

## **Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Cabang Pare-Pare KCP Barru**

### **Author**

Nur Fadhillah<sup>1</sup>, Dahliah<sup>2</sup>, Syahrir Mallongi<sup>3</sup>

### **Email**

[nfadhillah.b@gmail.com](mailto:nfadhillah.b@gmail.com)<sup>1</sup>, [dahliah.dahliah@umi.ac.id](mailto:dahliah.dahliah@umi.ac.id)<sup>2</sup>, [syahrir.mallongi@umi.ac.id](mailto:syahrir.mallongi@umi.ac.id)<sup>3</sup>

### **Afiliasi**

*Magister Ilmu Ekonomi, Universitas Muslim Indonesia<sup>1</sup>, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Muslim Indonesia<sup>2,3</sup>*

**Abstrak:** Abstrak Penelitian ini membahas mengenai Bagaimana Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bni Cabang Pare-Pare Kcp Barru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bni Cabang Pare-Pare Kcp Barru Teknik pengambilan sampel menggunakan kuesioner dengan jumlah kuesioner 100 responden yang merupakan nasabah Bank Bni Cabang Pare-Pare Kcp Barru. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Tangible (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4), dan Empathy (X5) sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (Y). Alat uji analisis yang digunakan adalah SPSS 21 metode analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

**Kata Kunci:** *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah*

## **Pendahuluan**

Perbankan merupakan salah satu faktor penting dalam suatu perekonomian negara. Secara sederhana, bank merupakan lembaga keuangan yang memiliki dua fungsi utama yaitu mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam bentuk pinjaman. Menurut pasal enam (6) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, telah dideskripsikan lebih rinci mengenai bentuk-bentuk usaha/peranan bank, yang diantaranya bank dapat berperan sebagai penghimpun dana dari masyarakat dalam berbagai bentuk saving account, memberikan kredit, menerbitkan surat pengakuan utang, jual beli dalam marketable securities, pemindahan uang, penempatan, peminjaman, dan meminjamkan dana kepada bank lain, menerima pembayaran dari surat berharga, menyediakan tempat penyimpanan barang dan surat berharga (*safe deposit box*), melakukan kegiatan penitipan, melakukan penempatan dana antar nasabah, membeli melalui pelelangan atas agunan debitur yang default, melakukan kegiatan anjak piutang, kartu kredit, wali amanat serta melakukan kegiatan pembiayaan berdasar sistem bagi hasil. Penyaluran kredit atau pinjaman merupakan salah satu fungsi utama dari bank, dimana kredit itu sendiri dapat digunakan untuk kredit usaha atau pun untuk keperluan konsumtif seperti pembelian rumah kendaraan bermotor dan lain sebagainya selama hal tersebut tidak menyalahi norma dan hukum yang berlaku. Oleh karena itu keberadaan kredit ini akan sangat membantu masyarakat dalam berbagai pembiayaan dan modal usaha terutama dalam bidang UMKM. Kebijakan perekonomian Indonesia pada saat ini mulai dikembangkan dan di konsentrasikan pada sektor-sektor usaha mikro kecil dan menengah. Ini merupakan suatu kebijakan pemerintah dalam rangka menerapkan ekonomi kerakyatan karena selain itu akan dapat mengembangkan kesejahteraan masyarakat kecil dan membuka lapangan kerja baru namun jenis usaha ini juga lebih tahan terhadap pengaruh krisis ekonomi yang telah banyak menghancurkan usaha-usaha besar.

Dengan kebijakan pemerintah untuk memprioritaskan UMKM maka diharapkan perekonomian tidak lagi hanya ditopang oleh usaha-usaha besar namun diharapkan usaha mikro, kecil dan menengah juga dapat menjadi penopang perekonomian negara. Dengan kebijakan pemerintah tersebut maka saat ini hampir semua bank melakukan kebijakan yang sama yaitu gencar dalam penggalangan dan pengucuran kredit dan berlomba-lomba untuk mendapatkan nasabah. Selain dengan sesama bank umum, persaingan juga muncul dari Bank Perkreditan Rakyat (BPR) yang merupakan badan yang lebih khusus melayani bidang ini, dan badan lain seperti BMT dan kelompok-kelompok usaha tertentu. Untuk bersaing dengan penyedia jasa kredit yang lain tentunya perusahaan penyedia jasa kredit harus memperhatikan kepuasan konsumen mereka. Kepuasan konsumen menurut Kotler & Keller (2009:138) adalah "perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan oleh produk terhadap ekspektasi mereka". Mempertahankan atau meningkatkan kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara memberikan kualitas pelayanan atau jasa yang sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen).

