

Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah PT. Bank Syariah Indonesia kantor cabang pembantu Kejuruan Muda Aceh Tamiang

Elviana[✉] dan Yulina Astuti

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Pase Langsa, Jalan Kebun Baru No 05 A
Paya Bujok Seuleumak, Kota Langsa, 24415, Provinsi Aceh, Indonesia.

[✉]Email: elviana22@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik) terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah. Penelitian menggunakan 98 responden dan metode analisis data menggunakan persamaan regresi linier berganda uji koefisien determinasi dan uji t serta uji F. Kualitas pelayanan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Hasil penelitian menunjukkan pada variable kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah ditanggapi responden secara umum dengan tanggapan netral, hal ini diketahui dari rata-rata tanggapan antara 3 dan dalam skala likert adalah netral. Hasil persamaan regresi linier berganda $Y = -0,628 + 0,212X_1 + 0,303X_2 + 0,357X_3 + 0,407X_4 + 0,253X_5$, koefisien regresi secara keseluruhan untuk kualitas pelayanan yang terdiri dari reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,733 atau 73,3% kualitas pelayanan berupa reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik mempengaruhi kepuasan nasabah dan sisanya sebesar 26,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Hasil uji t untuk kualitas pelayanan terdiri dari reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji F diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($54,247 > 2,31$), kualitas pelayanan yang terdiri dari reliability, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci: Kualitas, Layanan, Nasabah, BSI, Aceh Tamiang

1. PENDAHULUAN

Dunia perbankan tidak terlepas dari kepuasan dan ketidakpuasan nasabah adalah hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan menggunakan suatu produk jasa bank. Harapan itu lantas dibandingkan dengan persepsinya terhadap kualitas yang diterimanya dengan menggunakan produk jasa tersebut. Jika harapannya lebih tinggi daripada kualitas yang didapatkan, maka nasabah merasa tidak puas. Sebaliknya, jika harapan sama dengan atau lebih rendah daripada kualitas yang didapatkan, maka nasabah merasa puas. Seiring dengan perkembangan perbankan yang terjadi di Indonesia, nasabah semakin mempunyai banyak pilihan untuk memanfaatkan jasa bank. Apabila pelayanan suatu perbankan dirasa kurang memuaskan nasabah, maka secara tidak langsung nasabah akan berpaling dan pindah pada lembaga perbankan yang lain. Sebagai usaha mempertahankan nasabah, bank harus bisa memilih mana bentuk kebijakan maupun teknologi yang paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal tersebut akan mempengaruhi ketetapan, terhadap nasabah. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan mencerminkan baik tidaknya bank tersebut di mata nasabah.

1.1 Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono & Chandra (2011:164), Konsep kualitas dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian (*conformance quality*). Menurut Kotler yang dikutip oleh Punomo (2012:128) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen yang barometernya dapat dilihat dari prosedur atau mekanisme pelayanan itu sendiri dan dilihat dari reaksi nasabah ditandai dengan kepuasannya.

Layanan tersebut dapat diukur dengan menggunakan indikator-indikator dari kualitas pelayanan itu sendiri, seperti pendapat berikut ini.

Subagyo (2016:244) terdapat lima dimensi yang biasa dikenal dengan rater, kelima elemen kunci itu adalah sebagai berikut:

1. Reliabilitas (*reliability*)

Yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, kehandalan, memuaskan. dan indikatornya mencakup:

- Ketepatan pelaksanaan layanan
- Kesesuaian pelaksanaan dengan prosedur
- Konsisten tidak pilih kasih

2. Assurance

Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf/karyawan (bebas dari bahaya resiko dan keraguan), indikatornya mencakup:

- Kemampuan petugas
- Keramahan petugas
- Kepercayaan pelanggan

d. Keamanan pelanggan

3. Tangible

Yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. indikatornya mencakup:

- Peralatan dan fasilitas yang lengkap dan nyaman
- Gedung/kantor yang memadai dan nyaman
- Profil petugas yang ramah dan rapih

