

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA PT. PERMODALAN
NASIONAL MADANI ULAMM UBUD**

**Oleh :
Pande Wayan Apriani**

ABSTRAK

Dewasa ini persaingan di dunia lembaga keuangan semakin ketat. Hal ini menuntut lembaga keuangan untuk tetap menjaga serta mempertahankan nasabah yang sudah ada maupun menambah nasabah baru. Tentunya kepuasan nasabah adalah faktor utama yang bisa membuat nasabah tetap bertahan dan tidak berpindah kepada Bank lain. Pentingnya faktor-faktor pendukung kepuasan nasabah dalam hal ini adalah kualitas pelayanan, dirasa sebagai faktor utama dalam memberikan kontribusi tetap terhadap nasabah itu sendiri.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, yang terdiri dari lima indikator yaitu *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), *responsiveness* (daya tanggap), *reliability* (keandalan), dan *assurance* (jaminan) berpengaruh pada kepuasan nasabah pada PT. Permodalan Nasional Madani Ulamm Ubud.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Permodalan Nasional Madani Ulamm Ubud. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 50 responden. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan dan variabel terikatnya adalah kepuasan nasabah. Analisis data dilakukan dengan bantuan rumus-rumus dan teori-teori yang ada.

Berdasarkan Hasil analisis, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 52,345 + 0,180X$ yang berarti bahwa variasi naik turun kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif sebesar 0,180 terhadap setiap satuan kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil analisa koefisien determinasi (r^2) dapat diketahui bahwa 13,2% kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan sisanya 86,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Berdasarkan hasil perhitungan analisis korelasi yang diperoleh nilai r sebesar 0,364; yang memiliki arti bahwa terdapat hubungan yang positif dan rendah antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan pula bahwa apabila kualitas pelayanan ditingkatkan, maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat pula. Hasil perhitungan analisis uji t (t -test) menunjukkan pula bahwa nilai t_{hitung} (2,707) lebih besar daripada nilai t_{tabel} (1,677) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa hipotesis diterima, dimana ada hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: *Kualitas pelayanan, kepuasan nasabah*

PENDAHULUAN

Dewasa ini persaingan di dunia lembaga keuangan semakin ketat. Hal ini menuntut lembaga keuangan untuk tetap menjaga serta mempertahankan nasabah yang sudah ada maupun menambah nasabah baru. Tentunya kepuasan nasabah adalah faktor utama yang bisa membuat nasabah tetap bertahan dan tidak berpindah kepada Bank lain. Pentingnya faktor-faktor pendukung kepuasan nasabah dalam hal ini adalah kualitas pelayanan, dirasa sebagai faktor utama dalam memberikan kontribusi tetap terhadap nasabah itu sendiri. Untuk tetap menjaga kepuasan nasabah maka, salah satu cara yang harus dibenahi adalah perbaikan peningkatan kualitas baik itu dari segi pelayanan maupun kelengkapan fasilitasnya yang harus memang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah.

Perusahaan jasa terlebih pada lembaga keuangan, hendaknya benar-benar memanfaatkan layanan yang berkualitas untuk dapat unggul dalam persaingan, sebab sekarang ini banyak sekali lembaga keuangan yang menawarkan produk dengan kualitas yang menjanjikan, sehingga konsumen sangat selektif dalam menentukan pilihan. Upaya ditekankan pada program pengembangan kualitas layanan dan kepuasan konsumen (nasabah), karena melalui dua hal ini keunggulan bersaing dapat tercapai. Masalah konsumen merupakan indikator bagaimana kondisi perusahaan jasa dimasa yang akan datang. Satu cara terbaik mempertahankan dan menambah jumlah nasabah adalah menjaga serta memanage perhatian pada nasabah yang puas. Kepuasan dapat diketahui dengan melakukan pengumpulan informasi secara sistematis tentang respon para nasabah terhadap layanan yang diberikan perusahaan.

