

Analisis Kepuasan Nasabah Dalam Pelayanan Produk dan Jasa di BSI KCP Tuban

Elok Faiqoh Isti Anah*, Yuyun Puspita Sari

Efaiqoh56@gmail.com

Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama' (IAINU) Tuban

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima: 28-06-2024

Disetujui: 03-07-2024

Key word:

Service, customer satisfaction

Kata kunci:

Pelayanan, kepuasan nasabah

ABSTRAK

Abstract: Finding out how satisfied BSI KCP Tuban customers are is the aim of this study. This study is quantitative in nature and uses closed questionnaires to get data from samples of thirty-one participants. We used SPSS software version 16 to conduct validity tests, F tests, and reliability testing. The study's findings indicate that customer satisfaction is influenced by the goods and services provided by BSI KCP Tuban. The study's findings indicate that the customer satisfaction variable is positively and significantly influenced by five markers of service satisfaction: physical proof, dependability, responsiveness, assurance, and empathy.

Abstrak: Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kepuasan nasabah BSI KCP Tuban. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang sampelnya terdiri dari 31 orang yang bisa dijadikan sampel menggunakan jenis kuesioner tertutup dalam survei untuk mengumpulkan data. Uji yang kami lakukan menggunakan uji reliabilitas, uji validitas dan uji F dengan menggunakan software SPSS versi 16. Hasil penelitian ini bahwa pelayanan produk dan jasa di BSI KCP Tuban berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat lima indikator pernyataan kepuasan pelayanan, yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

PENDAHULUAN

Bank memiliki keinginan untuk bisa memuaskan semua kebutuhan nasabah. Memuaskan nasabah merupakan faktor yang paling utama bagi kelangsungan hidup, yang mana dapat meningkatkan keunggulan bank. Biasanya nasabah yang merasa puas dalam pelayanan produk dan jasa akan membeli kembali produk juga jasa pelayanan di kemudian hari. Dalam hal ini kepuasan menjadi faktor utama yang membuat nasabah membeli lagi dan lagi, yang merupakan bagian terbesar dari pemasaran.

Ketidakpuasan nasabah akan menyebabkan kesulitan yang harus dihadapi. Situasi sulit akan terjadi jika keinginan dan preferensi nasabah tidak dipenuhi. Menyadari mengapa dan bagaimana perilaku pembelian ulang nasabah penting untuk dipahami guna meningkatkan kualitas layanan perbankan yang memberikan kepuasan pelanggan. Studi perilaku pembeli dapat membantu bank dalam meningkatkan kualitas layanan mereka. (Agung Afrianto, 2006)

Harus diingat bahwa industri perbankan selalu menghadapi tantangan persaingan, baik dalam hal tingkat suku bunga atau marjin yang ditawarkan maupun kualitas pelayanan. Data dari survei lapangan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan adalah alasan teratas mengapa masyarakat memilih untuk

menjadi nasabah bank tertentu. Dalam kenyataannya, bank-bank konvensional dan bank syariah saling bersaing untuk selalu memperhatikan dan meningkatkan pelayanan kepada nasabah. Bank syariah, yang dalam operasinya mengikuti prinsip-prinsip Islam, harus memberikan jasa dengan pelayanan yang baik dan sesuai dengan nilai-nilai islami, yang penting untuk dikedepankan dan terus diperbaiki.

Sebuah perusahaan memiliki peluang untuk meningkatkan pangsa pasar dengan cara memenuhi tingkat kualitas layanan kepada nasabah. Prestasi dalam memberikan pelayanan yang baik dimulai dari memenuhi kebutuhan nasabah dan berakhir dengan kepuasan mereka (Tjiptono, 2008).

Suatu perusahaan memiliki peluang untuk meningkatkan porsi pasar mereka dengan memastikan bahwa layanan yang mereka berikan kepada pelanggan pada tingkat kualitas yang memenuhi harapan. Kepuasan pelanggan menjadi indikator dari kualitas pelayanan yang dimulai dari pemenuhan kebutuhan nasabah. Dengan memberikan layanan yang berkualitas tinggi di perusahaan, dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

Setelah merasa puas dengan produk atau layanan jasa yang diterima, nasabah akan membandingkan kualitas pelayanan yang telah diberikan. Apabila pelanggan merasa sangat puas, mereka akan kembali melakukan pembelian dan menganjurkan tempat tersebut kepada orang lain. Karena itu, penting bagi perusahaan untuk memulai mempertimbangkan kepentingan pelayanan nasabah dengan lebih serius melalui peningkatan kualitas layanan. Saat ini, semakin disadari bahwa pelayanan adalah elemen yang sangat penting untuk bertahan dalam bisnis dan berhasil mengalahkan pesaing (Tjiptono, 2004).

