

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK CENTRAL ASIA Tbk. KANTOR CABANG PEMBANTU KLUNGKUNG

**Oleh :
I KADEK PANDE WARTANA**

ABSTRAK

Pengukuran kepuasan nasabah merupakan hal yang seharusnya dilakukan suatu organisasi secara periodik untuk lebih memantapkan keunggulan bersaingnya dibandingkan dengan kompetitor. Peningkatan kinerja yang dilakukan oleh petugas bank sebagai penyaji jasa serta pihak manajemen PT. Bank Central Asia Tbk Cabang Pembantu Klungkung sebagai penyedia jasa perbankan, pada atribut yang tepat akan membawa dampak positif yaitu meningkatkan kepuasan nasabah. Namun sebaliknya, peningkatan kinerja pada atribut yang tidak tepat akan membawa suatu organisasi pada pemborosan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kepuasan nasabah dengan menggunakan metode *Important Performance Analysis* dan Diagram Kartesius. Metode *Important Performance Analysis* dapat digunakan untuk menentukan bobot pada sisi tingkat kinerja/pelayanan yang diterima nasabah (X) dan bobot pada sisi tingkat kepentingan/harapan nasabah (Y) atas dasar lima dimensi kualitas pelayanan jasa yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Sedangkan metode diagram kartesius digunakan untuk mengidentifikasi prioritas perbaikan kinerja bagi perusahaan. Data penelitian didapat dengan menyebarkan kuesioner yang meliputi pertanyaan – pertanyaan yang mewakili 5 dimensi kualitas pelayanan jasa.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Tingkat kesenjangan terbesar terdapat pada dimensi *tangibles* dengan nilai gap sebesar 0,38 dimensi *responsiveness* sebesar 0,17 dimensi *assurance* sebesar 0,19 dimensi *reliability* sebesar 0,26 dan dimensi *empathy* 0,29. Sehingga prioritas utama perbaikan yang harus dilakukan terutama pada dimensi *tangibles*.

Kata Kunci : Kepuasan Nasabah, Tingkat Kepentingan, Tingkat Kinerja, Diagram Kartesius

ABSTRACT

The measurement of client satisfaction is a must thing to do by an organization in periodic to get better compete superiority than other competitor. The raising performance that is done by the employees of the bank as servicers and also as management of PT Bank Central Asia Tbk branch Klungkung as banking service provider, correct attribute will give positive effect such as developing client satisfaction. On the other hand, performance development in incorrect attribute will bring dissipation for an organization.

This research aim is to measure the client satisfaction by using Important Performance Analysis Method and Cartesian diagram. Important Performance Analysis Method can be used to determine the quality of performance level /service that is achieved by the client (X) and the quality of importance level/ client prospects (Y) based on five dimensions of service quality such as reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible. In other hand the Cartesian diagram is used for identifying the priority of performance improvement for company. Data of the research was taken by spread questionnaire which cover some questions that represent those five dimensions of service quality.

The result of this research shows that the biggest discrepancy level was there in tangible dimension with gap score was 0.38, responsiveness dimension was 0.17, assurance dimension was 0.19, reliability dimension was 0.26 and empathy dimension was 0.29. So the mean priority of the improvement which has to do is at the tangible dimension.

Key Words : Client Satisfaction, Importance Level, Performance Level, Cartesian Diagram.

PENDAHULUAN

Pelayanan yang baik dan berkualitas merupakan harapan utama dari tujuan masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan. Kualitas layanan (*service quality*) berarti seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima yang meliputi 2 unsur utama dalam kualitas layanan/jasa yaitu layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang diterima (*perceived service*). Kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Demikian pula dengan bisnis perbankan, merupakan bisnis yang berdasarkan pada azas kepercayaan, masalah kualitas layanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini.

