

## **ANALISA KUALITAS LAYANAN UANG PLASTIK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

**(Studi Pada Pengguna Layanan Bank OCBC NISP Cabang Universitas  
Widyatama Bandung)**

Yenny Maya Dora

*Fakultas Bisnis Dan Manajemen Universitas Widyatama Bandung, Yenny.maya @widyatama.ac.id*

### **ABSTRAK:**

Kemajuan teknologi saat ini membuat hidup kita semakin mudah. Sekarang kita tidak perlu lagi harus membawa uang tunai dalam jumlah besar kemana-mana. Cukup hanya membawa sebuah kartu plastik kita bisa gunakan untuk berbelanja atau melakukan transaksi pembayaran bahkan pengiriman serta penarikan uang tunai dari semua mesin uang tunai. Layanan uang plastik ini merupakan salah satu layanan andalan dari bank-bank. Oleh sebab itu layanan ini haruslah handal agar para pelanggannya merasa puas. Tujuan penelitian ini untuk menganalisa sejauh mana kualitas layanan uang plastik yang diberikan oleh Bank OCBC terhadap pelanggan bank OCBC NISP cabang Universitas Widyatama memuaskan para pelanggannya. Rumusan masalah makalah ini dengan menganalisa informasi yang didapat dari hasil wawancara dan memberikan kuesioner yang dilakukan pada para pelanggan Bank OCBC cabang Universitas Widyatama Bandung. Pendekatan yang digunakan yaitu menggunakan Regresi Linier untuk mengetahui sejauh mana kualitas layanan uang plastik Bank OCBC NISP memberikan kepuasan kepada para pelanggannya.

**Kata Kunci :** *Kualitas Layanan, Uang Plastik, dan Kepuasan Pelanggan.*

### **ABSTRACT:**

*Advances in technology now make our lives easier. Now we no longer have to carry large amounts of cash to the everywhere. Quite simply carry a the charge Card we can use to shop or conduct payment transactions even sending and withdrawing cash from all of the cash machine. Services of charge card is one of the mainstays of banks service. Therefore, this service must be reliable so customers feel satisfied. The purpose of this study to analyze the extent to which the quality of service used The charge card provided to The customer's bank OCBC by The Bank OCBC NISP branch of the University Widyatama satisfy customers. The problems of this paper to analyze the information obtained from the interview and gave questionnaires conducted on customers of Bank OCBC Widyatama University Bandung branch. The approach used is to use linear regression to determine the extent Where the service quality charge card Bank OCBC NISP to give satisfaction to the customers.*

**Keywords:** *Quality of Service, charge card, and Customer Satisfaction.*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan pada dunia perbankan saat ini sangatlah pesat. Dan seiring dengan pesatnya perkembangan perbankan maka semakin meningkat juga persaingan diantara perusahaan perbankan dalam mendapatkan nasabah. Salah satu cara untuk mendapatkan nasabah adalah dengan cara bekerjasama dengan berbagai pihak. Salah satunya menjalin kerjasama dengan sekolah-sekolah. Mulai dari TK s.d Universitas.

Hal tersebut merupakan upaya jemput bola perusahaan perbankan dalam upaya mendapatkan nasabah. Bank OCBC NISP merupakan salah satu Bank yang menjalin kerjasama dengan Sekolah dari SD Sampai dengan Universitas. Universitas Widyatama adalah salah satu universitas yang bekerjasama dengan Bank OCBC NISP. Yang mana

setiap tahunnya mendapat nasabah baru dari mahasiswa baru yang diterima oleh Universitas Widyatama. Karena semua mahasiswa yang masuk ke Universitas Widyatama diwajibkan membuka rekening Bank OCBC NISP karena semua transaksi pembayaran biaya pendidikan dilakukan melalui Bank OCBC NISP.

Dari data Biro Kemahasiswaan Universitas Widyatama setiap tahunnya kurang lebih 1.500 mahasiswa baru diterima masuk menjadi mahasiswa. Dan mahasiswa tersebut juga langsung menjadi nasabah Bank OCBC NISP. Semua mahasiswa yang menjadi nasabah Bank OCBC NISP diberi fasilitas ATM Bank OCBC. Untuk memudahkan mereka melakukan transaksi perbankan tanpa harus ke Bank. ATM merupakan alat pengganti pembayaran tunai nama lainnya adalah uang plastik.