Untuk mengetahui kualitas pelayanan, dapat dilakukan dengan membandingkan pandangan nasabah mengenai pelayanan yang diterima dengan harapan mereka terhadap atribut pelayanan yang diinginkan dari perusahaan tersebut. Jika layanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka akan dianggap bahwa pelayanan tersebut memiliki kualitas yang bagus dan memuaskan. Apabila pelayanan yang diterima melebihi harapan pelanggan, maka pelayanan dianggap sangat baik dan memiliki kualitas yang tinggi.

Sangat penting bagi Perusahaan Perbankan untuk tidak mengabaikan kepuasan nasabah, sebagai aspek yang sangat penting. Agar citra perusahaan tetap baik di mata masyarakat, Meningkatkan mutu layanan kepada pelanggan menjadi aspek yang signifikan. Meningkatkan kepuasan nasabah merupakan aspek yang sangat penting dalam usaha untuk meningkatkan mutu layanan kepada nasabah. Keberadaan nasabah sangatlah signifikan karena Peran mereka sangat penting dalam memberikan penghasilan kepada perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Sayangnya, dalam banyak kasus, masih ada perbedaan yang signifikan antara hasil yang dicapai oleh Bank dengan harapan yang dimiliki oleh nasabahnya. Nasabah sering kali mengeluh mengenai Salah satu contoh dari pelayanan bank adalah ketika menghadapi masalah dengan antrian. Nasabah secara terus-menerus mengeluh dan menyatakan bahwa bank tidak memberikan pelayanan yang cukup cepat, padahal sebenarnya bank telah berusaha untuk memberikan pelayanan yang cepat. Tentu saja, ada kemungkinan ada aspek-aspek lain dalam layanan perbankan yang tidak memenuhi harapan nasabahnya, maka bank perlu mengetahui apa saja keluhan nasabah mengenai layanan yang diberikan.

Dalam teori dan praktik pemasaran, kepuasan nasabah menjadi konsep pusat atau titik tengahnya. Kepuasan nasabah juga menjadi salah satu tujuan yang mendasar dalam aktivitas perbankan. Pada

dasarnya nasabah yang puas dan merasa tidak puas akan memengaruhi nasabah selanjutnya atas pelayanan produk dan jasanya.

Ketika nasabah merasa puas, itu berarti baik harapan mereka sebelumnya dan kinerja produk setelah digunakan sesuai dengan evaluasi yang dilakukan oleh nasabah. Kepuasan nasabah merujuk pada bagaimana nasabah menanggapi perasaan puas atau tidak puas terhadap sejauh mana produk atau layanan jasa yang mereka gunakan sesuai dengan harapan mereka sebelumnya.

Kepuasan nasabah merupakan inti dari pemasaran, sedangkan pemasaran menjadi ujung tombak dari segala usaha bisnis. Pengelola bank harus memutar otak dari penyesuaian produksi ke penyesuaian pemasaran dengan penekanan utama pada kepuasan nasabah. Bisnis banyak mengalami kegagalan karena nasabah atau pelanggan merasa dikecewakan sehingga mereka beralih kepada produk yang lain. Kepentingan pelanggan atau nasabah berdasarkan pendapatan sebaiknya dilakukan secara lancar dan terstruktur.

Tidak dapat disangkal bahwa keinginan untuk menggunakan nama syariah menjadi keuntungan tersendiri dalam upaya mendapatkan nasabah Muslim. Produk-produk bank syariah diperkenalkan dan dirancang dengan cara yang menarik, sehingga menjadikan nasabah merasa yakin. Namun, di sisi lain, para profesional di bidang perbankan syariah belum mampu menguasai praktik-praktik syariah secara praktis. Dibuktikan dengan perbandingan beberapa individu yang mencoba untuk mengajukan pinjaman di bank syariah tertentu, kita menemukan bahwa bunga yang dikenakan justru lebih tinggi daripada bank konvensional.

Berbagai tantangan dihadapi oleh sektor perbankan dalam menjalankan fungsi inti mereka serta dalam mempromosikan layanan dan produk mereka. Selain mempertimbangkan suku bunga yang berbeda dari setiap bank saat memberikan pinjaman, masalah lain adalah ketersediaan produk yang ditawarkan oleh masing-masing bank. Tidak semua bank dapat menyediakan produk yang sama untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Satu aspek yang sangat penting dalam menyiapkan diri di industri perbankan ini adalah dengan kemampuan untuk memberikan layanan berkualitas kepada nasabah serta kebijakan yang diterapkan oleh lembaga keuangan dalam memberikan pinjaman dan pendanaan kepada nasabah.