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan adalah hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkannya. Harapan tersebut dibandingkan dengan persepsi pelanggan terhadap kenyataan dan harapan yang mereka terima/peroleh dari perusahaan. Menyadari pentingnya kualitas pelayanan, maka hal ini perlu diterapkan pada perusahaan yang bergerak di bidang lembaga keuangan perbankan, tepatnya pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang Pembantu Klungkung dituntut untuk tetap memberikan pelayanan / *service* yang sebaik – baiknya kepada setiap pelanggan / nasabah. PT. Bank Central Asia Tbk Cabang Pembantu Klungkung merupakan bank umum swasta nasional devisa, yang sebagian besar modalnya dimiliki oleh pihak swasta non asing dan dapat melakukan transaksi dengan luar negeri atau berkaitan dengan valuta asing.

Selanjutnya jumlah nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Cabang Pembantu Klungkung, dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tahun	Jumlah Nasabah (Orang)
2011	1783
2012	1883
2013	1770
2014	1907
2015	2005

Sumber :PT. Bank Central Asia Tbk Cabang Pembantu Klungkung (data diolah)

Dari tabel di atas dapat dilihat perkembangan nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Cabang Pembantu Klungkung, dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2015 mengalami fluktuasi. Jumlah nasabah terbesar adalah pada tahun 2015 yakni sebanyak 2005 orang dan jumlah terkecil terjadi pada tahun 2013 yaitu sebanyak 1770 orang.

Upaya peningkatan kualitas pelayanan oleh PT. Bank Central Asia Tbk Cabang Pembantu Klungkung bersifat inovatif dan berorientasi pada kepuasan nasabah. Namun masih muncul pertanyaan, apakah hal tersebut telah benar – benar dapat memberikan kepuasan bagi nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Cabang Pembantu Klungkung bila dilihat dari lima dimensi pelayanan. Maka perlu diadakan identifikasi apakah pelayanan yang selama ini diberikan telah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah. Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang Pembantu Klungkung.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Faktor – faktor pelayanan manakah yang diprioritaskan untuk diperbaiki sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang Pembantu Klungkung ?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang Klungkung yang beralamat di Jalan Puputan No 88B, Desa Galiran, Kecamatan Klungkung, Kabupaten Klungkung, dengan obyek penelitian yaitu kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang Klungkung, dimana kualitas pelayanan digunakan sebagai variabel independen dan tingkat kepuasan nasabah sebagai variabel dependen. Dan definisi operasional dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan nasabah dan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan nasabah meliputi: *Assurance*, *Reliability*, *Tangibles*, *Empathy*, dan *Responsiveness*. Sedangkan kepuasan nasabah meliputi: *expectation*, *performance*, dan *importance*. Secara umum jenis data dapat dikelompokkan menjadi 2, yaitu data kualitatif dan kuantitatif. Berdasarkan sumber data secara umum data dapat terbagi menjadi 2, yaitu data primer (data yang diperoleh langsung dari sumbernya) dan data sekunder (data yang telah dikumpulkan dari pihak lain).

Jumlah sampel dalam penelitian ditentukan berdasarkan rumus Slovin dikutip oleh Husein Umar (2005:108) yaitu untuk mencari ukuran sampel, ukuran populasi dibagi dengan dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Di mana e merupakan nilai kritis. Oleh karena populasi sudah diketahui jumlahnya, maka jumlah sampel yang akan diteliti adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{9348}{1 + 9348(0,1)^2} = 98,94$$

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 99 orang nasabah yang diambil secara *accidental sampling* dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner dan studi dokumentasi. Jawaban kuisisioner tersebut kemudian diolah dengan skala *likert*.

Adapun analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, dan analisis kualitatif. Analisis kuantitatif meliputi: Analisis deskriptif, Analisis *Importance Performance* dan analisis diagram kartesius. Berikut ini adalah rumus untuk mengukur skor rata-rata dari jawaban kuisisioner: (J.Supranto,2007:241)

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Analisis *Importance Performance* menghasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara harapan dan pelaksanaannya yang dapat diukur tingkat kesesuaiannya menggunakan rumus berikut :(J. Supranto, 2007:239).