Menurut Nasution (2004:47), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Royne dalam Suryani (2001: 273), "Kualitas pelayanan menjadi komponen utama karena produk- produk utamabank yaitu kredit merupakan suatu penawaran yang tidak berbeda dan pelayananbank juga mudah di tiru". Oleh karena itu persaingan akan sangat di pengaruhi oleh kemampuan bank memberikan pelayanan terbaik yang bermutu di bandingkan pesaingnya. Menurut Kotler (1997) dimensi kualitas pelayanan merupakan gambaran atas seberapa jauh perbedaan antara kenyataan pelayanan (*perceived service*), dengan harapan para nasabah atas pelayanan yang seharusnya mereka terima (*expected service*). Ketidak sesuaian *perceived service* atas *expected services*. Sehingga menciptakan masalah kualitas pelayanan menurut nasabah, fenomena ini dinamakan kesenjangan (GAP). Dari sinilah terciptanya persepsi nasabah serta mengenai kepuasan nasabah (*consumer satisfaction*).

Selain itu kepuasan nasabah yaitu menjadi tolak ukur untuk peningkatan kualitas pelayanan dan menjadi prioritas utama bagi perusahaan dalam melakukan perubahan kearah yang lebih baik. Zeithaml, parasuraman dan Berry dalam buku Kotler (1997:53) yang di kenal dengan *service quality (SERVQUAL)*, yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati).

Salah satu jenis perusahaan jasa yang memfokuskan pada kualitas dan kepuasan nasabah adalah perusahaan yang bergerak di bidang lembaga keuangan. Unit Layanan Modal Mikro (ULAMM) adalah Layanan dari PT. Permodalan

Nasional Madani (PNM) yang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang dibentuk oleh pemerintah dengan maksud dan tujuan dalam rangka memperdayakan usaha mikro dan kecil. Kegiatan ULAMM hanya bersifat lending atau menyalurkan pembiayaan dan tidak menghimpun dana dari masyarakat karena unit usaha ini bukan lembaga perbankan. Penelitian ini dilakukan di UlaMM Unit Ubud karena Ulamm Ubud merupakan unit terbesar kedua di Cabang Denpasar setelah unit Kerangasem. Selain itu, sebagian nasabahnya banyak yang berasal dari wilayah Ubud karena mempunyai usaha di daerah Ubud. Demi memenuhi harapan nasabah dan pengguna jasa ULAMM, ULAMM memberikan pelayanan yang berorientasikan kualitas yaitu selalu memperhatikan kepuasan nasabah maupun pelayanan yang berorientasikan kuantitas yaitu pada inovasi produk-produknya. Harapan nasabah dan pengguna jasa ULAMM sangatlah penting, maka ULAMM perlu melakukan riset konsumen untuk mengevaluasi kualitas layanan. Secara Umum kepuasan nasabah tergantung pada mutu dan kualitas jasa yang diterima. Menurut Parasuraman (Lupiyoadi, 2001 :148) kualitas jasa adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima dan peroleh. Dalam dimensi kualitas jasa terdiri dari *tangible* (berwujud), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (kepercayaan), dan *empathy* (empati). Pada PT. Permodalan Nasional Madani kualitas pelayanan berdasarkan dimensi tangible seperti lokasi kantor, penampilan staff dan kebersihan kantor Ulamm, dari segi dimensi reliability seperti ketepatan waktu pelayanannya, dan pelayanan sesuai janji, dari segi responsiveness seperti kecepatan dalam menangani keluhan nasabah, kejelasan penyampaian informasi produk, dari segi assurance seperti

keamanan dalam bertransaksi, dan dari segi empati seperti kemampuan karyawan komunikasi terhadap nasabah, dan perhatian kepada nasabah. Kualitas itu sendiri dapat diartikan sebagai ukuran dimana produk atau pelayanan mampu memenuhi keinginan pelanggan. Kepuasan nasabah dalam kenyataan klien, nasabah sering kali dikesampingkan atau kurang diperhatikan dengan baik oleh setiap individu dalam organisasi, misalnya pelayanan yang lambat, tidak ramah, dsb.

ULAMM yang bergerak di bidang jasa, khususnya dilembaga keuangan non bank berusaha meningkatkan pelayanannya kepada nasabah. Kualitas pelayanan dan tingkat kinerja yang sudah dilakukan oleh ULAMM saat ini, telah menghasilkan tingkat kepuasan nasabah yang kompleks, tingkat kepuasan masing-masing nasabah atau pengguna jasa yang berbeda-beda.