4. Empati (*emphaty*)

Yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. indikatornya mencakup:

- Kemudahan dalam memperoleh layanan
- Kejelasan informasi
- Pemahaman pelanggan

5. Responsif (*responsiveness*)

Yaitu keinginan para staf untuk membantu para nasabah/pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap

- Kecekatan petugas dalam pelayanan menangani masalah keluhan nasabah
- Hemat waktu dan tenaga

Menurut Tjiptono & Chandra (2011:232-233), kualitas layanan telah dijabarkan ke dalam dua puluh dua atribut yang telah dijadikan sebagai indikator, yaitu:

1. Reliabilitas, terdiri dari:

- menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan
- dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan
- menyampaikan jasa secara benar semenjak pertama kali
- menyampaikan jasa sesuai waktu yang dijanjikan
- menyimpan catatan/ dokumen tanpa kesalahan

2. Daya tanggap, terdiri dari:

- menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa
- layanan yang segera/cepat bagi pelanggan
- kesediaan untuk membantu pelanggan
- kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan

3. Jaminan, terdiri dari:

- karyawan yang menumbuhkan rasa percaya para pelanggan
- membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi
- karyawan secara konsisten bersikap sopan
- karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan

4. Empati

- Memberikan perhatian secara individu kepada para pelanggan
- Karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian
- Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan

- d. Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan
- e. Waktu beroperasi yang nyaman
- 5. Bukti fisik, terdiri dari:
 - a. Peralatan modern
 - b. Fasilitas yang berdaya tarik visual
 - c. Karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional
 - d. Materi-materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual

1.2 Kepuasan

Subagyo (2016:9) menyatakan bahwa kepuasan merupakan konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Konsekuensi kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan pelanggan sangat krusial bagi kalangan bisnis, pemerintah dan juga konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2010:138) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Menurut Putra (2012:312) kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Fandy Tjiptono (2012:315) ada beberapa indikator untuk mengukur kepuasan, antara lain:

1. Sistem Keluhan dan Saran
Suatu perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan memberikan kesempatan yang luas pada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain. Informasi dari para pelanggan ini akan memberikan masukan dan ide-ide bagi perusahaan agar bereaksi dengan tanggap dan cepat dalam menghadapi masalah-masalah yang timbul. Sehingga perusahaan akan tahu apa yang dikeluhkan oleh para pelanggannya dan segera memperbaikinya.
2. *Ghost Shopping* (pura-pura menjadi pelanggan)
Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial. Sebagai pembeli potensial terhadap produk dari perusahaan dan juga dari produk pesaing. Kemudian mereka akan melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga bisa mengamati cara penanganan terhadap setiap

keluhan yang ada, baik oleh perusahaan yang bersangkutan maupun dari pesaingnya.

3. *Lost Customer Analysis*
Perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar dapat memahami penyebab mengapa pelanggan tersebut berpindah ke tempat lain. Dengan adanya peningkatan *customer lost rate*, di mana peningkatan *customer lost rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.
4. Survei Kepuasan Pelanggan
Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, e-mail, website, maupun wawancara langsung. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung (*feedback*) dari pelanggan dan juga akan memberikan kesan positif terhadap para pelanggannya.
Menurut Oliver dalam Rahmana (2012:33), terdapat lima indikator dalam mengukur kepuasan nasabah:
 1. Puas dengan pelayanan
 2. Tidak ada komplain (keluhan) dari nasabah
 3. Kinerja bank sesuai harapan nasabah
 4. Nasabah memiliki pengalaman yang baik dalam proses transaksi.
 5. Pilihan yang terbaik untuk bertransaksi.

