



SJMB: *Scientific Journal of Management and Business*.
Volume 02 Nomor 01 Tahun 2021 ; p-ISSN: 2776-009X ; online -ISSN: 2807-5897
Available online at <http://e-journal.uniflor.ac.id/index.php/sjmb>

Received: Juni,2021	Accepted: September, 2021	Published : Oktober, 2021
---------------------	---------------------------	---------------------------

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA BANK DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP KEPUASAAN NASABAH DI PT. BANK SINARMAS ENDE

Yosefa Bie, Lambertus Langga, Maria Helena C. Dua Mea
Program Studi Manajemen, Universitas Flores
E-mail: shefabie21@gmail.com

Abstrak

The purpose of this study was to examine the effect of quality services, bank image and customer trust simultaneously and partially on customer satisfaction PT. Bank Sinarmas Branch Ende, independent variable in this study is the quality of service, bank image and trust costumer. While the dependent variable is customer satisfaction PT. Bank Sinarmas Ende Branch. In this study, the determination of the sample was carried out by the method non probability. The sample used was 94 people. Hypothesis testing with perform multiple linear regression analysis. Before testing the hypothesis reliability and validity test were carried out. The result is that all variables are valid and reliable, the results of the F test show $F_{\text{count}} > F_{\text{table}}$ with a significant of 0,000. With the first hypothesis states “service quality,bank image and customer trust simultaneously has a significant effect on satisfaction customerof PT. Bank Sinarmas Branch Ende, can be supported by the truth. Results t test shows c=each variable with a significance less than 0,05. This the second hypothesis which states service quality, Bank image and customer trust partially have a significant effect to customer satisfaction of PT. Bank Sinarmas Branch Ende can be supported the truth.

Kata kunci: Service quality, bank image, customer trust, customer satisfaction

Pendahuluan

Bank adalah badan usaha milik negara atau swasta yang berfungsi menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit. Pelayanan yang diberikan antara satu penyedia layanan jasa dengan pemberi layanan jasa lainnya sangat berfariatif sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi perorangan atau konsumen,yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. secara umum pelayanan di Indonesia masih dinilai kurang baik dan dianggap

bertele-tele sehingga masalah tersebutlah yang harus diperbaiki oleh perusahaan dan lembaga lainya agar dapat merubah citra buruk tersebut menjadi lebih baik. seperti yang kita ketahui masalah adalah ketidaksesuaian suatu keadaan dengan apa yang diinginkan. Untuk itulah pelayanan yang baik dan berkualitas sangat diperlukan agar dapat memberikan pelayanan yang prima dan berkualitas sesuai yang diinginkan serta diharapkan oleh para nasabahnya agar dapat membuat nasabah merasa puas.

Nasabah mengharapkan memperoleh pelayanan (service) yang maksimal dari para penyedia layanan jasa, agar sesuai dengan apa yang diharapkan atau bahkan melebihi harapannya. Oleh karena itu, manajemen dari industri layanan jasa perlu meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. Peningkatan kualitas pelayanan akan diharapkan juga dapat meningkatkan citra sebuah. Sebab citra dapat diperkuat ketika nasabah mendapatkan kualitas pelayanan yang tinggi dan akan menurun apabila nasabah mendapatkan kualitas pelayanan yang rendah. Salah satu cara untuk menciptakan kepuasan nasabah melalui peningkatan kualitas, karena pelanggan adalah fokus utama ketika kita mengungkapkan tentang kepuasan dan kualitas nasabah. Persoalan kualitas sudah menjadi "harga yang harus dibayar" oleh perusahaan agar tetap dapat bertahan dalam bisnisnya saat ini semua perusahaan, terlebih perusahaan jasa dapat menghasilkan kualitas pelayanan yang sama dengan yang diterapkan.

Kepercayaan nasabah terhadap bank juga memiliki peranan yang penting dalam kelangsungan hidup suatu bank. Bank sebagai lembaga keuangan sangat dipercaya oleh masyarakat dalam menghimpun, mengelola dan menyalurkan dananya. Kepuasan nasabah merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah mengenai kualitas jasa berfokus pada lima dimensi yaitu *tangible* (bukti langsung), *reability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati) dan *access*. Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan, dimana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya.