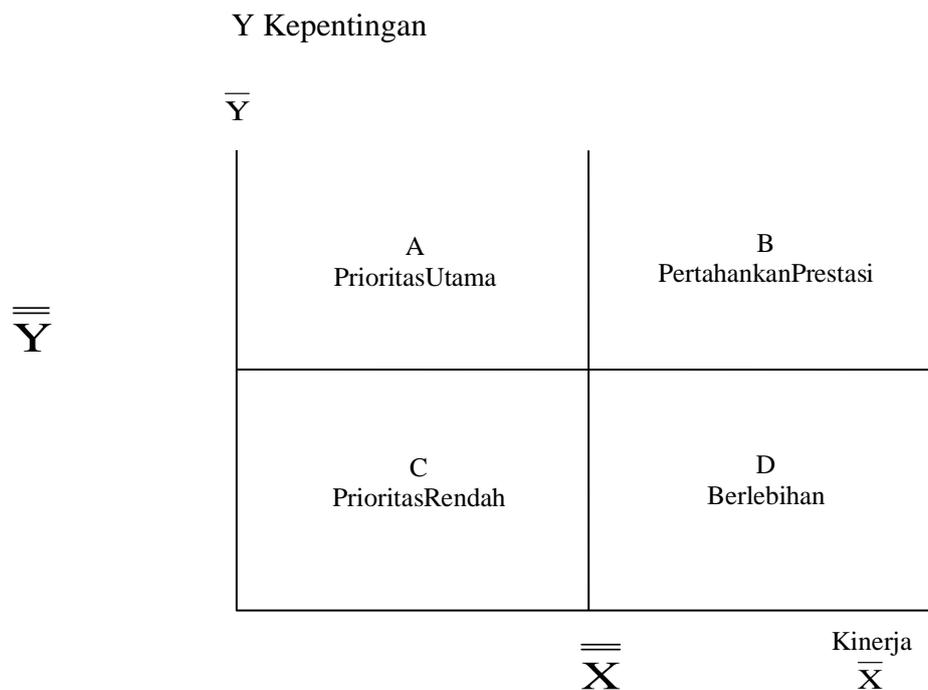
$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Sedangkan analisis diagram kartesius ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang Pembantu Klungkung

serta untuk mengidentifikasi langkah-langkah perbaikan melalui peningkatan pelayanan pada jasa tersebut. Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi empat bagian yang dibatasi oleh dua baris yang berpotongan tegak lurus pada titik (X,Y), dimana : (J. Supranto, 2007:242) adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{k} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{k}$$

Selanjutnya tingkat unsur – unsur akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian kedalam diagram kartesius seperti pada Gambar di bawah ini.



Keterangan : (1) Faktor atau atribut yang terletak pada garis \bar{X} , merupakan penilaian tingkat kinerja karyawan. (2) Faktor atau atribut yang terletak pada garis \bar{Y} , merupakan penilaian tingkat kepentingan nasabah. (3) Untuk melihat posisi penempatan data yang telah dianalisis maka diagram kartesius dibagi menjadi empat bagian : Kuadran A, menunjukkan atribut yang sangat penting oleh nasabah

namun pelaksanaannya kurang memuaskan. Kuadran B, menunjukkan atribut yang telah berhasil dilaksanakan di perusahaan untuk itu wajib dipertahankan. Kuadran C, menunjukkan atribut yang dinilai kurang penting bagi nasabah dan pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja dianggap kurang penting. Kuadran D, menunjukkan atribut yang dinilai berlebihan, nasabah menganggap kurang penting namun pelaksanaannya sangat memuaskan.