2. METODE PENELITIAN

- 2.1 Waktu dan Tempat
Penelitian ini dilakukan selama tiga bulan yaitu dari bulan Agustus 2022 sampai bulan Oktober 2022, yaitu meliputi pengambilan sampel, penelitian ini di lakukan pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu di Kejuruan Muda Kabupaten Aceh Tamiang.
- 2.2 Metode Pengumpulan Data
Pengambilan sampel dilakukan melalui wawancara lapangan secara langsung kepada responden, Observasi (pengamatan) merupakan pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek, yang bertujuan untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya, dan membagikan kusioner atau angket, Dan jenis data yang digunakan yaitu Data Kualitatif dan Data Kuantitatif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah dari Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu di Kejuruan Muda Kabupaten Aceh Tamiang yang berjumlah 98 responden. Kuesioner sebagai data primer dalam penelitian ini telah disebarkan kepada sampel yang telah ditentukan sesuai kriteria.

Tabel 1 dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan usia. Responden usia antara 20-29 tahun sebanyak 35 orang (35,7%), serta usia antara 30-39 tahun 25 orang (25,5%) usia antara 40-49 tahun sebanyak 27 orang (27,6%) dan lebih 50 tahun sebanyak 11 orang (11,2%).

Dari tabel 2 dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Responden jenis kelamin terbanyak adalah perempuan sebanyak 50 orang (51,0%) dan jenis kelamin laki-laki sebanyak 48 orang (49,0%).

Dari Tabel 3 dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan pendidikan. Responden dengan pendidikan adalah SMP sebanyak 12 orang (12,2%), serta tingkat pendidikan SMA sebanyak 30 orang (30,6%), diploma sebanyak 15 orang (15,3%) dan Sarjana 41 orang (41,8%).

Dari Tabel 4 dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan pekerjaan. Responden dengan pekerjaan mahasiswa sebanyak 5 orang (5,1%), selanjutnya disusul dengan pekerjaan pegawaisebanyak 47 orang (48,0%), serta pekerjaan wiraswasta sebanyak 40 orang (40,8%) dan lainnya sebanyak 6 orang (6,1%).

Berdasarkan tabel IV-7 dapat dibuat persamaan sebagai berikut:

$$Y = -0,628 + 0,212X_1 + 0,303X_2 + 0,357X_3 + 0,407X_4 + 0,253X_5$$

Berdasarkan persamaan di atas dapat dijelaskan:

1. Konstanta sebesar -0,628 adalah kepuasan nasabah sebelum dipengaruhi oleh variabel reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik.
2. Koefisien regresi sebesar 0,212 X_1 , menunjukkan bahwa reliability atau kehandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dan bila tanggapan responden mengenai reliability meningkat satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,212 dengan asumsi daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik bernilai tetap.
3. Koefisien regresi sebesar 0,303 X_2 , menunjukkan bahwa daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dan bila tanggapan responden mengenai daya tanggap meningkat satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,303 dengan asumsi reliabilitas, jaminan, empati dan bukti fisik bernilai tetap.
4. Koefisien regresi sebesar 0,357 X_3 , menunjukkan bahwa jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dan bila tanggapan responden

mengenai jaminan meningkat satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,357 dengan asumsi reliabilitas, daya tanggap, empati dan bukti fisik bernilai tetap.

5. Koefisien regresi sebesar 0,407 X_4 , menunjukkan bahwa empati berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dan bila tanggapan responden mengenai empati meningkat satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,407 dengan asumsi reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan bukti fisik bernilai tetap.
6. Koefisien regresi sebesar 0,253 X_5 , menunjukkan bahwa bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dan bila tanggapan responden mengenai bukti fisik meningkat satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,253 dengan asumsi reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati bernilai tetap.

Tabel 1. Usia Responden

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	20-29	35	35,7%
2	30-39	25	25,5%
3	40-49	27	27,6%
4	≥ 50	11	11,2%
Total		98	100%

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	48	49%
2	Perempuan	50	51%
Total		98	100%

Tabel 3. Pendidikan Responden

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SMP	12	12,2%
2	SMA	30	30,6%
3	Diploma	15	15,4%
4	Sarjana	41	41,8%
Total		98	100%

Tabel 4. Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Mahasiswa	5	5,1%
2	Pegawai	47	48%
3	Wiraswasta	40	40,8%
4	Lainnya	6	6,1%
Total		98	100%

