



Implementasi *Service Quality (servqual)* terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Sinarmas Tbk

Ranti Anjelia^{a,*}, Asfia Fitri Aras^a, Corry Handayani^a

^aProgram Studi Teknik Industri, Sekolah Tinggi Teknologi Nasional Jambi, Jln. Pattimura No. 100, Kota Jambi, Indonesia

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima 00 Desember 00
Diterima setelah direvisi 00 Januari 00
Disetujui 00 Februari 00

Abstract—Service quality is a very important factor and root that is capable of satisfying its customers. The purpose of this research is to determine the factors that determine service quality (*servqual*) on customer satisfaction at PT. Bank Sinarmas Tbk Kcp. Jambi Tebing Tinggi and knowing service quality (*servqual*) on customer satisfaction at PT. Bank Sinarmas Tbk Kcp. Jambi Tebing Tinggi. This study uses primary data that comes from direct observation and direct distributed questionnaires which are then analyzed using the *servqual* test and multiple linear regression tests. The results showed that customer satisfaction is influenced by the parking area, physical equipment owned, employee appearance, security facilities, fast service to customers, employee knowledge of bank products, personal attention to customers in terms of service and employee sensitivity to know customer interests (*reality*) and to determine service quality (*servqual*) to customer satisfaction, namely reliability, responsiveness, assurance and empathy, while the assessment of unsatisfied customers is tangible.

Kata kunci:

Service quality
Nasabah
Bank

Intisari—Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar yang sangat penting yang mampu kepuasan kepada nasabahnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor – faktor yang menentukan *service quality (servqual)* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sinarmas Tbk KCP. Jambi Tebing Tinggi dan mengetahui *service quality (servqual)* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sinarmas Tbk Kcp. Jambi Tebing Tinggi. Penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari observasi langsung dan kuesioner yang disebarakan langsung yang dan selanjutnya dianalisis menggunakan uji *servqual* dan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh area parkir, kelengkapan fisik yang dimiliki, penampilan karyawan, fasilitas keamanan, pelayanan yang cepat kepada nasabah, pengetahuan karyawan terhadap produk bank, perhatian pribadi kepada nasabah dalam hal pelayanan dan kepekaan karyawan untuk mengetahui minat nasabah (*reality*) dan untuk mengetahui *service quality (servqual)* terhadap kepuasan nasabah yaitu *reliability, responsiveness, assurance* dan *empaty* sedangkan penilaian nasabah yang tidak puas yaitu *tangible*.

1. Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat ditandai dengan pertumbuhan lembaga keuangan seperti industri perbankan, baik itu bank konvensional maupun bank syariah. Untuk menghadapi persaingan di dunia perbankan, peran sumber daya manusia dan kualitas pelayanan sangat membantu pencapaian tujuan perusahaan yaitu memberikan pelayanan yang prima sesuai dengan kebutuhan nasabah dan memberikan kepuasan nasabah.

Dalam dunia perbankan nasabah merupakan aset terbesar yang harus dijaga dan dipertahankan. Untuk mendapatkan kepercayaan dan kepercayaan dan loyalitas nasabah yang tinggi maka bank wajib meningkatkan kualitas pelayanan

Jika nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan akan meningkatkan produktifitas bank itu sendiri, akan tetapi apabila nasabah merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan maka akan beralih ke bank lain untuk mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Tingkat persaingan pelayanan produk dan jasa perbankan yang terjadi dewasa ini semakin ketat, dengan semakin

* Corresponding Author:

E-mail: corry_037@yahoo.com (Corry Handayani)

banyaknya jumlah bank saat ini. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya pelayanan produk dan jasa perbankan yang ditawarkan di pasar, dimana masing-masing bank berusaha merebut pangsa pasar yang sebesar-besarnya dengan menggunakan berbagai macam strategi.