Analisis kualitatif adalah analisis yang digunakan untuk menjelaskan hasil analisis kuantitatif. Data yang dihasilkan akan dirangkum dan diinterpretasikan setiap kategorinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menganalisis data, peneliti telah menyebarkan 95 kuesioner dengan mengambil sampel sebanyak 95 orang secara *accidental sampling* dengan identitas responden sebagai berikut:

Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin (2017):

Jenis Kelamin (Laki laki / Perempuan)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki – laki	59	62,11
Perempuan	36	37,89
Total	95	100,00

Karakteristik Responden Menurut Umur (2016):

Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
15-20	8	8,42
21-30	31	32,63
31-35	23	24,21
> 35	33	34,74
Total	95	100,00

Responden yang umurnya diatas 35 tahun lebih banyak menggunakan jasa – jasa bank untuk keperluan usahanya maupun untuk keperluan lainnya.

Karakteristik Responden Menurut Pendidikan (2017):

Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
< SLTP	3	3,16
SLTP – SLTA	37	38,95
>SLTA	55	57,89
Total	95	100,00

Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan (2017):

Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Pegawai Negeri	8	8,42
Pelajar / mahasiswa	7	7,37
Pegawai Swasta	35	39,84
Wiraswasta	43	43,26
Lain – lain	2	2,11
Total	95	100,0

Ibu rumah tangga dan pedagang tidak mempunyai penghasilan tetap tiap bulannya merupakan responden terkecil.

Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendapatan (2017)

Tingkat Pendapatan (Rupiah)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
< Rp. 1.000.000	20	21,05
Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000	34	35,79
> Rp. 5.000.000	41	43,16
Total	95	100,00

Analisis faktor atribut dalam penelitian itu meliputi analisis *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* yang digunakan untuk menganalisis tingkat kepentingan responden dan tingkat kinerja. Apabila tingkat kepentingan lebih besar dari pada tingkat kinerja perusahaan, maka nasabah akan tidak puas terhadap pelayanan perusahaan. Tetapi jika tingkat kepentingan sama

dengan tingkat kinerja, maka pelayanan sudah memuaskan nasabah, dan jika tingkat kepentingan lebih kecil daripada tingkat kinerja, maka pelayanan perusahaan sangat memuaskan nasabah. Untuk menginterpretasikan tingkat kesesuaian yang diperoleh mempergunakan skala interval yaitu skor tertinggi yang mungkin terjadi $((5 \times 5) \times 20 = 500)$ dikurangi skor terendah yang mungkin terjadi $((1 \times 1) \times 20 = 20)$ dan dibagi dengan jumlah skala yang dibentuk (3). (Wirawan,2001:57)

$$\text{Jadi skala interval} = \frac{500 - 20}{3} = 160$$

Dengan rentang 160 dapat dibuat skala penilaian sebagai berikut

Skor	Interprestasi
20,00 – 179,00	Sangat Tidak Puas
180,00 – 339,00	Tidak Puas
340,00 – 499,00	Cukup Puas
500,00 – 659,00	Puas
660,00 – 819,00	Sangat Puas

Sumber : data diolah

Dengan fasilitas gedung, fasilitas yang lengkap, karyawan berpenampilan rapi dan bersih, media promosi yang efektif, memberikan pelayan yang handal, pelayanan sesuai janji, pelayanan dilakukan tepat waktu, pelayanan menghindari kesalahan, kemampuan karyawan menyelesaikan keluhan, kecepatan layanan informasi dan administrasi, kecepatan tenaga mekanik, pengetahuan karyawan dalam memberikan pelayanan nasabah, kesopanan karyawan dalam melayani nasabah, keramahan karyawan dalam melayani nasabah, jaminan keamanan dan kenyamanan yang diberikan, perhatian karyawan secara individu, ketulusan perhatian karyawan, hubungan yang dijalin dengan nasabah, kesesuaian pelayanan terhadap keinginan nasabah, kepahaman karyawan akan kebutuhan nasabah.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan kepuasan yang kurang memuaskan karena berada pada rentang 180 – 339%.