Tabel 5. Koefisien

Variabel	B	t-hitung	t-signifikan
Kepuasan (constant)	-0,628	-1,833	0,070
Reliabilitas	0,212	3,192	0,002
Daya tanggap	0,303	4,249	0,001
Jaminan	0,357	4,642	0,002
Empati	0,407	5,743	0,000
Bukti fisik	0,253	2,764	0,007
Koefisien korelasi (R)	0,864	Predictors: (Constant), reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik Dependent Variable: kepuasan	
Koefisien determinasi (R ²)	0,733		
t _{tabel} (n-k = 98-6 = 92 pada α 5%)	1,986		
F _{hitung}	33,854		
F _{tabel} df1= (k-1 =6-1=5) df2 = n-k = 98-6=92 pada α 5%	2,31		

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) (Adjusted R Square) sebesar 0,733. Nilai koefisien determinasi tersebut 0,733 atau 73,3% menunjukkan variabel reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kejuruan Muda Kabupaten Aceh Tamiang dan sisanya sebesar 26,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Pembuktian hipotesis pada penelitian menggunakan uji t dan uji F sebagai berikut:

1. Hasil uji statistik (uji t)

Uji statistik (uji t) diketahui dari t hitung dan t tabel dapat dilihat IV-7 hasil uji untuk setiap variabel sebagai berikut:

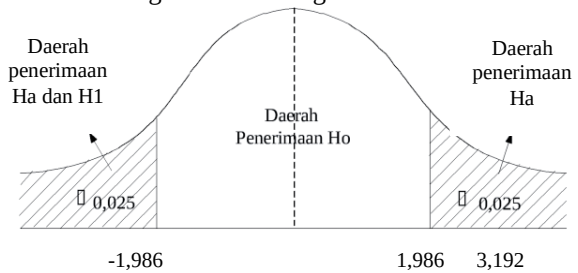
- Pada variabel reliabilitas t hitung $>$ t tabel ($3,192 > 1,986$) maka dapat dinyatakan bahwa secara statistik variabel reliabilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima. (Gambar 1)
- Pada variabel daya tanggap t hitung $>$ t tabel ($4,249 > 1,986$) maka dapat dinyatakan bahwa secara statistik variabel daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini diterima. (Gambar 2)
- Pada variabel jaminan t hitung $>$ t tabel ($4,642 > 1,986$) maka dapat dinyatakan bahwa secara statistik variabel jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini diterima. (Gambar 3)
- Pada variabel empati t hitung $>$ t tabel ($5,743 > 1,986$) maka dapat dinyatakan bahwa secara statistik variabel empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini diterima. (Gambar 4)
- Pada variabel bukti fisik t hitung $>$ t tabel ($2,764 > 1,986$) maka dapat dinyatakan bahwa secara statistik variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini diterima. (Gambar 5)

2. Hasil uji statistik (uji F)

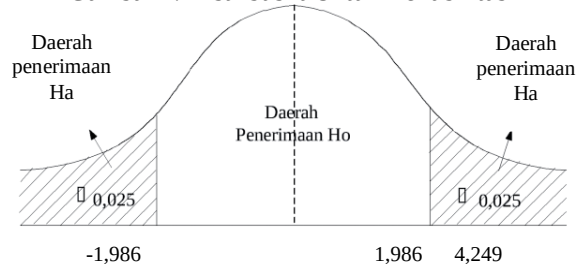
Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui uji F diperoleh F hitung $>$ F tabel ($33,854 > 2,31$), maka dapat dinyatakan secara statistik kualitas pelayanan yang terdiri dari reliability, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima. (Gambar 6)

Gambar 5 menunjukkan bahwa hasil uji F masuk kedalam daerah penolakan H_0 atau masuk dalam daerah penerimaan yang dapat dinyatakan bahwa reliability, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pada PT. Bank Syariah

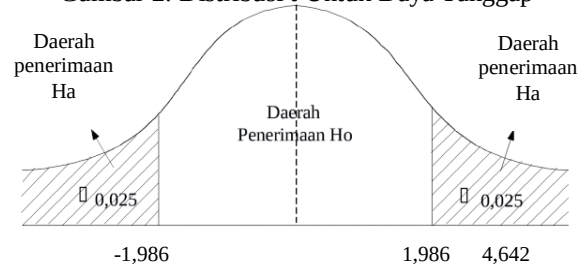
Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kejuruan Muda Kantor Cabang Aceh Tamiang.