Bank syariah memiliki peran yang sangat krusial dalam memfasilitasi berbagai aktivitas perdagangan dan investasi yang mengikuti prinsip-prinsip syariah. Cara hidup atau pola hidup pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Bank-bank syariah semakin populer di Indonesia dan banyak masyarakat yang mulai beralih ke layanan perbankan yang berbasis syariah. Perkembangan yang signifikan selama 3 tahun terakhir pada akhirnya.

Bank Syariah Indonesia KCP Tuban sebelumnya merupakan perusahaan keuangan berbasis syariah Mandiri. Bank Syariah Indonesia adalah sebuah bank yang mandiri. BSI Tuban bisa dikatakan sebagai bekas X. lembaga keuangan Syariah Mandiri dapat dijelaskan sebagai institusi perbankan yang mengoperasikan prinsip-prinsip syariah, gabungan bisnis yang terjadi di masa depan. Ada penutupan yang terjadi. Pada masa lalu, kantor cabang BRI Syariah di Tuban tersedia, namun kini lokasinya telah berpindah cukup jauh. Ditutup karena tidak cukup efektif karena terletak terlalu dekat dengan BSI KCP Tuban.

Akhirnya mengambil keputusan untuk bergabung menjadi satu BSI KCP Tuban. Lokasi BSI KCP Tuban memberikan pelayanan kepada klien perusahaan keuangan. Bank BSI Syariah memungkinkan seseorang untuk mengambil pinjaman yang baru, menyimpan koin, dan menarik sejumlah uang tertentu, mengakses informasi tentang harga, memeriksa sisa saldo, mengajukan permohonan pinjaman atau kredit, dan menggunakan layanan lainnya.

Layanan yang disediakan oleh kantor ini mencakup pendaftaran rekening baru untuk nasabah Bank BSI Syariah, deposit dan penarikan dana tabungan, pengecekan saldo, pengajuan pinjaman atau kredit, serta penggunaan layanan ATM BSI pada produk perbankan Syariah Bank lainnya. Bank Syariah Indonesia memiliki keunggulan dalam mengadopsi konsep perbankan syariah. Ini mencakup berbagai layanan seperti pinjaman syariah, KPR syariah, dan kredit syariah. Salah satu kelebihannya adalah kemudahan dan kualitas akses online banking yang ditawarkan oleh BSI Net.

Berdasarkan informasi sebelumnya, peneliti bertujuan untuk melakukan penelitian lebih mendalam tentang apakah BSI KCP Tuban telah memberikan pelayanan yang memenuhi ekspektasi nasabahnya, dan juga untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah dengan pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, kami mengusung judul bertema kan **Analisis Kepuasan Nasabah Dalam Pelayanan Produk dan Jasa di BSI KCP Tuban.**

METODE

Jenis Penelitian ini mengaplikasikan pendekatan kuantitatif dalam metodologi. Dalam rangka mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan, dilakukan teknik pengumpulan data melalui penelitian langsung dengan menggunakan metode kuisioner dan observasi. Selain itu, data sekunder diperoleh dengan membaca buku dan referensi lain yang terkait dengan masalah yang sedang diteliti. Populasi yang diambil dalam studi ini adalah para nasabah yang terdaftar di BSI KCP Tuban. Cara pengambilan sampel yang digunakan adalah melalui metode convenience sampling. Metode ini melibatkan pengambilan sampel berdasarkan anggota populasi yang secara kebetulan ditemui dan bersedia menjadi responden. Menurut Una Sekaran (2006), jika jumlah populasi sekitar 1000 orang, maka ukuran sampel yang dibutuhkan adalah sebesar 278 orang. Namun, karena peneliti memiliki keterbatasan dalam hal jumlah tenaga dan waktu, akhirnya peneliti hanya memilih 30 orang sebagai sampel penelitian.

HASIL

Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.973	29

hasil dari uji reliabilitas pada tabel di atas, yaitu Alpha Cronbach yang didapatkan adalah 0,974 yang menunjukkan bahwa reliabilitas variabel ini lebih besar dari 0,60. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam variabel ini dapat dipercaya atau dianggap reliabel.