Pencanangan program peningkatan kepuasan nasabah yang marak dilakukan oleh bank baik yang berstatus bank pemerintah maupun yang di kelolah pihak swasta tampaknya memang tidak dapat dihindari lagi. Nasabah saat ini semakin kritis dan berani mengemukakan keluhan ataupun rasa ketidakpuasaannya apabila menemui permasalahan dalam pelayanan suatu bank. Meningkatkan mutu pelayanan terhadap nasabah adalah suatu hal yang mutlak harus dilakukan oleh pihak bank dalam rangka meningkatkan aktivitas dan kegiatan bank itu sendiri. Keberhasilan yang diberikan kepada nasabah merupakan penunjang yang kuat untuk meningkatkan transaksi-transaksi harian yang mana secara tidak langsung akan meningkatkan pendapatan bagi bank itu sendiri. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan (*Service Quality*) menurut Parasuraman (2011) *Service Quality* ditunjukkan dengan reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangibles*)[1].

Menurut Kotler (2009) semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan[2]. Berdasarkan pengamatan terdahulu dibank sinarmas bahwa pelayanan yang diberikan kepada nasabah sudah cukup baik, namun masih terdapat kekurangan dari segi informasi produk, informasi ini di dapat dari nasabah. Oleh karena itu, kualitas pelayanan merupakan hal penting yang perlu diperhatikan untuk menciptakan kepuasan nasabah.

Terdapat ketidakpuasan dari nasabah terhadap pelayanan di Bank Sinarmas baik itu pada csso (*customer service sales officer*), kasir (*teller*) SFO (*sales funding officer*) dan pengkreditan (*mikro*). Pada saat nasabah selesai bertransaksi maka pihak bank sinarmas akan meminta penilaian terhadap pelayanan yang telah diberikan dengan cara memasukkan koin ke kotak yang telah disediakan. Dengan kriteria *excellent*, *good* dan *poor*. Pada saat penilaian ini dapat dilihat nasabah yang memberikan *poor* setelah mereka menerima pelayanan dari pegawai bank sinarmas. Dapat dikatakan bahwa pelayanan yang di berikan belum memberikan rasa puas untuk kepuasan kepada nasabah. Sehingga harus dilakukan penelitian bagaimana mengimplementasikan nilai *poor* menjadi *excellent*. Data penilaian nasabah dalam 3 bulan dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 1. Penilaian Nasabah

Penilaian	Oktober	November	Desember	Jumlah
<i>Excellent</i>	420	510	490	1420
<i>Good</i>	315	235	215	765
<i>Poor</i>	115	100	120	315

Sumber: Data dari Bank Sinarmas tahun 2019

Berdasarkan wawancara dengan karyawan bank tersebut, ketidakpuasan nasabah salah satunya dikarenakan dari keinginan nasabah dengan cepatnya proses transaksi sedangkan persyaratan dari nasabah tidak lengkap. Ketidakpuasan nasabah juga berasal dari keterbatasan SOP yang tentunya tidak bisa dirubah. Kepuasan nasabah merupakan sebuah perbandingan dari apa yang diharapkan pelanggan dengan apa yang diterima nasabah. Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan

nasabah adalah nilai nasabah (*Customer Value*). Menurut Monroe (2002) pada penelitian Ahmad (2014) mendefinisikan nilai bagi nasabah (*Customer Value*) sebagai *tradeoff* antara persepsi nasabah terhadap kualitas, manfaat produk dan pengorbanan yang dilakukan lewat pengorbanan yang dibayar[3].

Dalam penelitian ini rumusan masalah yang akan diteliti adalah faktor-faktor apa yang menentukan *service quality* (*servqual*) terhadap kepuasan nasabah dan bagaimana implementasi *service quality* (*servqual*) terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sinarmas, Tbk Kcp. Jambi Tebing Tinggi.

2. Metode Penelitian

Sasaran responden adalah 50 masyarakat yang menggunakan layanan PT. Bank Sinarmas Tbk, Kcp Jambi tebing tinggi tunggal ulu lokasi tepatnya di Komplek Perkantoran PT.LPPI Desa Tebing Tinggi, Tanjung Jabung Barat Jambi. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode Purposive Sampling, dimana nasabah yang memberikan penilaian poor yang diberikan kuisioner. Selain itu, penyebaran kuisioner hanya dilakukan 10 hari tanpa mengganggu kenyamanan dari nasabah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif.