Dari segala bentuk pelayanan yang ditawarkan kepada nasabah, titik vital yang menjadi *closing point* kepuasan nasabah adalah ketika bank berhasil menanamkan kekecewaan di hati nasabah, yang ujungnya nasabah bisa mempunyai rekening di dua, tiga atau lebih bank. Dari survei pendahuluan yang dilakukan peneliti, nasabah Ulamm memiliki rekening di bank lain, dengan alasan bank lain lebih dulu memiliki fasilitas on-line, Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dan Kartu Kredit atau suku bunga kreditnya rendah. Ulamm menerapkan berbagai strategi untuk mempertahankan nasabahnya dengan meningkatkan kualitas layanan dan melakukan program personal, misalnya mengadakan *gathering* atau *PKU* pada momen-momen tertentu.

Menurut (Lupiyoadi, 2001 :148) salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Apabila setelah dianalisis terdapat indikasi kurang puas

nasabah, maka harus diidentifikasi atribut yang menimbulkan ketidakpuasan itu dan melakukan tindakan korektif atau menyelesaikannya. Menganalisis tingkat pelayanan yang diberikan maka, akan mengetahui sejauh manakah pengaruh kualitas jasa serta kinerja yang diberikan ULAMM selama ini terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini dirancang untuk menguji tingkat pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berupa wujud fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan kepedulian (*emphaty*) berpengaruh pada kepuasan nasabah.

Pokok permasalahan penelitian ini berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan adalah Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT.Permodalan Nasional Madani Ulamm Ubud?

METODE PENELITIAN

Dalam Penelitian ini, maka penulis melakukan penelitian pada PT. Permodalan Nasional Madani Ulamm unit Ubud yang berlokasi di Jl. Cok Gde Rai, Desa Peliatan, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Objek dari penelitian ini adalah tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Permodalan Nasional Madani Ulamm Ubud. Yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah sampel yang diambil berdasarkan jumlah seluruh nasabah (populasi) tahun 2015 sebanyak 101 nasabah. Penentuan responden nantinya akan diambil secara acak random pada saat nasabah melakukan transaksi pembayaran kredit. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yang menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang disampaikan langsung kepada responden.

Pada penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan di pada PT. Permodalan Nasional Madani Ulamm Ubud, analisis koefisien korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan dan arah hubungan antara variabel bebas (kualitas pelayanan) dengan variabel terikat (kepuasan nasabah), analisis determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dan analisis uji t untuk mengetahui ada tidaknya signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah analisis statistik regresi linier

Rangkuman Hasil Analisis Statistik Antara Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah

Variabel Bebas (X)	Variabel Terikat (Y)	Regresi		Korelasi (r)	R Squer	t_{hitung}	Sig
		a	b				
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Kualitas pelayanan	Kepuasan nasabah	52,35	0,180	0,36	13,2	2.707	1.677
N = 50							

Sumber : Data diolah

Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut *Supranto* (2004), manfaat dilakukannya analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui besarnya pengaruh dari setiap peubah bebas terhadap peubah tak bebas, serta dapat meramalkan nilai peubah tak bebas Y, jika seluruh

peubah bebas sudah diketahui nilainya. Perhitungan analisis regresi linear sederhana untuk n peubah dilakukan berdasarkan rumus berikut :

$$Y = a + bX + \varepsilon$$

Dimana :

Y = Kepuasan Nasabah

X = Kualitas Pelayanan

a = Nilai Konstan

b = Nilai Konstanta

ε = Faktor pengganggu/galat.

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$= 52,345$$

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$= 0,180$$

Jadi persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 52,345 + 0,180X$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, diketahui bahwa nilai koefisien regresi (b) memiliki nilai positif, yang berarti bahwa variabel bebas (kualitas pelayanan) berpengaruh positif terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah). Persamaan regresi tersebut memiliki arti bahwa apabila nilai variabel bebas (kualitas pelayanan) naik/bertambah sebesar 1 satuan unit, maka nilai variabel terikat (kepuasan nasabah) akan naik/bertambah sebesar 52,53 satuan unit. Sebaliknya, apabila nilai variabel bebas (kualitas pelayanan) turun/berkurang

sebesar 1 unit, maka nilai variabel terikat (kepuasan nasabah) akan turun/berkurang sebesar 52.17 satuan unit.

Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

Analisis ini digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan dan arah hubungan antara variabel bebas (kualitas pelayanan) dengan variabel terikat (kepuasan nasabah) (Nata Wirawan, 2001:230).