Urutan prioritas peningkatan faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:

No	Faktor - Faktor Yang Menentukan Kepuasan Nasabah	Tingkat Kesesuaian
1	Fasilitas gedung	86.70%
2	Fasilitas yang lengkap	92.77%
3	Karyawan berpenampilan rapi dan bersih	90.75%
4	Media promosi yang efektif	92.98%
5	Memberikan pelayan yang handal	91.38%
6	Pelayanan sesuai janji	93.63%
7	Pelayanan dilakukan tepat waktu	94.10%
8	Pelayanan menghindari kesalahan	96.74%
9	Kemampuan karyawan menyelesaikan keluhan	95.21%
10	Kecepatan layanan informasi dan administrasi	93.66%
11	Kecepatan tenaga mekanik	99.22%
12	Pengetahuan karyawan dalam memberikan pelayanan nasabah	95.65%
13	Kesopanan karyawan dalam melayani nasabah	94.22%
14	Keramahan karyawan dalam melayani nasabah	96.11%
15	Jaminan keamanan dan kenyamanan yang diberikan	96.04%
16	Perhatian karyawan secara individu	92.50%
17	Ketulusan perhatian karyawan	92.21%
18	Hubungan yang dijalin dengan nasabah	95.38%
19	Kesesuaian pelayanan terhadap keinginan nasabah	93.47%
20	Kepahaman karyawan akan kebutuhan nasabah	91.75%

Sumber : data primer yang diolah, tahun 2017

Secara keseluruhan tingkat kesesuaian yang terjadi antara tingkat kepuasan dan tingkat kinerja adalah memuaskan. Berdasarkan tingkat kesesuaian nasabah, dapat di hitung nilai rata – rata untuk mengetahui selisih perbedaan antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan nasabah dari tiap – tiap dimensi. Adapun perbedaan nilai rata – rata dari kelima dimensi tersebut adalah sebagai berikut :

Demensi	Tingkat Kinerja	Tingkat Kepentingan	Selisih
---------	-----------------	---------------------	---------

<i>Tangibles</i>	4.19	3.81	0.38
<i>Reliability</i>	4.22	3.96	0.26
<i>Responsiveness</i>	4.19	4.02	0.17
<i>Assurance</i>	4.16	3.97	0.19
<i>Empathy</i>	4.15	3.86	0.29
Rata – Rata	4.18	3.92	0.26

