

PROFIT : JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN PERBANKAN

<https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/profit>

E-ISSN : 2597-9434

**PENGARUH PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(STUDI KASUS DI PT. BANK JATIM CAPEM MARON PROBOLINGGO)**

DEDDY JUNAEDI*

Abstract:

This research is explanatory. The purpose of this study is (1) To analyze and determine the effect of service attitude aspects on customer satisfaction; (2) To analyze and determine the effect of service aspects Attention to customer satisfaction; (3) To analyze and determine the effect of service aspects of the Actions on customer satisfaction. The population in this study are customers who conduct financial transactions at Bank Jatim Capem Maron Probolinggo. Sampling at the time of the study using the method of accidental sampling took samples of anyone who was there or happened to be found when filling out the questionnaire. The results of this study are (1) Attitude has a significant and negative influence on Customer Satisfaction; (2) Attention has a significant and positive influence on Customer Satisfaction; (3) Action is the most dominant variable.

Keywords: *Excellent Service, Customer Satisfaction, Multiple Regression Analysis*

**UNIVERSITAS NURUL
JADID**

Email :

deddyjuna87@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik bisnis yang bergerak di bidang manufaktur maupun jasa. Perkembangan perekonomian secara menyeluruh yang diiringi dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat dan tajam, baik di pasar domestik maupun di pasar internasional. Oleh karena itu dalam persaingan yang demikian, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan dengan menciptakan produk-produk berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen.

Perbankan merupakan salah satu lembaga keuangan yang mempunyai nilai strategis dalam kehidupan perekonomian suatu Negara. Menurut Undang-Undang tentang bank Nomor 7 Tahun 1992 Pasal 1 butir 2: "Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak". Kegiatan bank secara umum di bagi menjadi tiga di antaranya menghimpun dana (*funding*), menyalurkan dana (*lending*), memberikan jasa-jasa bank lainnya (*services*). Sebagian besar kegiatan bank adalah di bidang jasa. Sedangkan jasa sendiri menurut Lovelock dalam Mts. Arief (2007:11) merupakan proses dari pada produk, dimana suatu proses melibatkan input dan mentransformasikannya sebagai output.

Pelayanan merupakan sebuah kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik. Dalam kamus besar bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan uang atau jasa. Melayani adalah membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan seseorang. Sedangkan kualitas pelayanan merupakan citra kualitas pelayanan yang baik yang timbul dari persepsi atau sudut pandang nasabah bukan dari persepsi atau sudut pandang penyedia jasa.

Pelayanan bagi dunia perbankan adalah kunci yang membedakan suatu bank dengan pesaingnya, sehingga memegang peranan penting dalam pencapaian tujuan perusahaan. Industri jasa perbankan ini sangat terkait erat dengan kepercayaan, *service* (layanan), dan hubungan yang dekat berpadu interaksi terbaik kepada nasabah. Suatu paradigma yang selama ini menganggap *service* merupakan tanggungjawab penuh dari karyawan yang berada di *front liners* (garda depan) sudah seharusnya diubah. *Front liners* juga hanya bisa bekerja dengan performa terbaik dengan dukungan *back office* secara penuh dan total.

Dunia perbankan sekarang ini sangat bertumpu kepada kualitas teknologi informasi yang digunakan oleh setiap bank yang mempunyai kemampuan teknologi hampir setara. Persamaan produk, fitur, atau kemudahan pelayanan menjadikan perbankan menjadi industri yang homogen. Untuk memenangkan persaingan dalam industri yang homogen, salah satu cara adalah menyediakan jenis dan kualitas pelayanan yang bisa membedakan suatu bank dengan bank yang lain. Selain kualitas teknologi informasi yang digunakan bank, unsur lain yang penting dalam perbankan adalah unsur keamanan dan kepercayaan. Unsur tersebut menjadi faktor kunci bagi bank-bank untuk memenangkan persaingan selain faktor teknologi informasi. Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasar pada azas kepercayaan sehingga masalah kinerja pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan bisnis ini.