Koefisien korelasi dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\}} \cdot \sqrt{\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana :

r= Koefisien korelasi

r²= Koefisien Determinasi

n= jumlah responden

X= total skor Kualitas pelayanan

Y= total skor kepuasan nasabah

$$\begin{aligned} r &= \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\}} \cdot \sqrt{\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}} \\ &= 0,364 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa koefisien korelasi bernilai positif, yaitu sebesar 0,364. Artinya terdapat hubungan yang positif yang rendah antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Permodalan Nasional Madani Ulamm Ubud. Hal ini menunjukkan apabila peningkatan kualitas pelayanan terus dilakukan maka kepuasan nasabah semakin

meningkat pula. Ini berarti ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (r^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006). Dipergunakan sebagai alat untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi antara variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah) dengan rumus:

$$\begin{aligned} D &= r^2 \times 100\% \text{ hasilnya adalah} \\ &= (0,364)^2 \times 100\% \\ &= 0,132 \times 100\% \\ &= 13,2\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (D) diperoleh sebesar 0,132. Nilai $D = 0,132$ memiliki arti bahwa 13,2% kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan sisanya sebesar 86,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Analisis Uji-t (t-test)

Untuk menguji nyata atau tidaknya hubungan antara variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah), maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji-t (*t-test*) yang merupakan uji signifikan.

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006).

Sesuai dengan hipotesis alternatif (H_a) yang diajukan, yang menyatakan bahwa " $r > 0$ " atau ada hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan

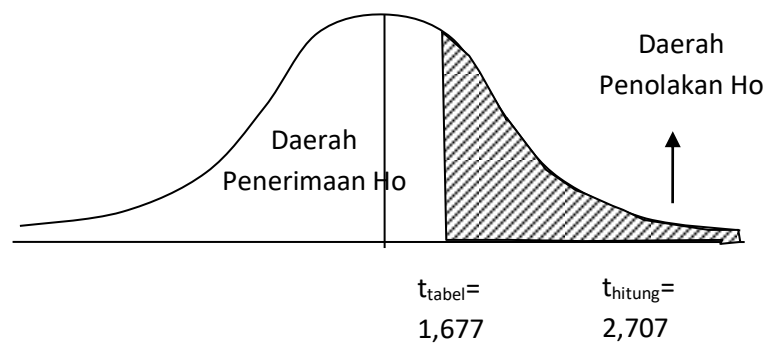
terhadap kepuasan nasabah, maka dalam pengujian ini dilakukan uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan dengan rumus $t_{tabel} = t_{(\beta, df)}$ dengan *level of significance* (β), ditentukan sebesar 5% yang merupakan tingkat kesalahan (*error*), dan tingkat kepercayaan atau kebenarannya adalah sebesar 95%, sedangkan *df* (*degrees of freedom*= derajat bebas) dapat dicari dengan rumus $df = n - k$. Untuk $n=50$ dan $k=2$, maka besarnya $df = n - k = 50 - 2 = 48$. Sehingga besarnya t_{tabel} yang dicari adalah $t_{(5\%, 48)}$ pada table t dalam lampiran 6, dengan hasil akhir sebesar 1,677. Sedangkan besarnya t_{hitung} berdasarkan hasil perhitungan adalah dengan rumus:

$$t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}} \quad t = 0,364 \sqrt{\frac{48}{0,868}}$$

$$t = 0,364 \sqrt{55,299} \quad t = 0,363 \times 7,436 = 2,707$$

Apabila digambarkan antara nilai t_{tabel} dengan t_{hitung} dalam sebuah kurva penerimaan atau penolakan hipotesis, dapat terlihat pada gambar 5.1 sebagai berikut :

Gambar 5.1 : kurva normal penerimaan dan penolakan hipotesis dengan Uji-t hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah.



