

PENGARUH PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH TAPLUS MUDA PADA PT BANK BNI KCUMEDAN

¹Dr. Immanuel Edy Suranta Sebayang, S.E., M.M., M.A., ²T. Nurhaida, S.E., M.Si.
^{1,2}Dosen Politeknik Mandiri Bina Prestasi – Medan

ABSTRACT

This research is to find out how big the influence of customer service on customer satisfaction at PT BNI Kantor Cabang Utama Medan, the total population is 3,711 people and the sample size is 98 Taplus Muda customers. Research using SPSS Version 26 (2020). The conclusion is that there is an influence on the quality of customer service at PT. Bank BNI Kantor Cabang Utama Medan on customer satisfaction of 8.81% and 91.19% influenced by other factors not examined in this study. Correlation coefficient results obtained $r = 0.297$ or 29.7%, which means that Customer Service has a low influence on customer satisfaction. Based on the value of t_{count} is much smaller than t_{table} at a value of $\alpha = 5\%$ ($3.043 > 1.985$) so that H_0 is accepted and H_a is rejected. Suggestions that can be given is that PT. BNI KCU Medan continues to improve services, especially Customer Service in order to achieve maximum satisfaction that can be felt by customers so that later it is expected to increase the number of customers.

Keyword : *customer, service, satisfaction*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Setiap bank bersaing untuk menarik minat masyarakat menggunakan jasanya. Salah satu cara untuk minat masyarakat terhadap bank yaitu melalui pelayanan *Customer Service*. Menurut Kasmir (2018: 249) “*Customer Service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui keinginan dan kebutuhan nasabah”. “Dukungan dari Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas perlu ditunjang dengan berbagai persyaratan, mulai dari perancangan analisis jabatan, perencanaan tenaga kerja, sistem rekrutmen dan seleksi, sistem pelatihan, penilaian prestasi kerja sampai dengan masalah kompensasi yang akan diberikan”. (Kasmir, 2018: 7)

Pelayanan menurut Moenir (2016: 27) diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam Penelitian ini adalah “Bagaimana Pengaruh Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah

Taplus Muda pada PT BNI Kantor Cabang Utama Medan?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian Penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Pelayanan *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah Taplus Muda PT. Bank BNI Kantor Cabang Utama Medan.

1.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan khusus pada pelayanan *Customer Service* dan kepuasan nasabah Taplus Muda di Bank BNI Kantor Cabang Utama Medan Jl. Kapten Maulana Lubis yang berada di Kampung Baru, Medan. Responden yang dipilih khusus para nasabah Taplus Muda yang menggunakan jasa *Customer Service* di PT BNI Kantor Cabang Utama Medan.

2. KAJIAN TEORI

2.1 Pelayanan

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan (Sampara, 2011:5).

Adapun beberapa pengertian pelayanan menurut para ahli adalah :

1. Pelayanan adalah aktifitas atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan

tidak menghasilkan kepemilikan apapun kepada yang menerimanya (Kamal, 2016:24).

2. Pelayanan adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan agar keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi (Kasmir, 2010:22).

2.2 Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik

Ciri-ciri pelayanan yang baik menurut Kasmir (2018:257), antara lain:

1. Tersedia Sarana dan Prasarana yang Baik.
Dalam melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki oleh bank. Misalnya, kursi harus nyaman untuk diduduki, udara dalam ruangan sejuk, kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana yang baik sehingga nasabah betah untuk berurusan dengan bank.
2. Tersedia Karyawan yang Baik
Kenyamanan nasabah sangat tergantung dari petugas *Customer Service* yang melayaninya. Petugas *Customer Service* harus ramah, sopan dan menarik. Selain itu, petugas *Customer Service* harus cepat dan tanggap, pandai bicara, menyenangkan, pintar, mampu memikat dan mengambil hati nasabah sehingga nasabah semakin tertarik. Cara kerja harus cepat dan cekatan; karenanya ebelum menjadi *Customer Service* harus melalui pendidikan dan pelatihan khusus.
3. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal
Pelayanan *Customer Service* harus mampu melayani dari awal sampai tuntas. Nasabah akan merasa puas jika *Customer Service* bertanggung jawab terhadap pelayanannya.
4. Mampu melayani secara cepat dan tepat
Customer Service harus melakukan sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah dan standard bank.
5. Mampu berkomunikasi
Customer Service harus mampu berkomunikasi kepada setiap nasabah dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit

dipahami, mampu membedakan usia dan profesi dengan baik.

6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi (baik nilai pinjaman, data pribadi dan lain-lain).
7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
Customer Service harus memiliki pengetahuan dan kemampuan sehingga perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan menangani keluhan nasabah.
8. Berusaha memahami kebutuhan nasabah.
Customer Service harus cepat tanggap, usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.
9. Mampu menumbuhkan kepercayaan kepada nasabah, ini merupakan hal yang mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah yang loyal begitu juga mampu menjaga nasabah lama agar tidak berpindah.