Ada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu: Bukti langsung atau tangibles, Keandalan atau reliability, Daya tanggap atau responsiveness, Jaminan atau assurance, Empati atau empathy

Menurut Kotler & Keller (2009:144) kualitas produk atau jasa dan kepuasan pelanggan adalah dua hal yang terkait erat. Semakin tinggi tingkat kualitas, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Kotler & Keller (2009:144) juga berpendapat bahwa "kualitas adalah kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan". Berdasarkan teori tentang kualitas dan kepuasan tersebut maka perusahaan harus memperhatikan kualitas kinerja pelayanan yang mereka berikan kepada konsumen, melayani bidang ini, dan badan lain seperti BMT dan kelompok-kelompok usaha tertentu. Untuk bersaing dengan penyedia jasa kredit yang lain tentunya perusahaan penyedia jasa kredit harus memperhatikan kepuasan konsumen mereka.

Kepuasan konsumen menurut Kotler & Keller (2009:138) adalah "perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan oleh produk terhadap ekspektasi mereka". Mempertahankan atau meningkatkan kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara memberikan kualitas pelayanan atau jasa yang sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.

Menurut Kasmir (2010:11), pengertian Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Menurut Undang-undang Negara Republik Indonesia nomor 10 tahun 1998 Tanggal 10 November tentang Perbankan, yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa bank dalam memberikan usaha terutama dalam bentuk simpanan yang merupakan sumber dana bank. Demikian juga dengan sisi penyaluran dananya hendaknya bank tidak semata-mata memperoleh keuntungan sebesar-besarnya bagi pemilik bank, tetapi juga kegiatannya itu harus pula diarahkan pada taraf hidup masyarakat banyak.

Bank Negara Indonesia (BNI) merupakan Bank komersial tertua dalam sejarah Republik Indonesia. Bank BNI didirikan pada tanggal 5 Juli 1946 dan menjadi bank sirkulasi atau bank sentral yang bertanggung jawab menerbitkan dan mengelola mata uang Republik Indonesia. Saat ini BNI mempunyai 914 kantor cabang di Indonesia dan lima di Luar negeri. BNI juga mempunyai unit perbankan syariah, namun sejak tahun 2010 telah memisahkan diri (spin off). Direktur Utama BNI yang pertama adalah R.M. Margono Djojohadikusumo. Pada tahun 1955 sebelum menjadi Bank Devisa, BNI terlebih dahulu menjadi Bank Pembangunan. Sejalan dengan penambahan modalnya pada tahun 1955, status BNI beralih menjadi bank umum dengan penetapan secara yuridis melalui Undang-Undang Darurat nomor 2 tahun 1955 tentang pembentukan bank negara Indonesia. Pada tahun 2013 BNI memposisikan pelayanannya dalam tingkat yang lebih tinggi. BNI juga meluncurkan

aplikasi Mobile Banking yang memudahkan kita untuk bertransaksi tanpa harus ke ATM jika kita ingin mentransfer ke sesama bank ataupun ke bank lain, dan juga jika kita mau melakukan pembayaran pajak, BPJS, telpon, listrik ataupun membeli pulsa semua bisa dilakukan melalui mobile banking. Bank Negara Indonesia (BNI) merupakan salah satu bank BUMN terbesar di Indonesia setelah Bank Republik Indonesia (BRI) dan Bank Mandiri, ini dapat dilihat dari umurnya yang akan menginjak 73 tahun pada tahun 2019 ini dan namanya masih bergaung di negeri kita ini, ini terbukti dari banyaknya nasabah yang bergabung dengan bank BNI untuk menabung serta kredit bagi orang yang akan memulai usaha. dan juga menjadi Penyalur KUR Terbaik 1 pada tahun 2019 itu merupakan salah satu pencapaian yang sangat membanggakan tentunya. Bank BNI juga merupakan salah satu bank yang sering menawarkan berbagai pelayanan yang menarik dan inovatif yang bertujuan untuk memuaskan dan membantu kebutuhan para nasabah akan urusan keuangannya. BNI selalu melakukan pelayanan yang terbaik pada asas kepercayaan sehingga masalah kualitas pelayanan pada asas kepercayaan sehingga masalah kualitas pelayanan terhadap nasabah menjadi factor yang sangat menentukan keberhasilan bisnis perbankan ini.

