Syariah Medan Katamso guna meningkatkan keloyalitasan nasabahnya melalui peningkatan keunikan dan kualitas produk tabungan yang ada maupun yang telah dipasarkan, memberikan kesesuaian harga produk tabungan dengan sebaik-baiknya guna bersaing di dunia perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, T., Juliaty Nasution, Y.S., dan S. (2015). *Lembaga Keuangan Syariah*. FEBI

UIN-SU Press.

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Daulay, A. N. dan M. L. I. N. (2016). *Manajemen Perbankan Syariah*. FEBI UIN-SU Press.
- Ekawati, N.W., I.K. Rahyuda, et al. (2016). Implementation of Ecoprenership and Green Innovation in Building Competitive Advantage to Generate Success of New Spa Products in Bali. *International Bussiness Management.*, 10, 14.
- Ibrahim, R. dan I. P. (2015). Influence of Strategic Competitive Advantage on Cooperation Performance. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3, 4.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2016). *Tata Kelola Manajemen Risiko Perbankan*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Inayah, N. (2020). *Perbankan Syariah*. FEBI UIN-SU Press.
- Joyosumarto, S. (2018). *B.A.N.K.I.R. Kepemimpinan Lembaga Perbankan Abad ke-21*. PT. Elex Media Komputindo.
- Kadarningsih, A. (2013). Competitive Advantage; The Affecting Factors And Its Impact On Selling-In Performance (Studies On Patronage Outlets Pt. Indosat Semarang). *Journal: Economics and Business Faculty, University of Dian Nuswantoro. Semarang*, 21, 1.
- Kotler, P. and G. A. (2013). *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi 9. Jilid 1. Terjemahan oleh Alexander Sindoro Edisi Bahasa Indonesia*. PT Indeks Gramedia.
- Mardiyono, A. (2015). Pengaruh Orientasi Pasar, Pembelajaran Organisasi, Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Ilmiah UUNTAG Semarang*, 4, 1.
- Mujayanah, dkk. (2014). Evaluasi Kinerja Perbankan dengan Perspektif Balanced Scorecard: Studi pada Perbankan Syariah di Wilayah Purwokerto. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis.*, 1, 2.
- Saleh, M. Y., M. S. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Cv. Sah Media.
- Soemitra, A. (2017). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Kencana.
- Subana, et. al. (2010). *Statistik Pendidikan*. CV Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Alfabeta Cet 2.
- Suharso, P. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis, Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi, dan Praktis*. PT Indeks.
- Sunyoto, D. (2014). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Media Pressindo.
- Umar, H. (2014). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Rajawali Pers.