Uji Validitas

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	Y
X1	Pearson Correlation	1	.460**	.326	.566**	.264	.408*
	Sig. (2-tailed)		.009	.074	.001	.151	.023
	N	31	31	31	31	31	31
X2	Pearson Correlation	.460**	1	.605**	.622**	.758**	.476**
	Sig. (2-tailed)	.009		.000	.000	.000	.007
	N	31	31	31	31	31	31
X3	Pearson Correlation	.326	.605**	1	.357*	.553**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.074	.000		.048	.001	.000
	N	31	31	31	31	31	31
X4	Pearson Correlation	.566**	.622**	.357*	1	.547**	.512**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.048		.001	.003
	N	31	31	31	31	31	31
X5	Pearson Correlation	.264	.758**	.553**	.547**	1	.505**
	Sig. (2-tailed)	.151	.000	.001	.001		.004
	N	31	31	31	31	31	31
Y	Pearson Correlation	.408*	.476**	.656**	.512**	.505**	1
	Sig. (2-tailed)	.023	.007	.000	.003	.004	
	N	31	31	31	31	31	31

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil pengujian validitas di atas diketahui bahwa nilai pearson correlation memiliki distribusi nilai korelasi yang tidak terlalu jauh berbeda. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai validitasnya dapat diterima atau kuesioner dinyatakan valid.

Uji F**ANOVA^b**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	9.715	5	1.943	5.956	.001 ^a
Residual	8.156	25	.326		
Total	17.871	30			

a. Predictors: (Constant), EMPATY, SIKAP, DAYA TANGGAP, JAMINAN, KEHANDALAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN

Dari informasi statistik yang tertera pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai F hitung adalah 5,956 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan (Y).

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.737 ^a	.544	.452	.571	1.312

a. Predictors: (Constant), EMPATY, SIKAP, DAYA TANGGAP, JAMINAN, KEHANDALAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN

Nilai koefisien determinasi atau R square diberikan sebesar 0,544. Angka koefisien determinasi (R square) adalah 0,544 atau setara dengan 5,44%. Angka tersebut menunjukkan bahwa variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara yang sama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan.

PEMBAHASAN

Bukti fisik memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Rata-rata tanggapan responden terhadap bukti fisik ini mencapai 4,35 yang mengindikasikan kategori yang baik atau memuaskan. Semakin baik bukti fisik yang ditunjukkan dalam kualitas layanan yang disediakan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini disebabkan oleh kualitas layanan yang baik akan menarik perhatian nasabah untuk menggunakan layanan yang BSI KCP Tuban tawarkan. Dalam situasi ini, kemampuan manajemen sangat penting Untuk meningkatkan mutu layanan dari segala sudut yang terkait dengan kemajuan fasilitas yang diberikan. Artinya, pimpinan tidak bisa mengharapkan hasil yang efektif dari pekerjaan karyawan jika karyawan tidak mengerti dengan jelas apa dan bagaimana mereka harus melakukan tugas atau pekerjaan mereka. Tanda-tanda ini terlihat dari mayoritas peserta yang menyatakan setuju, yang berarti bahwa bukti konkret dari BSI KCP Tuban telah sesuai dengan preferensi

nasabah. Apabila semakin banyak dukungan bukti fisik terhadap BSI KCP Tuban, maka akan berdampak pada kepuasan nasabah.

Kehandalan pengaruhnya cukup besar terhadap kepuasan nasabah dengan menunjukkan rata-rata responsen penilaian terhadap kehandalan ini sebesar 4,00 dengan kategori yang baik atau memuaskan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah, semakin besar kepuasan yang mereka rasakan. Ini terjadi karena jika layanan yang diberikan oleh BSI KCP Tuban sesuai dengan yang dijanjikan dan akurat, maka akan memberikan kepuasan yang khusus bagi nasabah BSI KCP Tuban. Dalam situasi ini, kemampuan karyawan BSI KCP Tuban sangat penting dalam memberikan layanan yang tepat waktu dan akurat agar tercipta kepercayaan. Semakin kompeten karyawan dalam memberikan hasil kerja, semakin cepat permasalahan pelanggan akan diatasi. Semakin makin BSI KCP Tuban menjadi lebih terpercaya, semakin besar akan memengaruhi kepuasan nasabahnya.

Daya Tanggap dalam menanggapi masalah sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah. Rata-rata tanggapan responden terhadap daya tanggap ini adalah 3,68 yang masuk dalam kategori yang cukup baik/memuaskan. Maka di sini, daya tanggap berarti respons atau kesiapan karyawan untuk membantu nasabah dan memberikan layanan dengan cepat. Semakin responsif karyawan, semakin cepat masalah nasabah terselesaikan. Namun, jika nasabah dibiarkan menunggu tanpa alasan yang jelas, mereka akan merasa kecewa. Semakin meningkatnya tingkat responsivitas BSI KCP Tuban, akan berdampak pada kepuasan nasabah.