Sumber : Lampiran 2 dan Lampiran 3

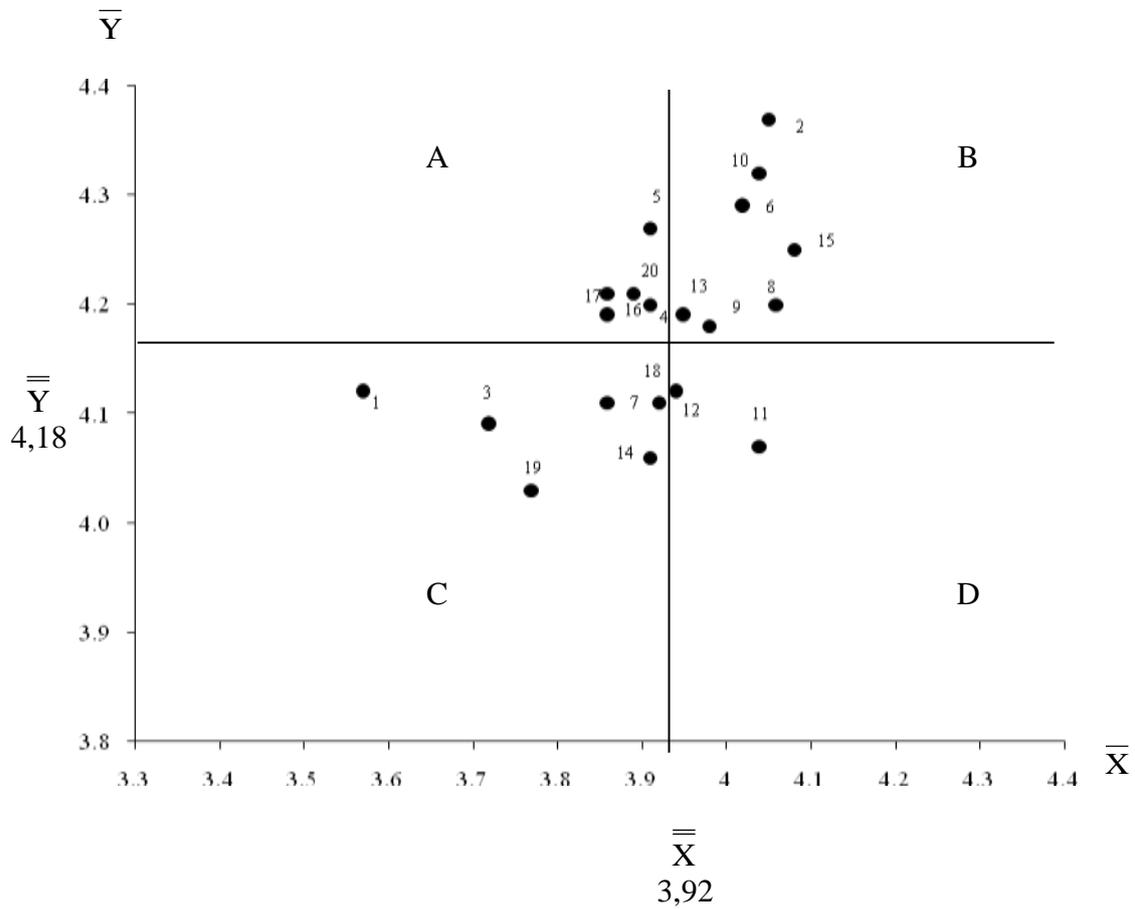
. Hal ini menunjukkan tingkat kepentingan > tingkat kinerja atau dapat dikatakan bahwa nasabah akan tidak puas terhadap pelayanan perusahaan karena pelayanan yang diberikan PT Bank Central Asia Tbk Cabang Pembantu Klungkung kepada nasabah belum memuaskan nasabah. Berdasarkan hal tersebut pihak manajemen PT Bank Central Asia Tbk Cabang Pembantu Klungkung perlu meningkatkan pelayanannya kepada para nasabah. Berikut ini merupakan perhitungan Rata - Rata dari Penilaian Pelaksanaan dan Penilaian Kepentingan pada Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah PT Bank Central Asia Tbk Cabang Pembantu Klungkung.

No	Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah	Tingkat Kinerja	Tingkat Kepentingan	X	Y
1	Fasilitas gedung	339	391	3.57	4.12
2	Fasilitas yang lengkap	385	415	4.05	4.37
3	Karyawan berpenampilan rapi dan bersih	353	389	3.72	4.09
4	Media promosi yang efektif	371	399	3.91	4.20
5	Memberikan pelayan yang handal	371	406	3.91	4.27
6	Pelayanan sesuai janji	382	408	4.02	4.29
7	Pelayanan dilakukan tepat waktu	367	390	3.86	4.11
8	Pelayanan menghindari kesalahan	386	399	4.06	4.20
9	Kemampuan karyawan menyelesaikan keluhan	378	397	3.98	4.18
10	Kecepatan layanan informasi dan administrasi	384	410	4.04	4.32
11	Kecepatan tenaga mekanik	384	387	4.04	4.07
12	Pengetahuan karyawan dalam memberikan pelayanan nasabah	374	391	3.94	4.12
13	Kesopanan karyawan dalam melayani nasabah	375	398	3.95	4.19
14	Keramahan karyawan dalam melayani nasabah	371	386	3.91	4.06
15	Jaminan keamanan dan kenyamanan yang diberikan	388	404	4.08	4.25
16	Perhatian karyawan secara individu	370	400	3.89	4.21
17	Ketulusan perhatian karyawan	367	398	3.86	4.19
18	Hubungan yang dijalin dengan nasabah	372	390	3.92	4.11
19	Kesesuaian pelayanan terhadap keinginan	358	383	3.77	4.03

nasabah				
Kepahaman karyawan akan kebutuhan nasabah	367	400	3.86	4.21
20 nasabah				
Rata – Rata			3.92	4.18