2.3 Dasar-Dasar Pelayanan

Dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami menurut Kasmir (2018:252) yakni :

1. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih.
2. *Customer Service* percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum dalam melayani nasabah.
3. *Customer Service* menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika dikenal.
4. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
5. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.
6. Bergairah dalam melayani nasabah dan menunjukkan kemampuannya dalam melayani nasabah.
7. Jangan menyela dan memotong pembicaraan pada saat nasabah sedang berbicara dan usahakan jangan berdebat.
8. Mampu meyakini dengan penjelasan serta memberikan kepuasan nasabah.
9. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan.
10. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani dengan simpatik.

2.4 Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada lima indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2012:174):

1. Bukti Fisik (*Tangibles*), yakni berkenaan dengan penampilan fisik, fasilitas layanan, peralatan/perengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.
2. Reliabilitas (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak awal.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
4. Jaminan (*Assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).
5. Empati (*Empathy*), berarti perusahaan memahami masalah para pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

2.5 Customer Service

Customer Service (Kasmir, 2019:179) secara umum adalah “setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah”.

2.6 Fungsi dan Tugas Customer Service

Fungsi dan tugas seorang *Customer Service* dalam praktiknya menurut Kasmir (2019:180) adalah :

1. Sebagai Resepsionis; *Customer Service* berfungsi sebagai penerima nasabah.
2. Sebagai Deskman; yakni orang yang melayani berbagai macam aplikasi di meja kerjanya.
3. Sebagai Salesman; yakni menjadi orang yang menjual produk perbankan dan *cross selling*.
4. Sebagai *Customer Relation Officer*; yakni orang yang membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, merayu atau membujuk nasabah bertahanan apabila nasabah merasa kecewa.

5. Sebagai Komunikator; yakni orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang dibutuhkan.

Persyaratan bagi seseorang untuk menjadi *Customer Service* (Kasmir, 2018:260) :

1. Persyaratan Fisik; *Customer Service* harus memiliki wajah dan tampilan fisik yang menarik seperti tinggi, berat yang ideal dan jiwa yang sehat.
2. Persyaratan Mental; perilaku yang baik, sabar, ramah, dan murah senyum.
3. Persyaratan Kepribadian; memiliki kepribadian yang baik seperti, sopan, lemah lembut, simpatik, lincah, energik, menyenangkan, berjiwa bisnis, memiliki rasa humor, dan ingin maju. *First impression* (kesan pertama) yang baik bagi nasabah perlu ditonjolkan. Mampu mengendalikan diri (*self control*), tidak mudah marah, tidak terpancing berbuat dan berkata kasar, menjaga ketidaksabaran dan rasa tidak puas, serta mampu menekan atau mengendalikan gerakan tubuh yang negatif.
4. Persyaratan Sosial; memiliki jiwa sosial yang tinggi, bijaksana, berbudi pekerti yang halus, pandai bergaul, pandai bicara, fleksibel, cepat menyesuaikan diri, mudah bekerja sama, tenang dan tabah.

2.7 Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (yang diwujudkan) (Kotler, 2018:150).

Kepuasan nasabah yang diberikan bank melalui *Customer Service* akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank sehingga nasabah puas terhadap pembelian jasa bank, sehingga menimbulkan sikap nasabah yang:

1. Loyal kepada bank, nasabah akan tetap setia menjadi nasabah bank.
2. Mengulang kembali pembelian produk.
3. Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama.
4. (Secara sukarela) Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut.

2.8 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi kepuasan konsumen (Lupyoadi, 2001:134) yakni :

- a. Kualitas produk yang baik.
- b. Kualitas pelayanan atau jasa yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Pelanggan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dan merk, sehingga muncul *social self esteem*.
- d. Kualitas produk sama tetapi harga relatif murah.
- e. Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya atau waktu tambahan.

2.9 Mengukur Kepuasan Nasabah

Menurut Gerson dalam Kasmir (2010:164) bahwa pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara :

1. Mempelajari persepsi pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan.
2. Menentukan kebutuhan, keinginan, persyaratan, dan harapan pelanggan.
3. Menutup segala kesengajaan atas masalah yang ada.
4. Memeriksa apakah peningkatan mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan sesuai harapan atau tidak.
5. Dengan mengukur peningkatan kinerja untuk melihat apakah membawa peningkatan laba.
6. Mempelajari bagaimana akan melakukan sesuatu dan apa yang harus dilakukan kemudian.
7. Menerapkan proses perbaikan yang berkesinambungan secara terus-menerus.