Jaminan memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan rata-rata tanggapan responden terhadap jaminan ini sebesar 4,06 yang dapat dikategorikan sebagai baik atau memuaskan. Jaminan yang diberikan di tempat ini meliputi tingkat pengetahuan yang cukup, serta sikap sopan dan ramah yang ditunjukkan oleh karyawan BSI KCP Tuban terhadap para nasabah. Faktor penentu kepuasan adalah jaminan. Semakin besar jaminan yang ditunjukkan oleh karyawan BSI KCP Tuban, semakin berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Empati secara signifikan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Rata-rata tanggapan dari responden terhadap empati ini adalah 4,10 yang dapat dikategorikan sebagai tingkat kepuasan yang baik atau memuaskan. Empati di sini mengacu pada keinginan untuk mempermudah interaksi dengan pelanggan, berkomunikasi dengan baik, memberikan perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan di BSI KCP Tuban, seperti memberikan perhatian kepada nasabah, menjaga keamanan dan kenyamanan, serta mengutamakan kepentingan nasabah. Semakin besar rasa empati yang ditunjukkan oleh para karyawan BSI KCP Tuban, semakin berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Secara keseluruhan, harapan pelanggan adalah estimasi atau kepercayaan mereka mengenai hasil yang akan mereka peroleh saat membeli atau menggunakan suatu produk atau layanan. Sementara itu, kinerja atau hasil yang dirasakan adalah bagaimana nasabah menganggap atau mempersepsikan apa yang mereka terima setelah menggunakan produk yang telah mereka beli. Untuk itu, manajemen harus memiliki pandangan yang serupa dengan pelanggan sehingga dapat mencapai hasil yang melebihi atau setidaknya sejalan dengan harapan pelanggan. Apabila layanan kepada nasabah memenuhi harapan mereka, itu akan menyebabkan rasa puas. Jika pelayanan terus diperbaiki, maka nasabah akan merasa puas.

KESIMPULAN

1. Ada 5 indikator pelayanan yang menjadi prioritas utama bagi perusahaan dalam melakukan peningkatan untuk memperbaiki kepuasan pelayanan kepada nasabah yaitu:
 - a. Bukti fisik melibatkan struktur, perangkat karyawan, dan peralatan komunikasi.
 - b. Keandalan berkaitan dengan kapasitas atau kemampuan untuk konsisten dan dapat dipercaya.
 - c. dalam memberikan layanan yang telah dijanjikan dengan kecepatan, keakuratan, dan kepuasan.
 - d. Daya tanggap melibatkan memberikan perhatian sepenuhnya dan merespons dengan segera dalam situasi saat berkomunikasi dengan nasabah, baik dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, keluhan, atau masalah lainnya.
 - e. Jaminan mencakup keahlian, pengetahuan, sopan santun, dan kepercayaan yang dimiliki oleh karyawan, tanpa adanya ancaman, risiko, atau keraguan.
 - f. Empati meliputi komunikasi yang lancar, perhatian individu yang penting, dan pemahaman terhadap kebutuhan nasabah.
2. Menurut hasil penelitian tentang kepuasan nasabah terhadap pelayanan di BSI KCP Tuban, peneliti menyimpulkan bahwa: Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa persentase pelayanan dan kepuasan nasabah adalah sebesar 0.544, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R Square). Angka koefisien determinasi yang besar (R Square) sebesar 0.544 berarti bahwa 54.4% dari kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh pelayanan. Namun, 45.6% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang di luar lingkup regresi ini. Dalam konteks ini, tingkat keterkaitan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berada pada tingkat yang signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Consuegra. 2007. *Costumer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Jakarta: Bayumedia.
- Hermanto. 2019. *Faktor Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Surabaya: CV Publishing.
- Supranto, Johanes. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Asdi.
- Kottler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran edisi 13 Jilid II*. Jakarta: Erlangga.
- Chandra Teddy, Stefani Chandra dan Layla Hafni. 2020. *Service Quality, Consumen Satisfaction and Consumen Loyalty: Tinjauan Teoritis*. Purwokerto: CV IRDH.
- Al Fajar, Fachrul. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Makassar Jeans House kota Palu*. Palu: Universitas Tandulako.
- Aritonang, R Lerbin. 2005. *Kepuasan Pelanggan, Pengukuran dan Penganalisaan dengan SPSS edisi pertama*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Reza, M Taufiq. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada PT Bank Mega Tbk Cabang Makassar*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Wahyuningsih, Nining & Nurul Jannah. 2018. *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat*. Cirebon: IAIN Syekh Nurjati
- Rivkyana, Ega. 2010. *Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Pada PT Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Surakarta*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.