Memiliki misi menjadi salah satu pembiayaan termuka di Indonesia. PT. Bank Sinarmas Cabang Ende dalam perkembangan selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan baik dari segi karyawan maupun fasilitas yang diberikan oleh PT. Bank Sinarmas Cabang Ende.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah di PT. Bank Sinarmas Cabang Ende
Dari tahun 2015 – 2019

Tahun	Jumlah Nasabah
2015	1528
2016	1218
2017	948
2018	1231
2019	1503

Sumber: PT. Bank Sinarmas Cabang Ende

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah nasabah di PT. Bank Sinarmas Cabang Ende mengalami fluktuatif. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa terjadi penurunan jumlah nasabah dari tahun 2015 hingga tahun 2016 yaitu sebesar 310 orang. Selanjutnya pada tahun 2017 hal yang sama juga terjadi yaitu jumlah nasabah pada tahun tersebut masih mengalami penurunan sebesar 270 orang. Kemudian pada tahun 2018 ternyata jumlah nasabah mengalami peningkatan yang cukup baik

sebesar 283 orang. Sedangkan dalam tahun 2019 jumlah nasabah juga mengalami peningkatan namun dapat terlihat bahwa peningkatan tahun 2019 tidak lebih baik dibanding tahun sebelumnya yang hanya berjumlah 272 orang. Peningkatan dan penurunan jumlah nasabah ini dapat menunjukkan seberapa tinggi tingkat kepuasan yang dirasa nasabah dalam memperoleh pelayanan dari PT. Bank Sinarmas Cabang Ende. PT. Bank Sinarmas Cabang Ende, terdapat permasalahan yaitu pada kualitas pelayanan. Oleh karena itu PT. Bank Sinarmas Cabang Ende harus memberikan pelayanan yang terbaik agar nasabah merasa aman dan nyaman.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Sinarmas Cabang Ende yang berlokasi di Jalan Kelimutu Kelurahan Kelimutu Kecamatan Ende Tengah Kabupaten Ende. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS versi 25. Definisi operasional dalam penelitian ini, yaitu:

1. Kualitas Pelayanan adalah tindakan dan kemampuan karyawan dalam suatu perusahaan yang dilakukan dengan penuh komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan bermutu kepada konsumen, sesama karyawan, maupun pimpinan perusahaan.
2. Citra Bank adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta dan kenyataan pada bank.
3. Kepercayaan adalah sebuah jenis refleksi emosional bagi perdagangan. Hal tersebut tergantung pada tingkat pemenuhan produk yang diharapkan atau layanan manfaat, serta tingkat konsistensi harapan dan hasil aktual.
4. Kepuasan nasabah adalah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja/hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan nasabah. dan mereka dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Analisis Regresi Linear Berganda

Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan regresi linear berganda. Tujuan penerapan metode ini adalah untuk memprediksi besaran nilai variabel tak bebas (dependen) yang dipengaruhi variabel bebas (independen).

Tabel 4.1

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.551	2.422		8.074	.000
	Kualitas Layanan	.040	.023	.176	21.740	.086
	Citra Bank	.169	.073	.236	2.324	.022

	Kepercayaan nasabah	.013	.063	.021	,205	.638
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah						

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel 4.1 diatas diketahui pada kolom kedua (Unstandardized Coefficients) bagian B diperoleh nilai variabel kualitas pelayanan sebesar 0.040 dan nilai b_2 variabel citra bank sebesar 0,169, nilai variabel kepercayaan nasabah sebesar 0,013 dan nilai konstanta (α) adalah 19,551. Maka diperoleh persamaan regresi linear sebagai berikut:

$$Y = a + (b_1) + (b_2) + (b_3) + e$$

$$Y = 19,551 + 0.040 x_1 + 0.169 x_2 + 0.013 x_3 + e$$

Dari model regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Angka (a) konstanta = 15,551
Artinya jika variabel kualitas layanan, citra bank dan kepercayaan nasabah nilainya 0, kepuasan nasabah bernilai positif sebesar 19,551
2. Koefisien = 0,040
Artinya jika variabel citra bank dan kepercayaan nasabah bernilai tetap dan kualitas layanan ditingkatkan sebesar 1 maka, kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,040.
3. Koefisien = 0.169
Artinya jika kualitas layanan dan kepercayaan nasabah bernilai tetap dan citra bank ditingkatkan sebesar 1 maka, kepuasan nasabah meningkat sebesar 0.169.
4. Koefisien $b_3 = 0.013$
Artinya jika variabel kualitas layanan dan citra bank bernilai tetap dan kepercayaan nasabah ditingkatkan sebesar 1 maka, kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,013.