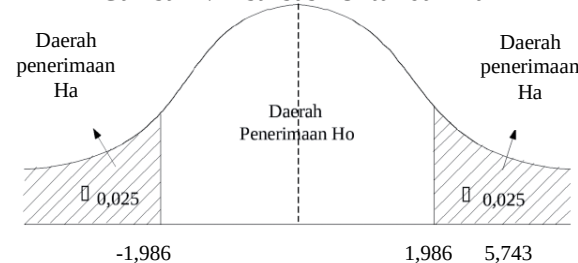
Gambar 1. Distribusi t Untuk Reliabilitas



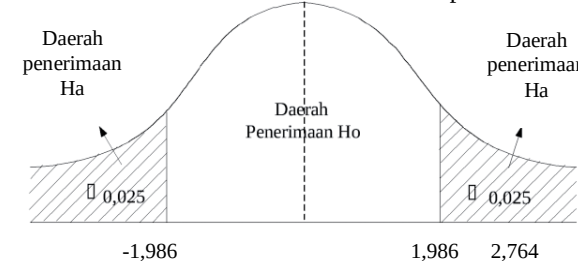
Gambar 2. Distribusi t Untuk Daya Tanggap



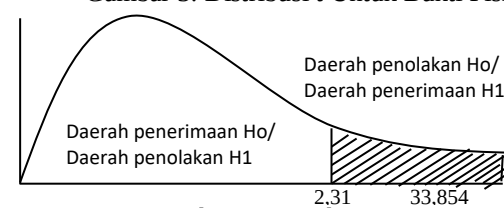
Gambar 1. Distribusi t Untuk Jaminan



Gambar 2. Distribusi t Untuk Empati



Gambar 3. Distribusi t Untuk Bukti Fisik



Gambar 4. Distribusi F

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari reliability, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasan, Ali, (2014), Marketing, Penerbit Media Presindo, Jakarta.
- Kotler Philip dan Keller Kevin Lane, (2010), Manajemen Pemasaran, Penerbit PT Indeks, Jakarta.
- Kirom, Bahrul, (2012), Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen, Penerbit Pustaka Reka Cipta, Bandung.
- Laksana Fajar, (2015), Manajemen Pemasaran, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Nasution, M, (2014), Total Quality Manajemen, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Punomo Hari, (2012), Service Quality, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Putra, (2012), Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Atas Pelayanan Teller, Jurnal Manajemen. Vol 3. No.2 Hal 1-11.
- Prasetyo (2011), Manajemen Pemasaran. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Rahmana (2012), Analisis Kepuasan Nasabah. Jurnal Ekobis. Vol 7. No 3.
- Subagyo, Ahmad, (2016), Marketing in Business, Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta
- Sudawati, (2013), Analisis Keperilakuan Kualitas Pelayanan Jasa, Jurnal Usahawan, Vol. 2, No. 2, Hal 28-36.
- Sugiyono, (2014), Statistik Untuk Penelitian, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, (2017), Metode Penelitian, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Soraya, (2017), Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol 4. No 1 hal 12-22.
- Sinulinga, Sukaria, (2013), Metode Penelitian, Penerbit USU Press, Medan.
- Tjiptono, Fandy, (2012), Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, (2014), Strategi Pemasaran, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, Chandra Gregory (2011), Manajemen Pemasaran, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Widiyanto, Kusuma, (2015), Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank, Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, Vol. 17, No. 1.
- Winarno. (2015), Statistika. Penerbit UPP YKPN, Yogyakarta.
- Yazid, 2016, Manajemen Pemasaran Jasa, Penerbit Caps, Jakarta.