2.10. Indikator Kepuasan Pelanggan (Nasabah)

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004:101) menyebutkan adanya atribut pembentuk kepuasan, yakni :

- 1) Kesesuaian harapan, meliputi :
 - a. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi yang diharapkan.
 - b. Pelayanan karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 - c. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- 2) Kesiediaan merekomendasikan. Konsumen bersedia merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi :
 - a. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.

- b. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

Produk BNI Taplus Muda

BNI Taplus Muda merupakan produk tabungan yang diperuntukkan bagi anak muda Indonesia mulai dari usia 17 tahun sampai dengan 25 tahun.

Adapun yang merupakan fasilitas BNI Taplus Muda adalah :

1. E-Banking : fasilitas transaksi perbankan elektronik yang terdiri dari BNI ATM, BNI Mobile Banking, BNI Internet Banking, BNI SMS Banking, dan BNI *Phone Banking*.
2. BNI CDM (*Cash Deposit Machine*) : Layanan transaksi 24 jam melalui mesin CDM untuk melakukan setoran tunai.
3. BNI *Cashless* (ATM Non Tunai) : Layanan transaksi 24 jam melalui sarana mesin ATM untuk melakukan transaksi non tunai.
4. BNI CRM (*Cash Recycle Machine*) : Layanan transaksi 24 jam melalui sarana mesin CRM untuk melakukan setoran dan penarikan tunai.
5. Layanan Notifikasi transaksi via SMS.

Syarat pembukaan rekening BNI Taplus Muda

1. Mengisi formulir pembukaan rekening.
2. Membawa asli bukti identitas diri (KTP/SIM/Paspor) dan melampirkan foto copy-nya.
3. Mengisi formulir *e-statement*.

Secara sederhana perbedaan Taplus Muda dan Taplus adalah selama penggunaan Taplus Muda tidak dikenakan saldo minimal dan mengendap. Sebaliknya, Taplus didenda Rp5.000,-apabila ternyata saldo di bawah Rp150.000,-. Saldo pun tidak dapat dihabiskan sampai Rp0. Begitu sisa Rp15.000,00 sudah tidak bisa digunakan.

Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2019:117) merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Selama penelitian yang diadakan selama tiga bulan, bahwa Populasi pada penelitian yakni nasabah Taplus Muda PT BNI Kantor Cabang Utama Medanyang berjumlah 3711 orang nasabah.

Sampel

Sampel menurut Sanusi (2012:87) adalah bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih, yang kemudian dihitung dengan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel dengan rumus berikut :

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

Keterangan:

n = *Number of Samples* (Ukuran Sampel)

N = *Total Population* (Ukuran populasi)

e = *Error Tolerance* (Toleransi terjadinya galat; taraf signifikan 10%) = 0,1

Dengan menggunakan rumus tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah atau ukuran sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{3.711}{\{(1 + 3.711 \times (0,1)^2)\}}$$

n = 97,37 orang. Berhubung satuan unitnya adalah orang maka jumlah responden sample menjadi 98 orang nasabah Taplus Muda.

Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:60) Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Pada penelitian ini variabel yang digunakan dibagi menjadi dua yakni Variabel Bebas (X) yaitu pelayanan *Customer Service* dan Variabel Terikat (Y) yaitu Kepuasan Nasabah Taplus Muda pada PT Bank BNI Cabang Utama Medan.

Jenis Data

Menurut Sanusi (2012:104) data kualitatif adalah data yang berasal dari respons, tetapi dikuantifikasikan (diubah menjadi angka) dengan cara memberikan skor. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data Kualitatif.

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer menurut Sugiyono (2015:224) adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data dengan observasi

langsung. Data yang dibutuhkan adalah pendapat nasabah yang didapatkan secara langsung mengenai pelayanan *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah Taplus Muda PT BNI Cabang Utama Medan.

Menurut (Sanusi, 2011:109), kuesioner merupakan pengumpulan data yang tidak memerlukan kehadiran peneliti. Teknik pengumpulan data yaitu dengan kuesioner yang diberikan kepada nasabah Taplus Muda diawali dengan memberikan sedikit penjelasan.

Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS Versi 26 tahun 2020.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dengan cara memberikan kuesioner kepada nasabah Taplus Muda sebanyak 98 responden. Kuesioner tersebut terdiri dari 10 pertanyaan.

Pengolahan Data

Data yang telah dikumpulkan diolah dengan menggunakan rumus persamaan koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji t.

Hasil pengolahan data sebagai berikut :

a. Koefisien Koefisien dan Determinasi

Tabel 3.1. Hasil Penghitungan Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted RSquare	Std. Error of the Estimate
1	.297 ^a	.0881	.078	5.31896

a. Predictors: (Constant), Pelayanan *Customer Service*

b. Uji t

Tabel 3.2. Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.365	5.077		-.466	.642
Pelayanan	.519	.170	.297	3.0432	.003

a. *Dependent Variable* (Variabel Terikat): Kepuasan Nasabah Taplus Muda.