Jumlah Nasabah dari tahun ketahun semakin meningkat keluhan nasabah setiap tahunnya mengalami kenaikan. kenaikan tersebut dipengaruhi oleh banyak factor tergantung jenis keluhannya, dari data yang diberikan terlihat sebagian besar disebabkan kurangnya kemampuan Bank BNI dalam memahami apa yang dibutuhkan oleh para nasabah. Hal tersebut mengindikasikan adanya penurunan kualitas pelayanan yang disampaikan oleh banyak pihak penyedia jasa, sehingga berdampak pada penurunan keputusan nasabah yang tinggi.

Selain itu, semakin banyaknya persaingan dalam industry jasa perbankan memaksa bank BNI untuk mencari strategi yang paling tepat guna memenangkan persaingan. Salah satu strategi untuk meraih kesuksesan dalam industry jasa perbankan adalah dengan cara menciptakan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, Bank BNI memprioritaskan kualitas produk dengan memberikan pelayanan dan fasilitas-fasilitas unggulan yang tidak dimiliki oleh pesaing yang tentunya akan berakibat pada kepuasan yang diperoleh nasabah.

Penelitian ini dirancang untuk menguji tingkat pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berupa wujud, fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian berpengaruh pada kepuasan nasabah.

Dalam industri jasa, pelanggan pasti berharap untuk mendapatkan pelayanan yang baik, sementara itu di pihak lain pemberi jasa juga mempunyai standar kualitas dalam memberikan jasanya. Demikian juga dalam dunia perbankan yang merupakan industry jasa, nasabah sebagai pelanggan pasti mempunyai harapan terhadap kualitas jasa tertentu yang mungkin berbeda dengan pemberi pelayanan.

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode Penelitian Kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini apakah hipotesis tersebut dapat membuktikan atau menolak.

Metode penelitian yang digunakan penulis menggunakan kuesioner dimana respondennya adalah nasabah BNI Cabang Parepare KCP Barru. Diperlukan juga alat ukur berupa variabel independen dan variabel dependen.

Penelitian ini dilakukan di BNI Cabang Parepare KCP Barru, Jl. Sultan Hasanddin N0 33 Kel tuwung Kec Barru kab Barru.

Dalam penelitian ini diperlukan sejumlah data yang relevan dengan masalah penelitian. Data yang diperlukan tersebut harus dicari dan dikumpulkan untuk kemudian diolah dan dianalisis guna menjawab permasalahan penelitian.

Sumber data primer pada penelitian ini merupakan data yang diperoleh langsung dari nasabah BNI Cabang Parepare KCP Barru. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data subyek yaitu jenis data yang berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau sekelompok yang menjadi subyek penelitian atau didapat langsung dari nasabah BNI Cabang Parepare KCP Barru.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BNI Cabang Parepare KCP Barru. Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Dalam penelitian ini sampel yang diambil 100 responden nasabah penabung BNI Cabang Parepare KCP Barru. Sampel menurut Sugiyono (2013: 81), adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

Dimana:

$$\frac{N}{1 + (Nxe^2)}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

E = Persen kelonggaran ketidak telitian karena Kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%

Dalam penelitian ini deskripsi responden berisi tentang klasifikasi kuesioner secara umum yang diantaranya terdiri dari umur, jenis kelamin, pendapatan perbulan, status, pendidikan dan pekerjaan dari responden tersebut. Untuk mengetahui variabel pengaruh kualitas pelayanan BNI Cabang Parepare KCP Barru yang terdiri dari: bukti fisik, kehandalan, tanggapan, jaminan, empati, dan variabel kepuasan nasabah dilihat dari rata-rata (*mean*) dari masing-masing variabel. Nilai tersebut diartikan sesuai dengan pengkategorian skor yang telah dibuat.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan program *SPSS (Statistical Package for Social Science)* menggunakan Regresi linear berganda.

**Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Berdasarkan hasil analisis data penelitian yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner maka akan dilakukan pembahasan hasil penelitian ini yaitu:

**Pengaruh Tangible terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil dari pengujian hipotesis pertama adalah tangible (bukti fisik) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Cabang Parepare KCP Barru. Hal ini dikarenakan pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,002. Nilai koefisien yang positif sebesar 0,416 juga mendukung bahwa bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Bukti fisik (tangibles) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas layanan terhadap pelanggan. Bukti fisik akan mempengaruhi nasabah bank, seseorang nasabah akan memandang suatu potensi bank tersebut awalnya dari kondisi fisik.

Dengan kondisi yang bersih, rapi, dan teratur orang akan menduga bahwa bank tersebut akan melaksanakan fungsinya dengan baik. Sehingga akan menimbulkan kepuasan pada nasabah. Semakin baik bukti fisik dari bank, maka akan semakin meningkat kepuasan dari nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Anita Sari dan Mariaty Ibrahim (2015) menunjukkan bahwa tangible berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Tampilan yang baik dari bank akan memberikan kesan yang baik terhadap nasabah, sehingga timbul rasa kagum dan simpatik serta kepuasan pada nasabah.

#### **Pengaruh Reliability terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil dari pengujian hipotesis kedua adalah reliability (kehandalan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan pengaruh kehandalan terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,45. Nilai koefisien yang positif sebesar 0,277 juga mendukung bahwa kehandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kehandalan pada karyawan bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, akan menanamkan rasa senang dalam setiap diri nasabah. Selanjutnya nasabah akan merasa nyaman apabila mengetahui bahwa karyawan bank yang akan melayani nasabah adalah orang yang dapat diandalkan (cepat dan tepat) dalam proses transaksi perbankan. Dengan demikian keandalan karyawan bank dalam memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, tepat dan akurat harus dipertahankan guna menciptakan kepuasan pada nasabah.

#### **Pengaruh Responsiveness terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil dari pengujian hipotesis ketiga adalah responsiveness (daya tanggap) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,020. Nilai koefisien yang positif sebesar 0,308 juga mendukung bahwa daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Daya tanggap (*responsiveness*) adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Daya tanggap dari karyawan terhadap dapat diwujudkan dengan senantiasa memenuhi kebutuhan nasabah, membantu nasabah yang mengalami kesulitan mengisi slip, mengarahkan nasabah ke unit yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, peningkatan kecepatan penanganan keluhan nasabah, dan senantiasa konsisten dalam pelaksanaan pelayanan untuk kenyamanan nasabah. Dengan demikian nasabah tidak perlu menunggu pelayanan dengan waktu yang untuk menyelesaikan transaksi perbankan mereka. Karyawan dengan daya tanggap yang baik akan menciptakan simpatik dari nasabah, hal ini akan berdampak pada timbulnya kepuasan dari nasabah.

#### **Pengaruh Assurance terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil dari pengujian hipotesis keempat adalah assurance (jaminan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan pengaruh jaminan terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,022. Nilai koefisien yang positif sebesar 0,215 juga mendukung bahwa jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Jaminan (*assurance*)

adalah pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Setiap nasabah pada dasarnya ingin diperlakukan secara baik oleh bank. Adanya jaminan bahwa nasabah yang akan dilayani secara baik oleh karyawan bank, akan memberikan rasa aman kepada nasabah, sehingga kemantapan pribadi nasabah akan bertambah.

Jaminan keamanan dari bank akan membuat nasabah merasa aman dan tidak ada keraguan dalam bertransaksi. Jaminan dari suatu bank akan mempengaruhi kepuasan nasabah, karena apa yang diinginkan nasabah dapat dipenuhi dengan baik oleh pihak bank.

### **Pengaruh Empathy terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil dari pengujian hipotesis pertama adalah empathy (empati) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan pengaruh empati terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,000. Nilai koefisien yang positif sebesar 0,669 juga mendukung bahwa empathy berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Sikap karyawan bank yang memberikan perhatian dengan menjalin hubungan secara interaktif (terus menerus) kepada nasabah membuat nasabah merasa lebih dihargai dan merasakan adanya kedekatan antara nasabah dengan karyawan bank. Perhatian dari pihak bank terhadap nasabah memperlihatkan bahwa perusahaan memandang nasabah bukan hanya sebagai bagian dari pencarian atau perolehan keuntungan perusahaan saja. Adanya perhatian dan komunikasi yang baik dari karyawan akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, hal ini dikarenakan nasabah merasa diperhatikan oleh pihak bank, yaitu kebutuhan nasabah ditanggapi dengan baik oleh pihak bank.