Bentuk-bentuk aplikasi kualitas layanan dengan menerapkan konsep "RATER" oleh Parasuraman (2001) sebagai berikut [1]:

1. Daya tanggap (*responsiveness*)
Setiap pegawai dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapatkan pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari pegawai untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidak sesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya. Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif.
2. Jaminan (*assurance*)
Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu layanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan semakin puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang diberikan akan tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan.
3. Bukti fisik (*tangibility*)
Pengertian bukti fisik dalam kualitas layanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan.

4. Empati (*empathy*)

Setiap kegiatan atau aktivitas pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati (*empathy*) dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan.

5. Kendalan (*reliability*)

Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang handal, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan, dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat.

Hipotesa untuk regresi linier berganda [4]:

H₀₁ : Tidak ada pengaruh antara bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan secara persial

Ha₁ : Ada pengaruh antara bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan secara persial

H₀₂ : Tidak ada pengaruh antara reliabilitas terhadap kepuasan pelanggan secara persial

Ha₂ : Ada pengaruh antara reliabilitas terhadap kepuasan pelanggan secara persial

H₀₃ : Tidak ada pengaruh antara daya tangkap terhadap kepuasan pelanggan secara persial

Ha₃ : Ada pengaruh antara daya tangkap terhadap kepuasan pelanggan secara persial

H₀₄ : Tidak ada pengaruh antara jaminan terhadap kepuasan pelanggan secara persial

Ha₄ : Ada pengaruh antara jaminan terhadap kepuasan pelanggan secara persial

H₀₅ : Tidak ada pengaruh antara empati terhadap kepuasan pelanggan secara persial

Ha₅ : Ada pengaruh antara empati terhadap kepuasan pelanggan secara persial

H₀₆ : Tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap pelanggan secara simultan

Ha₆ : Ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap pelanggan secara simultan

Gap antara jasa yang dipersepsikan dan jasa yang diharapkan (*SERVICE GAP*) Gap ini berarti bahwa jasa yang dipersepsikan tidak konsisten dengan jasa yang diharapkan.

3. Hasil dan Pembahasan

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu data hasil kuesioner yang disebarkan secara *offline* selama 10 hari pada jam oprasional. Dimana 50 responden telah mengisi kuesioner yang telah di sediakan dalam waktu 10 hari jam oprasional.

Dari keseluruhan data yang diperoleh didapatkan bahwa responden yang mengisi adalah 50% pria dan 50% wanita. Dengan pekerjaan wirausaha 25% responden, karyawan swasta 67% responden, PNS 2 % responden dan petani 6% responden. Untuk penghasilan yang banyak

menjadi responden adalah masyarakat berpenghasilan antara Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 sebanyak 8%, Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 sebanyak 8%, Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000 sebanyak 48% dan > Rp 5.000.000 36%.

3.1 Uji regresi linier berganda

Berikut hasil uji regresi linier berganda :

Tabel 2. perbandingan uji F

SIMULTAN	<i>expetasi</i>		<i>reality</i>	
	nilai F	kesimpulan	nilai F	kesimpulan
PN1	3,250	Ada pengaruh	2,604	Ada pengaruh
PN2	0,600	Tidak pengaruh	3,745	Ada pengaruh
PN3	3,250	Ada pengaruh	1,895	Tidak pengaruh
PN4	0,600	Tidak pengaruh	2,579	Ada pengaruh