Kualitas pelayanan pengelolaan ATM atau uang Plastik sangat tergantung pada penilaian nasabah atau yang diharapkan oleh nasabah, maka orientasi perusahaan sekarang tidak hanya ditekankan pada mutu pelayanan melainkan pada nilai dan kepuasan pelayanan yang diharapkan oleh nasabah sehingga dapat memberikan pengaruh positif terhadap minat nasabah.

Upaya meningkatkan kualitas pelayanan pengelolaan ATM (uang plastik) dengan tujuan agar para nasabah mendapatkan kepuasan setelah menggunakan mesin ATM (uang plastik). Sehingga para nasabah dapat menggunakan mesin ATM (uang plastik) sesuai dengan kebutuhannya secara maksimal. Menurut Kotler dan Armstrong (2006:7) menyatakan bahwa kepuasan nasabah adalah merupakan sebuah kunci yang berpengaruh kepada perilaku pembelian nasabah pada masa mendatang. Karena nasabah yang merasa puas akan datang kembali dan memberikan informasi kepada lainnya mengenai pengalaman baiknya, sedangkan nasabah yang tidak merasa puas dengan pelayanan yang diterima akan memicu berpindah kepada pesaing. Mahasiswa(nasabah) akan merasa senang dengan kemudahan-kemudahan fasilitas pelayanan yang diberikan oleh Bank OCBC NISP.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisa Kualitas Layanan Uang Plastik Terhadap Kepuasan Pelanggan. Studi Pada Pengguna Layanan Bank OCBC Cabang Universitas Widyatama Bandung”**.

## **LANDASAN TEORITIS, HIPOTESIS DAN KERANGKA KONSEP**

### **Kualitas Pelayanan**

Dalam upaya mendapatkan nasabah dan mempertahankan nasabah, kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan suatu yang memegang peranan sangat penting dalam lingkungan bisnis terutama bisnis perbankan. Menurut Kotler dan Keller (2009) konsumen selalu mengharapkan pelayanan dari pengalaman masa lalu, komunikasi *word of mouth* dan iklan. Konsumen selalu membandingkan pelayanan jasa yang akan diterima dengan persepsi pelayanan jasa yang diharapkan. Konsumen akan mengalami kekecewaan saat pelayanan jasa yang diterima berada dibawah pelayanan jasa yang diharapkan.

Sedangkan menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono,(2005), Kualitas Pelayanan adalah ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang dapat diberikan, serta kesesuaian dengan ekspektasi yang diharapkan pelanggan.

### **Dimensi Kualitas Pelayanan**

Menurut Parasuraman dan Zeithaml (dalam Tjiptono 2007) mengemukakan bahwa dalam kualitas pelayanan ada beberapa dimensi atau atribut yang perlu diperhatikan yaitu:

- (a) Bentuk fisik/ yang berwujud (*Tangibles*) merupakan suatu kondisi yang ada dalam memberikan pelayanan meliputi kualitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- (b) Keandalan (*Reliability*) merupakan suatu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- (c) Daya tanggap (*Responsiveness*) merupakan suatu keinginan para staf untuk membantu pelanggan, memberikan pelayanan yang tanggap, dan selalu ada disaat pelanggan membutuhkan bantuan.
- (d) Jaminan (*Assurance*) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.
- (e) Empati (*Emphaty*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

### **Kepuasan Nasabah**

Kotler (2004:40), mendefinisikan "*Satisfaction is a person's feeling of pleasure or disappointment resulting from comparing a product's perceived performance (or outcom ) in relation to his or her expectation*", bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakannya dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Lovelock dan Wirtz, (2007) Kepuasan pelanggan tergantung pada anggapan kinerja produk dalam memberikan nilai dalam hitungan relatif terhadap harapan pembeli. Dan, pelanggan yang puas akan kurang tertarik dengan tawaran pesaing. Kepuasan pelanggan adalah mediator untuk semua kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan.

Perhatian pada puas maupun ketidakpuasnya nasabah semakin tinggi hal ini dikarenakan dasarnya dan tujuan dari suatu perusahaan adalah untuk dapat memenuhi apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan. atau nasabah. Maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan atau yang diperoleh nasabah, akan memberikan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan, karena nasabah akan terus melakukan pemakaian ulang terhadap pelayanan yang disediakan oleh perusahaan.