### **Kesimpulan dan Saran**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa lima jenis aspek dalam menentukan kualitas pelayanan yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BNI Cabang Parepare KCP Barru. Namun satu yang sangat berpengaruh atau memiliki peran besar dalam menentukan tingkat kepuasan nasabah yaitu *emphaty* dan adapun sebaliknya yaitu yang terendah adalah *reliability*. Jadi diharapkan kedepannya Pelayanan BNI KCP Barru dapat ditingkatkan lagi utamanya pada *Realibility* agar nasabah yang datang kesana merasa nyaman pada saat bertransaksi dan dilayani secara puas dan cepat serta memahami apa keinginan para Nasabah.

### **Saran**

Berdasarkan keterbatasan penelitian diatas, maka penulis memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan yang berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan, yakni: 1) Diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk menambahkan penggunaan metode lain selain kuesioner dalam pengumpulan data agar data yang diperoleh lebih valid, seperti menggunakan metode wawancara. 2) Perlu adanya penambahan variabel independen lain selain persepsi harga, persepsi kemudahan dan persepsi kenyamanan yang digunakan sebagai faktor-faktor

yang mempengaruhi kepuasan nasabah. 3) Diharapkan kepada BNI KCP Barru agar lebih meningkatkan kualitas layanannya agar Nasabah merasa nyaman saat dalam melakukan transaksi.

## Referensi

- Alma, Buchari (2003). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Agung, Dodik (2004) *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah kredit perorangan dan kelompok: studi kasus pada BPR Bank Pasar Kabupaten karanyar*, Tesis. Semarang: Program studi Manajemen UNDIP Semarang.
- Ahmaddien, Ramli (2016) *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Nagari Cabang Utama Padang*: Tesis: Padang Program studi Manajemen UT Padang.
- Dougall, Levesue (1992) , *Marketing management: Analisis, Planning, mplementation and Control*, New Jersey: Prentice- Hall, Inc.
- Fornell et al. (1996) *business performance measurement: theory and practice* New York: Academic Press. New York: Academic Press.
- Freddy Rangkuti, (2002), *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Nasabah*, Penerbit: Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Fatmawati S. (2003). *BANK dan Lembaga Bukan Bank*. Yogyakarta: STIE YKPN
- Ferry Yudhi, (2011), *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit (Studi Kasus BPR Arthaguna Sejahtera)*. Tesis. Pasca Sarjana Manajemen Perbankan Universitas Gunadarma.
- Ghozali, Imam (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19. Edisi kelima*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tiga Belas* Jakarta: Erlangga.
- Leksono, tri Bagus (2009) *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Kartu BPD Card Bank Jateng Cabang Utama Semarang*. Tesis. Semarang: Program studi Ekonomi, UNNE Semarang.
- Melly Agustin, (2011), *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Niaga, Tbk (Kantor Cabang Kalimantan Bekasi)*. Pasca Sarjana Universitas Gunadarma.
- Noori, Radford (1995), *A Kaizen Approach to Food Safety: Quality Management in the Value* New York: Academic Press.
- Passe, Longginus (2016) *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta*. Skripsi: Yogyakarta Program studi Manajemen UND Yogyakarta
- Rambat Lupiyoadi, (2007), *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, edisi pertama, Penerbit: Salemba Empat, Jakarta.
- Selnes, (1993), *An examination of the effect of product performance on brand reputation, satisfaction and loyalty*, European Journal of Marketing
- Supranto, 1995. *Statistika Parametrik. Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Simanor R, Elizabeth (2007) *Analisis Faktor-faktor yang membangun kepuasan nasabah untuk meningkatkan Loyalitas Pelanggan nasabah PT Bank Tabungan Negara Cabang Semarang*. Tesis: Semarang Program studi Manajemen UNDIP Semarang.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy (1997), *Manajemen Jasa*, edisi kedua, cetakan ketiga, Penerbit: Andi, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Pemasaran jasa*. BPFE: yogyakarta.  
<http://www.wikipedia.com>. diakses tgl 10 Agustus 2019.
- Yoeti, Oka. (2003). *Customer service: Cara Efektif Memuaskan Pelanggan*. Jakarta: Paramita.

Zeithaml, V. A., M. J. Bitner, (1988). *Service Marketing*, New Jersey: The McGraw Hill Companies, Inc.