Bedasarkan penelitian dapat dilihat dari tabel di atas nilai *expetasi* simultan PN1 (anda selalu puas bertransaksi di Bank Sinarmas) lebih tinggi dari nilai *reality* simultan PN1 (anda selalu puas bertransaksi di Bank Sinarmas) walapun nilai *expetasi* lebih tinggi dari *reality* namun masih memenuhi signifikan jadi nasabah tetap merasa puas. Dari tabel diatas dapat disimpulkan nilai *expetasi* lebih rendah dari nilai *reality* nasabah (pernah kecewa dengan pelayanan Bank Sinarmas simultan) PN2 jadi pelayanan terhadap nasabah merasa puas dikarnakan *reality* nasabah lebih tinggi dari pada *expetasi* yang mereka harapkan [5][6]. Nilai *expetasi* simultan PN3 (anda pernah menggunakan jasa yang sama dicabang ini) lebih tinggi dari nilai *reality* simultan PN3 (anda pernah menggunakan jasa yang sama dicabang ini) walapun nilai *expetasi* lebih tinggi dari pada *reality*, namun masih memenuhi signifikan jadi nasabah merasa puas. Nilai *expetasi* lebih rendah dari nilai *reality* nasabah (pernah menceritakan hal positif bertransaksi di Bank Sinarmas kepada orang lain) PN4 nasabah merasa puas terhadap pelayanan terbukti dari nilai tabel di atas bahwa nilai *reality* lebih tinggi dari nilai *expetasi* nasabah. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil dari tabel diatas nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank Sinarmas.

Tabel 3. Perbandingan persial PN1

Persial PN1	
Expetasi	Reality
T2 -2,151	T2 0,408
T3 -2,716	T3 0,734
T4 1,811	T4 -2,167
R2 2,054	R2 1,100
RS1 1,309	RS1 2,254
A3 -2,461	A3 1,125
E3 -1,134	E3 2,629
E4 -1,429	E4 -3,218

Expetasi secara simultan disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan yang didapat sebesar $0,003 < 0,05$ maka H_0 di tolak sehingga berpengaruh. Sedangkan *reality* secara simultan disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah hal ini dapat dilihat signifikan yang didapat yaitu sebesar $0,011 < 0,05$ maka H_0 ditolak sehingga berpengaruh.

Tabel 4. Perbandingan persial PN2

persial PN2	
Expetasi	Reaity
	T2 2,172
	T3 - 2,859
A4 0,125	A4 2,474
	E4 -3,826

Expetasi secara simultan simpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan yan didapat sebesar $0,806 < 0,05$ maka H_0 di tolak sehingga berpengaruh. Sedangkan *reality* secara simultan disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah hal ini dapat dilihat signifikan yang didapat yaitu sebesar $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak sehingga berpengaruh [4].

Expetasi secara simultan simpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan yan didapat sebesar $0,003 < 0,05$ maka H_0 di tolak sehingga berpengaruh. Sedangkan *reality* secara simultan disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah hal ini dapat dilihat signifikan yang didapat yaitu sebesar $0,061 < 0,05$ maka H_0 ditolak sehingga berpengaruh [4].

Tabel 5. perbandingan persial PN3

Peersial PN3	
expetasi	Reality
T2 -2,151	T2 1,711
T3 -2,716	T3 0,444
R2 2,054	R2 -0,172
A3 -2,461	A3 -0,545
E4 -1,429	E4 -2,894

Tabel 6. Perbandingan persial PN4

Persial PN4	
Expetasi	Reality
T5 1,354	T5 2,208
A4 0,125	A4 3,370
	E4 -3,476

Expetasi secara simultan disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan yan didapat sebesar $0,003 < 0,05$ maka H_0 di tolak sehingga berpengaruh. Sedangkan *reality* secara simultan disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah hal ini dapat dilihat signifikan yang didapat yaitu sebesar $0,011 < 0,05$ maka H_0 ditolak sehingga berpengaruh.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda terhadap faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu kelengkapn fisik yang dimiliki, sikap karyawan dalam memberikan pelayanan, penampilan karyawan dan kemampuan dalam memecahkan masalah nasabah (*expetasi*) sedangkan faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu area parkir, kelengkapan fisik yang dimiliki, penampilan karyawan, fasilitas keamanan, pelayanan yang cepat kepada naabah, pengetahuan karyawan terhadap produk Bank, perhatian pribadi kepada nasabah dalam hal pelayanan dan kepekaan karyawan untuk mengetahui minat nasabah (*reality*) [5].