### **Perumusan Hipotesis**

Menurut Sugiyono (2007) mengemukakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Berdasarkan rumusan masalah landasan teori, dan tujuan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana *assurance, reliability, responsibility, tangible*, dan *emphaty* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM atau uang plastik Bank OCBC NISP;
2. Bagaimana *assurance, reliability, responsibility, tangible*, dan *emphaty* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM atau uang plastik Bank OCBC NISP, dan

3. Bagaimana *responsibility* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM uang plastik Bank OCBC NISP.

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel**

Populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah nasabah Bank OCBC NISP Cabang Universitas Widyatama Bandung. Sedangkan sampel Para mahasiswa pengguna ATM atau uang plastik OCBC NISP yang berjumlah 100 mahasiswa. Yang terdiri dari 50 mahasiswa putri dan 50 mahasiswa pria.

### **Teknik Pengumpulan Data.**

Pada penelitian ini menggunakan teknik atau metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yaitu sejumlah daftar pertanyaan secara sistematis kepada para responden yang dijadikan obyek penelitian yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner berstruktur, yaitu responden tinggal memberikan tanda atau mengisi tanda (*checklist*) menurut skala yang telah ditentukan. Skala pengukuran nilai variabel yangdigunakan dalam penelitian ini dibuat dalam bentuk skala *likert*. Menurut Sugiyono (2008) mengemukakan bahwa skalalikert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

### **Tahapan Analisis Data**

Tahapan analisa data pada penelitian ini yaitu: (a) analisis kualitatif adalah suatu analisis yang dibuat berdasarkan data dalam bentuk uraian dan hanya dapat diukur secara langsung; dan (b) analisis kuantitatif adalah suatu bentuk analisis yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik tertentu. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan program statistik komputer SPSS (*Statistical Program for Social Science*).

### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat hubungan antara variabel terikat (variabel yang dijelaskan) dan variabel bebas (variabel yang menjelaskan). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *assurance* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness*(X3), *tangible* (X4), dan *emphaty* (X5) terhadap kepuasan nasabah (Y).

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Validitas dan Reliabilitas**

#### **Uji Validitas.**

Hasil uji validitasterhadap keseluruhan pertanyaan mengenai variabel *assurance* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *tangible* (X4), *emphaty* (X5), dan kepuasan nasabah (Y), menunjukkan bahwa keseluruhan pertanyaan memiliki nilai koefisien korelasi  $> r$  tabel ( $r$  hitung  $> 0,197$ ). Berdasarkan hasil uji validitas dapat ditarik simpulan bahwa seluruh pertanyaan mengenai variabel *assurance* (X1), *reliability* (X2),

*responsiveness* (X3), *tangible* (X4), *emphaty* (X5), dan kepuasan nasabah (Y) adalah valid.

### Uji Reliabilitas.

Hasil uji teliabilitas terhadap keseluruhan pertanyaan mengenai pengaruh variabel *assurance* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *tangible* (X4), *emphaty* (X5), terhadap kepuasan nasabah (Y) menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* memiliki nilai reliabilitas  $> 0,601$ . Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh pertanyaan mengenai variabel *assurance* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *tangible* (X4), *emphaty* (X5), tersebut memiliki nilai yang reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa keseluruhan pertanyaan mengenai variabel *assurance* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *tangible* (X4), *emphaty* (X5), memiliki nilai konsistensi dan dapat dipercaya dari waktu ke waktu meskipun instrumen tersebut digunakan untuk mengukur berkali-kali selama variabel yang diukur tidak berubah.

### Uji Asumsi Klasik

#### Normalitas.

Pengujian *Kolmogorov Smirnov* (K-S) berdasarkan variabel *assurance* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *tangible* (X4), *emphaty* (X5), memiliki nilai *absolute*, nilai Z Hitung, dan nilai Sig.*Kolmogorov Smirnov* (K-S)  $> 0,05$ . Berdasarkan pengujian *Kolmogorov Smirnov* (K-S) di atas menunjukkan bahwa variabel *assurance* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *tangible* (X4), *emphaty* (X5), adalah bersifat normal.