Sumber : Lampiran 2 dan Lampiran 3

Gambar 1 Diagram Kartesius Dari Faktor-Faktor Mempengaruhi Kepuasan Nasabah PT Bank Central Asia Tbk Cabang Pembantu Klungkung



Kesimpulan

Hasil penelitian tentang kesesuaian antara tingkat kepentingan nasabah dan kinerja PT Bank Central Asia Tbk Cabang Pembantu Klungkung menunjukkan bahwa nasabah belum merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan PT Bank Central Asia Tbk Cabang Pembantu Klungkung. Berdasarkan diagram kartesius, faktor-faktor yang menjadi prioritas utama dan harus dilaksanakan sesuai dengan harapan nasabah, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan; Perusahaan harus lebih memperhatikan yang harus dilaksanakan sesuai dengan harapan nasabah, karena hal tersebut merupakan unsur utama yang diinginkan oleh nasabah dan dapat membawa *image* yang baik bagi perusahaan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa Tingkat kesenjangan terbesar terdapat pada dimensi *tangibles* dengan nilai gap sebesar 0,38 dimensi *responsiveness* sebesar 0,17 dimensi *assurance* sebesar 0,19 dimensi *reliability* sebesar 0,26 dan dimensi *empathy* 0,29. Sehingga prioritas utama perbaikan yang harus dilakukan terutama pada dimensi *tangibles*.

Saran

Pihak manajemen PT Bank Central Asia Tbk Cabang Pembantu Klungkung harus dapat mempertahankan kinerja pada kelima dimensi kualitas pelayanan yang selama ini telah dilakukan dan telah dinilai baik oleh nasabah, baik dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Namun demikian tingkat harapan yang tinggi oleh nasabah menuntut pihak manajemen untuk meningkatkan kualitas pelayanan seperti dimensi *tangibles*, *reliability* dan *assurance*.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Lesmana, (2009), *Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank Mandiri (Persero) Tbk Di Bagian Retail & Consumer Risk Group*.
- Evi, (2007), *Akuntansi Untuk Perusahaan Jasa*, Cetakan Pertama, Penerbit Gava Media, Yogyakarta.
- Hartono,(2007), *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Jateng Cabang Purworejo*.
- Murti dan Soeprihanto . 2005, *Pengantar Bisnis*, Edisi Kelima, Cetakan Keempat, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Kasmir. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta. Indonesia.
- Kotler, (2006). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milinium, Penerbit PT. Prenhalindo, Jakarta.
- Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. (2003). *Delivering Quality Service, Balancing Customer Perceptions and Expeclations*. New York : The Free Press.
- Rina, (2009), *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Bakmi Aisy Di Depok*, Jurnal Ekonomi Manajemen.
- Sasongko. N. (2005). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Masyarakat Terhadap Bank*. Bandung : Universitas Jenderal Achmad Yani.
- Soeratno dan Lincolin Arsyad, (2000). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis*, UPP AMP YKPN. Yogyakarta.
- Sinungan, Muchdarsyah, Drs,(2005), *Strategi Manajemen Bank*, PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Supranto J. (2007), *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Rineke Cipta : Jakarta.
- Thomas Stefanus Kaihatu, (2008), *Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya*.
- Tjiptono. (2008). *Service Management Mewujudkan Pelayanan Prima*. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius, (2005), *Service, Quality dan Satisfaction*, Penerbit : Andi, Yogyakarta.