Uji F

Uji F atau uji anova digunakan untuk mengetahui pengaruh sebuah variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi secara bersama-sama terhadap variabel independen yang diuji pada tingkat signifikan 0,05 menggunakan hasil uji anova

Tabel 4.2

Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15,732	3	5,244	3,444	,020(a)
	Residual	137,045	90	1,523		
	Total	152,777	93			

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan uji F pada tabel 4.5.1 terdapat nilai F_{hitung} 3,444 dan untuk membuktikan adanya pengaruh atau tidak variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan rumus $DF = n - k - 1$

$$DF = 94 - 3 - 1 = 90$$

$$\text{Nilai } F_{\text{tabel } 90} = 2,47$$

$$\text{Rumus umum} = F_{hitung} > F_{tabel} \text{ dan signifikan} < 0,05$$

Artinya bahwa jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikannya $< 0,05$, maka dinyatakan berpengaruh dan hipotesis dapat diterima nilai F_{tabel} yang diuji dari uji anova $3,444 > 2,47$ dan signifikan $0,020 < 0,05$ Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas pelayanan (X_1), citra bank (X_2), dan kepercayaan nasabah (X_3) terhadap variabelkepuasan nasabah (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

Tabel 4.3
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,321(a)	,103	,073	1,234	1,482
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Nasabah, Citra Bank, Kualitas Layanan					
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah					

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,073 menunjukan bahwa pengaruh variabel independen (pengaruh kualitas pelayanan, citra bank, kepercayaan nasabah) terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah) sebesar 7,30%, sedangkan sisanya sebesar 92,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini

Uji T atau Parsial

Uji t atau parsial pada dasarnya digunakan untuk menunjukan pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Besarnya angka T_{tabel} dengan ketentuan sig 0,05 dan $df_1 = (n - k - 1)$ yaitu $(94 - 3 - 1) = 90$ sehingga diperoleh ketentuan nilai T_{tabel} sebesar 1,661 .

Tabel 4.3
Hasil Uji T

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,551	2,422		8,074	,000
	Kualitas Layanan	,040	,023	,178	1,740	,085
	Citra Bank	,169	,073	,236	2,324	,022
	Kepercayaan Nasabah	,013	,063	,021	,205	,838

Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan hasil olahan data dengan SPSS dapat dijelaskan bahwa:

1. Variabel kualitas pelayanan

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk variabel kualitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,740 > 1,661$) dan nilai signifikan sebesar $0,085 > 0,05$ maka dapat disimpulkan H_a di tolak dan H_o diterima atau variabel kualitas layanan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Variabel citra bank

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS, maka untuk variabel citra bank dapat disimpulkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,324 > 1,661$) dan nilai signifikan sebesar $0,022 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_o diterima atau variabel citra bank berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3. Variabel kepercayaan nasabah

Berdasarkan hasil penghitungan menggunakan program SPSS, maka untuk variabel kepercayaan nasabah dapat disimpulkan bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,205 < 1,661$) dan nilai signifikan sebesar $0,838 > 0,05$ maka dapat disimpulkan H_a diterima dan H_o ditolak atau variabel kepercayaan nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pembahasan

Variabel Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuji dalam penelitian ini, maka dapat dijelaskan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Jika kualitas pelayanan semakin meningkat maka kepuasan nasabah PT.Bank Sinarmas Cabang Ende akan semakin tinggi. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan hasil perhitungan bahwa nilai $> (1,740 > 1,661)$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,085 > 0,05$. Dengan demikian dari penjelasan diatas secara teori dan statistik dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT.Bank Sinarmas Cabang Ende. Dengan adanya peningkatan kalitas pelayanan dari PT.Bank Sinarmas Cabang Ende maka hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan

nasabah sehingga nasabah akan semakin merasa senang dan puas terhadap layanan yang diberikan oleh PT.Bank Sinarmas Cabang Ende.

Variabel Citra Merek

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra bank berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT.Bank Sinarmas Cabang Ende. Hal ini dapat ditunjukkan dengan perhitungan bahwa nilai $t_{hitung} > (2,342 > 1,661)$, dan nilai signifikansinya sebesar $0,022 > 0,05$. Dengan demikian dari penjelasan diatas secara teori dan statistik dapat diketahui bahwa citra bank memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT.Bank Sinarmas Cabang Ende. Hal ini berarti apabila citra bank semakin baik dari PT.Bank Sinarmas Cabang Ende maka akan semakin mendapatkan kepuasan yang semakin baik pula.