#### Heterokedastisitas.

Metode *Uji Lagrange Multiplier* (LM) digunakan untuk menguji *heteroskedastisitas*. Metode yang digunakan adalah membandingkan  $N \times R^2$  dengan nilai tabel *Chi-Square* derajat kebebasan 5 dan Alpha 5%, pada model regresi diperoleh  $R^2 = 0,847$  maka  $N \cdot R^2 = 100 \times 0,847 = 84,7$  lebih kecil dari nilai tabel *Chi-Square* 124,342 sehingga dapat ditarik suatu simpulan bahwa standar *error* (e) tidak mengalami *heteroskedastisitas*.

#### Autokorelasi.

Hasil pengujian *Durbin-Watson* (D-W) dengan menggunakan SPSS menunjukkan bahwa nilai *Durbin-Watson* (D-W) untuk  $k = 4$  dan  $N = 100$ , pada derajat kepercayaan = 5%, adalah:

$$dL = 1,58$$

$$dU = 1,76$$

$$\text{Sehingga : } 4 - dU = 4 - 1,76 = 2,24$$

$$4 - dL = 4 - 1,58 = 2,42$$

Nilai *Durbin-Watson* (D-W) yang didapat dari model regresi adalah 2,038 yang menunjukkan bahwa nilai *Durbin-Watson* (D-W) berada diantara nilai  $dU < d < 4 - dU$  dimana  $1,76 < 1,906 < 2,24$ . Sesuai dengan kriteria *Durbin-Watson* (D-W) di atas maka dapat ditarik suatu simpulan bahwa pengujian tidak terdapat *autokorelasi*.

#### Multikolinieritas.

Berdasarkan uji multikolinieritas, menunjukkan bahwa nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* untuk variabel *assurance* (X1) adalah sebesar 1,074, *reliability* (X2) adalah sebesar 1,012, *responsiveness* (X3) adalah sebesar 1,078, *tangible* (X4) adalah sebesar 1,018, *emphaty* (X5) adalah sebesar 1,047, dimana nilai VIF adalah  $< 10$ . Hal ini menunjukkan bahwa pengujian tidak terjadi gejala multikolinieritas.

### Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat hubungan antara variabel terikat (variabel yang dijelaskan) dan variabel bebas (variabel yang menjelaskan).

### Hasil Uji t (Parsial)

Uji signifikansi secara *parsial* (Uji-t), yaitu untuk mengetahui pengaruh secara *parsial* dan masing-masing variabel apakah ada pengaruh *signifikan variabel* bebas secara *individual* terhadap *variabel* terikat.

### Uji t (Parsial)

- a. Uji t *Assurance* (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) diperoleh hasil thitung sebesar 2,626 dan nilai Sig. (*Significance*) bernilai 0,042. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  dan  $N = 100$  diperoleh nilai ttabel sebesar 1,984. Nilai thitung adalah sebesar 2,626 lebih besar daripada nilai ttabel sebesar 1,984 dan nilai Sig. (*Significance*) bernilai 0,042 lebih kecil daripada 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *assurance* (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) secara parsial adalah signifikan.
- b. Uji t *Reliability* (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) diperoleh hasil thitung sebesar 2,407 dan nilai Sig. (*Significance*) bernilai 0,034. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  dan  $N = 100$  diperoleh nilai ttabel sebesar 1,983. Nilai thitung adalah sebesar 2,407 lebih besar daripada nilai ttabel sebesar 1,983 dan nilai Sig. (*Significance*) bernilai 0,034 lebih kecil daripada 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *reliability* (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) secara parsial adalah signifikan.
- c. Uji t *Responsiveness* (X3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) diperoleh hasil thitung sebesar 3,251 dan nilai Sig. (*Significance*) bernilai 0,049. Pada tingkat  $N = 100$  dan signifikansi  $\alpha = 5\%$  diperoleh nilai ttabel sebesar 1,983. Nilai thitung adalah sebesar 3,251 lebih besar daripada nilai ttabel sebesar 1,983 dan nilai Sig. (*Significance*) bernilai 0,049 lebih kecil daripada 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *responsiveness* (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y) secara parsial adalah signifikan.
- d. Uji t *Tangibles* (X4) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) diperoleh hasil thitung sebesar 2,157 dan nilai Sig. (*Significance*) bernilai 0,049. Pada tingkat  $N = 100$  dengan signifikansi  $\alpha = 5\%$  diperoleh nilai ttabel sebesar 1,983. Nilai thitung adalah sebesar 2,157 lebih besar daripada nilai ttabel sebesar 1,983 dan nilai Sig. (*Significance*) bernilai 0,027 lebih kecil daripada 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *tangible* (X4) terhadap kepuasan nasabah (Y) secara parsial adalah signifikan.
- e. Uji t *Emphaty* (X5) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) diperoleh hasil thitung sebesar 2,087 dan nilai Sig. (*Significance*) bernilai 0,023. Pada tingkat  $N = 100$  dengan signifikansi  $\alpha = 5\%$  diperoleh nilai ttabel sebesar 1,984. Nilai thitung adalah sebesar 2,087 lebih besar daripada nilai ttabel sebesar 1,984 dan nilai Sig. (*Significance*) bernilai 0,023 lebih kecil daripada 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *emphaty* (X5) terhadap kepuasan nasabah (Y) secara parsial adalah signifikan.