3.2 Uji Service Quality (Servqual)

Variabel *tangible* mempengaruhi keputusan nasabah bertransaksi, gedung yang dimiliki karena lokasi mudah untuk dijangkau [6][7][8]., dimana bank sinarmas berlokasi dekat dengan instansi perkantoran, terletak didaerah pemukiman dan perumahan yaitu di kantor besar PT. LPPI. Mudah dijangkau dengan segala jenis kendaraan.

Variabel *reliability* mempengaruhi keputusan nasabah bertransaksi, pencatatan pembukuan juga dengan pembukuan yang secara teratur dan rapi secara keseluruhan maka pencatatan pembukuan nasabah merasa sangat puas [6][7][8].

Variabel *responsiveness* mempengaruhi keputusan nasabah bertransaksi, Pelayanan yang cepat kepada nasabah dimana kecepatan nasabah dalam melayani permintaan nasabah dilakukan secara cepat hingga nasabah merasa sangat puas atas pelayanan yang di berikan karyawan terhadap nasabah dan cara karyawan menyambut nasabah mempengaruhi keputusan nasabah bertransaksi dimana penyambutan karywan ketika nasabah datang untuk bertransaksi disambut dengan SFO yang sudah di tetapkan oleh bank sinarmas[6][7][8].

Variabel *assurance* mempengaruhi keputusan nasabah bertransaksi, karyawan dalam memberi pelayanan dengan cara karyawan sopan santun ,rama tama, senyum dan sapa yang diberikan karyawan kepada setiap nasabah yang datang bertransaksi agar nasabah merasa di hormati ketika bertransaksi[6][7][8]..

Variabel *empaty* karyawan kepada nasabah mempengaruhi keputusan nasabah bertransaksi, dia mana Sikap karyawan memberikan pelayanan kepada nasabah, waktu dan tempat nyaman diberikan kepada nasabah, Perhatian pribadi kepada nasabah dalam hal pelayanan, Kepekaan karyawan untuk mengetahui minat nasabah dan Sikap karyawan mengetahui kebutuhan khusus nasabah. Yang diberikan kepada kayawan sangat memuaskan nasabah dalam bertransaksi[6][7][8]..

4. Simpulan

Simpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Faktor - faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu area parkir, kelengkapan fisik yang dimiliki, penampilan karyawan, fasilitas keamanan, pelayanan yang cepat kepada nasabah, pengetahuan karyawan terhadap produk bank, perhatian pribadi kepada nasabah dalam hal pelayanan dan kepekaan karyawan untuk mengetahui minat nasabah (*reality*).
- b. Untuk mengetahui *service quality (servqual)* terhadap kepuasan nasabah yaitu *reliability, responsiveness, assurance* dan *empaty* sedangkan penilaian nasabah yang tidak puas yaitu *tangible*.

Referensi

- [1]. Tjiptono. F. Management Mewujudkan Layanan Prima Edisi 2. Yogyakarta : Penerbit Andi, 2011.
- [2] Kotler dan Keller. Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13 Jakarta : Erlangga, 2009.
- [3] Ahmad, G. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah". Jurnal PPKM UNSIQ I, Vol 1 No.1, 2014.
- [4]. Anton, B. Multivariate Analysis dengan SPSS. Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2006
- [5]. Qismatun, Q. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepatuhan Syariah, Nilai Nasabah, Kepercayaan, Citra perusahaan dan Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BTN Syariah KC semarang". Thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga, 2018
- [4]. Sriwidodo. Untung. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan. Surakarta
- [5]. S. Nani, T. Wolok. Analisis Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bank sinarmas. Tbk cabang gorontalo. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo, 2014
- [6]. Philip, K dan Kevin L. Keller. Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2. Erlangga: Jakarta, 2008
- [7]. Fandy, T dan C. Gregorius. Service, Quality & Satisfaction. Andi Offset: Yogyakarta, 2005
- [8]. Tony, W. Manajemen Kualitas Jasa Cetakan ke 1, Jakarta Barat : PT indeks, 2011
- [9]. Fadma, Y. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Pada Bank Panin TBK KCP A. Yani Banjarmasin. Jurnal Spread. Vol. 3, No. 2, 2013