Variabel Kepercayaan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT.Bank Sinarmas Cabang Ende. Hal ini dapat ditunjukkan dengan perhitungan bahwa nilai $t_{hitung} > (0,250 > 1,661)$, dan nilai signifikansinya sebesar $0,838 > 0,05$. Dengan demikian dari penjelasan diatas secara teori dan statistik dapat diketahui bahwa kepercayaan nasabah tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT.Bank Sinarmas Cabang Ende. Hal ini berarti apabila kepercayaan nasabah semakin baik dari PT.Bank Sinarmas Cabang Ende maka akan semakin mendapatkan kepuasan yang semakin baik pula.

Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka kesimpulan yang dapat ditemukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Responden pada penelitian ini berdasarkan usia didominasi oleh yang berusia 41-50 sebesar 50,0 % ,berdasarkan pekerjaan didominasi oleh petani sebanyak 55,3% ,dilihat dari tingkat penghasilan didominasi oleh <1 juta sebanyak 55,3 %.
2. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nasabah PT.Bank Sinarmas Cabang Ende.
3. Variabel citra bank berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT.Bank Sinarmas Cabang Ende.
4. Variabel kepercayaan nasabah berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT.Bank Sinarmas Cabang Ende.

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan diatas, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut: Mengingat adanya pengaruh langsung kualitas pelayanan (*service quality*), citra bank (*bank image*), terhadap kepercayaan nasabah (*customer trust*) dan kepuasan nasabah (*customer satisfaction*), maka penting bagi perusahaan (PT.Bank Sinarmas Cabang Ende) untuk lebih berfokus terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang menjadi komitmen dan janji PT.Bank Sinarmas Cabang Ende kepada para nasabahnya seperti dengan memberikan pelayanan yang cepat, memberikan jaminan keamanan bagi nasabahnya, tanggap terhadap masalah dan keluhan dari nasabah, memberikan fasilitas-fasilitas yang mendukung dan nyaman serta profesionalitas dari

karyawan. Dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan yang baik tersebut akan diikuti dengan meningkatnya citra bank dimata para nasabahnya dan masyarakat umum, selain itu juga meningkatnya tingkat kepuasan dan kepercayaan dari nasabah. Sehingga dari hal tersebut akan meningkatkan pula loyalitas dari nasabah.

Daftar Pustaka

- Apriyanti, Putri. 2017. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Ocbc Nisp Di Denpasar." E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana vol.5,No.1
- Aydin. 2016. "Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta." vol 6,No.3
- Bahar. 2009. "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank." Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) vol.2,No. 4
- Bitner, Zithaml dan. 2014. "ISSN 2303-1174 M.B. Pontoh., L. Kawet., W.A. Tumbuan." Jurnal EMBA No.2,Vol.3
- Christopher Lovelock. 2013. "Penagruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap diHotel Pelangi Malang." Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya No.6,No.2
- Hardiansyah. 2013. "Jurnal Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake Monica." Manajemen Teori dan Terapan (1): 50–51.
- Hartono. 2015. "Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah." jurn Vol.4,No.5
- Helmi, T. Ahmad. 2014. "Pengaruh kualitas layanan, promosi dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada pt. pegadaian cabang manado timur."Vol. 2,No.1 Isman. 2015. "Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)." Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Vol.3,No.1
- Jasfar. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening." Journal Of Management Vol.2,No.2
- Keller, Kotler dan. 2014. "Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bri Cabang Manado." Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan

- Moorman, Deshpande, dan Zaltman. 2018. "Pengaruh Penerapan Strategi Customer Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt . Pro Car International Finance Cabang Padang." Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa: Vol.1,No.12
- Saputra, Falla Ilhami. 2014. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Nasabah Dan Citra Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bri Cabang Tual." jurn No.2,No.4
- Soemirat. 2013. "Pengaruh E-banking, Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Pt. Bank mandiri Cabang Manado." Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) 1(4): 1–15.
- Soliha. 2010. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah." Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis Vol.4,No.2
- Soliha, Santoso dan. 2017. "Analisis kualitas layanan, servicescape dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sinarmas Bitung." Jurnal ekonomi dan teknologi (EMT) Vol.3,No.1
- Tjiptono. 2013. "Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan (studi pada swalayan luwes purwodadi)." Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.2,No.2
- Zeithaml, dan Berry. 2014. "Analisis Kualitas Jasa Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Pada." Jurnal Studi Manajemen & Organisasi Vol.2,No.3