bernilai 0,023 lebih kecil daripada 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *emphaty* (X5) terhadap kepuasan nasabah (Y) secara parsial adalah signifikan.

### Uji F (*Simultan*)

Uji F digunakan secara simultan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebesar 2,008 dengan ( $\alpha$ ) 0,085 atau lebih dari 0,05. Nilai Ftabel untuk model regresi dengan nilai N=100 dan ( $\alpha$ )=0,05 adalah 1,38. Pengujian tersebut menunjukkan bahwa Ftabel < Fhitung yaitu 1,38 < 2,008. Hal ini menunjukkan bahwa *assurance* (X1), *reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *tangible* (X4), dan *emphaty* (X5) secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

(3) menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel *responsiveness*(X3) lebih besar dari variabel *assurance* (X1), *reliability* (X2), *tangible* (X4), dan *emphaty* (X5) dan menunjukkan bahwa variabel *responsiveness*(X3) adalah variabel dominan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) pengguna ATM atau uang plastik OCBC NISP

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Dari hasil olah data yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. *Assurance*, *reliability*, *responsibility*, *tangible*, dan *emphaty* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM atau uang plastik Bank OCBC NISP;
2. *Assurance*, *reliability*, *responsibility*, *tangible*, dan *emphaty* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM atau uang plastik Bank OCBC NISP, dan
3. *Responsibility* berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM atau uang plastik Bank OCBC NISP.

Mahasiswa Universitas Widyatama merasa puas dengan pelayanan ATM atau uang plastik yang diberikan Bank OCBC NISP. Karena mahasiswa dapat melakukan transaksi dimana saja dan dapat menggunakan ATM bersama. Selain itu OCBC NISP juga memberikan pelayanan konfirmasi untuk setiap transaksi yang dilakukan oleh mahasiswa. Hal ini benar-benar menjamin keamanan bagi para penggunaan ATM atau uang plastik yang disediakan OCBC NISP.

### Saran

Bank OCBC NISP diharapkan dapat menambah jumlah mesin ATM atau uang plastik, agar mahasiswa mudah mendapatkan dan melakukan transaksi di ATM uang plastik. Agar memudahkan mahasiswa untuk melakukan transaksi tanpa harus membayar biaya layanan.

## DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi, 2010, *Manajemen Penelitian*, Jakarta : Rajawali Prejs.

- Arief, M. 2007. *Pemasaran Jasa & kualitas Pelayanan: Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan Agar Memuaskan Pelanggan*. Malang: PT Bayu Media Publishing.
- Ghozali, I. 2005. *Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Edisi ke-3. Semarang: Engle et.al, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Indiantoro, Nur & Supomo , Bambang. *Metodologi Penelitian Bisnis*, 1999, BPFE Yogyakarta.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyoadi, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, Jakarta : Penerbit Salemba Empat .
- Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Putra, Resha, 2011, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. BNI 46 Cabang Gorontalo*. Skripsi : Gorontalo.
- Supranto, Johannes, *pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, 1997, Rineka Cipta, Jakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang: PT. Bayu Media Publishing.
- Tse, David K. & Wilton, Peter C., 1988, "Models of Customer Satisfaction Formation: An Extension", *Journal of Marketing Research*, Vol. 25, May 1988, pg. 204-212.
- Wiwik Lestari, 2001, "Analisis Pelayanan Mutu Total dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Usaha Perbankan di Indonesia", Prahar offset, Surabaya.