Berdasarkan gambar 5.1, Dapat diketahui bahwa t_{hitung} di peroleh sebesar 2,707 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,667, ini berarti t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} , hal ini menunjukkan bahwa t_{hitung} terletak didaerah penolakan H_0 sehingga hipotesis diterima bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Permodalan Nasional Madani Ulamm Ubud.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan dalam pembahasan pada Bab V, dapat disimpulkan yaitu : didapatkan persamaan regresi $Y = 52,345 + 0,180X$; yang berarti naik turunnya kepuasan nasabah pada PT.Permodalan Nasional Madani Ulamm Ubud dipengaruhi oleh naik turunnya kualitas pelayanan sebesar 0,180. Hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah ternyata memiliki hubungan positif yang rendah, hal ini dapat dilihat pada analisis korelasi yang diperoleh sebesar 0,364, karena terletak pada range antara 0,20 – 0,39. Besarnya pengaruh atau koefisien Determinasi (r^2) kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 0,132 artinya kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 13,2% sementara sisanya 86,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Hasil analisis Uji-t (t-test) diperoleh t_{hitung} (2,707) lebih besar daripada nilai t_{tabel} (1,677), maka H_a diterima yang berarti bahwa terdapat hubungan positif yang rendah atau lemah antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Artinya apabila kualitas pelayanan yang diberikan semakin besar maka kepuasan nasabah akan besar atau tinggi. Sebaliknya semakin kecil kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin kecil pula kepuasan nasabah.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas, maka dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan agar dalam memberikan layanan kepada nasabah Ulamm, hendaknya tetap mempertahankan faktor-faktor dimensi layanan yang meliputi

keandalan (*reability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangible*), komunikasi (*empathy*) dan cepat tanggap (*responsiveness*) dalam melakukan layanan kepada nasabah.

2. Bagi perusahaan hendaknya mampu meningkatkan kualitas pelayanan dengan meningkatkan fasilitas dan juga kecepatan dalam transaksi agar memudahkan para nasabah dalam menggunakan fasilitas dan jasa bank lainnya.

Terutama dimensi tangible (kewujudan), yaitu mengenai kelengkapan fasilitas Ulamm Ubud seperti peralatan kantor dan tempat parkir kebersihan dan kenyamanan kantor serta penampilan karyawan Ulamm, dari segi dimensi kehandalan (*reability*) dengan memberikan pelayanan kepada nasabah dengan tepat sesuai janjinya, dari segi jaminan (*assurance*) dengan memberikan keamanan saat bertransaksi, dari segi daya tanggap (*responsiveness*) dengan memberikan kecepatan kemampuan dalam menangani keluhan nasabah, dan dari segi empati (*empathy*) dengan memberikan perhatian yang tulus kepada nasabah.

3. Mengingat koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh dari penelitian ini sebesar 0,132 atau 13,2% hal ini berarti kemampuan model dalam menjelaskan perilaku variabel kepuasan nasabah sebesar 13,2% masih tergolong rendah, sehingga peneliti selanjutnya disarankan dapat mengembangkan penelitian lanjutan dengan meneliti faktor-faktor lain yang diperkirakan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah PT. Permodalan Nasional Madani Ulamm Ubud.

REFERENSI

- Dibyantoro, Alhushori, dan Rini Gustriani. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Nasabah Pada Tabungan BTN Batara: studi kasus PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Palembang*. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi Vol 2, No.3.
- Handi, Irawan, 2007, 10 Prinsip Kepuasan Nasabah, PT Elex Media Komput Indo. Jakarta.
- Iksan Ongko Widjoyo, Leonid Julivan Rumambi dan Yohanes Sondang Kunto. 2013. *Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Drive Thru McDonald's Basuki Rahmat di Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol 1, No.1, 1-12.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, perencanaan dan pengendalian*. Terjemahan Jaka Wasana. Jakarta: Erlangga.
- _____, 2002. *Manajemen Pemasaran: Analisis, perencanaan dan pengendalian*. Terjemahan Jaka Wasana. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Jilid satu. Jakarta : PT.Prenhalindo
- Kasmir, 2004, *Pemasaran Bank*, Prenada Media, Jakarta.
- Lupiyoadi, rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktek*. Jakarta : PT.Salamba Empat.
- Stanton, William. 1996. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi tujuh. Jakarta : PT Erlangga.
- Sugiyono. 2000. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta, Bandung
- Tjiptono, 2002. *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua, Andi Offset, Yogyakarta
- Tjiptono, dan Chandra, 2002. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset
- Tjiptono, Fandy, 2002. *Manajemen Jasa, Perspektif Asia*. Andi Yogyakarta
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Bisnis*: PT. Gramedia Pustaka
- Wirawan, Nata. 2002. *Cara Mudah Memahami Statistik 2 (statistik Inferensia Untuk Ekonomi dan Bisnis)*. Edisi Kedua. Bali: Kertas Emas
- Yulinda. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Sumut Sejahtera I : studi kasus PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan*. Jurnal Ekonom, Vol 16, No. 1.

Zeithaml dan M.J.Bitner dalam Umar (2003 : 152), Dwiwinarsih : *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen 3.*