Uji t akan digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel pelayanan *Customer Service* yang digunakan sebagai *predictor* untuk kepuasan nasabah Taplus Muda di PT Bank BNI Kantor Cabang Utama Medan.

1) Hipotesis

- H_0 = Koefisien regresi tidak signifikan
- H_0 = Tidak terdapat pengaruh antara pelayanan *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah
- H_a = Koefisien regresi signifikan
- H_a = Terdapat pengaruh antara pelayanan *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah

2) Keputusan

- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima
- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- $t_{hitung} = 3,0432$
- t_{tabel} = untuk menghitung t_{tabel} dapat menggunakan ketentuan sebagai berikut :
 - $\alpha = 0,05$
 - Degree of Freedom (DF) = (jumlah data - 2) atau $98 - 2 = 96$
 - $t_{tabel} = 1,985$

3.2 Pembahasan

Koefisien Korelasi

Menurut Sanusi (2012:151) bahwa "Metode koefisien korelasi digunakan untuk mengukur kuatnya hubungan antar variabel". Berdasarkan hasil pengolahan data, nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,297 atau 29,7%. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan *Customer Service* PT. BNI Kantor Cabang Utama Medan memiliki pengaruh yang lemah terhadap kepuasan nasabah yaitu sebesar 0,297 atau 29,7%.

Determinasi

Berdasarkan hasil pengolahan data koefisien determinasi atau R^2 sebesar 0,0881 atau 8,81% artinya dapat disimpulkan bahwa 8,81% faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dapat dijelaskan dengan kualitas pelayanan *Customer Service*. Sedangkan sisanya 91,19% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti atau menjadi variabel dalam penelitian ini.

Hasil Perhitungan Uji t

Berdasarkan hasil perhitungan uji t di atas, nilai t_{tabel} pada perhitungan tersebut adalah 1,985. Berdasarkan nilai t_{tabel} ternyata nilai t_{hitung} jauh lebih besar jika dibandingkan dengan

t_{tabel} pada nilai $\alpha = 5\%$ ($3,043 > 1,985$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat dikatakan bahwa antara variabel X (Pelayanan *Customer Service*) dengan variabel Y (Kepuasan Nasabah Taplus Muda) memiliki hubungan yang signifikan atau disebut berpengaruh.

4. SIMPULAN

Dari pengolahan data dan pembahasan dapat disimpulkan, bahwa adapengaruh kualitas pelayanan *Customer Service* di PT. Bank BNI Kantor Cabang Utama Medan terhadap kepuasan nasabah Taplus Muda. Hal ini dapat dilihat dari perhitungan statistik dengan menggunakan metode Koefisien Korelasi, hasil $r = 0,297$ atau 29,7% artinya pelayanan *Customer Service* memiliki pengaruh rendah terhadap kepuasan nasabah Taplus Muda. Untuk metode Uji t diperoleh berdasarkan nilai t_{hitung} . Ternyata nilai t_{hitung} jauh lebih kecil jika dibandingkan dengan t_{tabel} pada nilai $\alpha = 5\%$ ($3,043 > 1,985$) sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Selanjutnya, nilai Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah senilai 8,81% sisanya senilai 91,19 % yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy, Tjiptono dan Gregorius Candra. 2004. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset
- Fandy, Tjiptono. 2012. *Service Managemen: Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi Tiga. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ghozali, Imam. 2008. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kasmir. 2010. *Manajemen Perbankan*. Edisi Revisi, Jakarta: PT Rajawali Grafindo Persada
- Kasmir. 2019. *Dasar-dasar Perbankan*. Edisi Revisi, Cetakan ke-12, Jakarta: PT. Rajawali Grafindo Persada.
- Kasmir. 2018. *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan 11, Jakarta : PT Rajawali Gravindo Persada.

- Kotler, Philip and Armstrong. 2018. *Principle Of Marketing*. 17th Edition. New Jersey: Person Prentice Hall
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Edisi 3, Jakarta: Salemba Empat
- Moenir, H.A.S.. 2016. *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Cetakan 12, Bumi Aksara: Jakarta.
- Sampara, Lukman. 2011. *Manajemen Kualitas Pelayanan*. Jakarta : STIA LAN Press.
- Sanusi, Anwar. 2012. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sembiring, Sentosa. 2013. *Hukum Perbankan*. Edisi Revisi, Bandung: Mandar Maju.
- Aplikasi SPSS Version 26, 2020
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taswan. 2012. *Manajemen Perbankan, Konsep, Teknik, dan Aplikasi*. Edisi Kedua. Yogyakarta: UPP STIM YKPN