Berdasarkan kinerja pelayanan yang ada di industri perbankan, maka setiap nasabah dalam memilih bank memiliki kriteria sendiri-sendiri. Ada nasabah yang menginginkan suatu bank yang bisa memberi bunga yang tinggi, keamanan (artinya saya harus yakin bahwa uang saya aman di bank tersebut), sedangkan bagi nasabah yang sering berpergian terutama ke luar negeri menginginkan

layanan yang lebih cepat, efisien, nyaman, dan kemudahan dalam mengakses pada suatu waktu dan tempat tertentu diseluruh dunia. Disamping itu ada beberapa alasan lain dari para nasabah dalam memilih bank, yaitu: bank terkenal, bunga tinggi, produk bervariasi, teknologi canggih, layanan memuaskan, ada hadiah, keamanan terjamin, bergengsi, dan perhatian karyawan bank secara individu kepada nasabah.

Dewasa ini, para pelanggan juga cenderung memperhatikan kinerja pelayanan dalam memilih suatu bank. Itulah sebabnya tidak mengherankan lagi jika pada kenyataannya persaingan perbankan tidak lagi ditentukan oleh harga jual produk yang ditawarkan kepada pelanggan, tetapi lebih kepada kinerja pelayanan. Penilaian atau pengukuran pada kinerja pelayanan ini dapat dilakukan dengan menggunakan dimensi kualitas pelayanan yang terdiri atas *Tangibles* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Jaminan* (Assurance), dan *Empathy* (Empati) (Parasuraman dalam Lupiyoadi, 2001). Penelitian ini mengambil salah satu jenis perusahaan jasa yaitu perbankan di bidang pelayanan, yaitu PT. Bank Jatim, Tbk Cabang Pembantu Maron. Penelitian akan berlokasi di PT Bank Jatim, Tbk Cabang Pembantu Maron, dengan beberapa pertimbangan yang di antaranya adalah komitmen PT Bank Jatim Cabang Kraksaan untuk memberikan pelayanan jasa terbaik kepada pelanggan agar tercipta kepuasan nasabah. Dengan demikian adalah suatu tantangan bagi pihak PT Bank Jatim, Tbk Cabang Pembantu Maron untuk selalu memperhatikan kualitas pelayanan yang tinggi sehingga nasabah akan puas terhadap produk jasa tersebut.

Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang mengenai sasaran dalam arti sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan para pelanggan atau nasabah,. Dengan adanya pelayanan prima pada PT Bank Jatim, Tbk Cabang Pembantu Maron tentu saja akan menciptakan hubungan yang harmonis dengan para nasabah sehingga akan tercapai “kepuasan” dihati masyarakat. Berdasarkan uraian diatas maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian agar berkontribusi dalam pemberian pelayanan prima serta kepuasan nasabah pada PT Bank Jatim, Tbk Cabang Pembantu Maron. Analisis dilakukan dengan menggunakan *Explanatory Research*. *Explanatory research* adalah penelitian yang menjelaskan hubungan sebab akibat (kausal) antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis dengan menggunakan data-data yang sama sehingga memungkinkan diperoleh suatu kesimpulan (Singarimbun dan Effendi, 1995:5).

TEORI DAN KONSEP

2.1. Bank

Bank merupakan lembaga keuangan yang mutlak diperlukan dalam suatu negara, karena bank bisa dikatakan sebagai jantung perekonomian negara. Selain menghimpun dan menyediakan dana, bank juga memberikan motivasi dan mendorong munculnya inovasi dalam berbagai kegiatan ekonomi.

Satu abad yang lalu, bank hanya meminjamkan dananya pada kegiatan bisnis dan untuk tujuan jangka pendek. Pemerintah pun jarang meminjam dana pada kegiatan bisnis dan untuk tujuan jangka pendek. Pemerintah jarang meminjam kecuali pada masa perang, dan individu-individu jarang meminjam dana dari bank untuk memenuhi kebutuhan pribadinya. Dewasa ini, bank meminjamkan dananya untuk pemerintah dan konsumen. Produk dan jasa yang disediakan oleh bank juga semakin kompleks.

Menurut Undang-Undang No.10 tahun 1998 tentang Perbankan, bank adalah : “Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak”.

2.2. Pelayanan

Secara umum arti pelayanan adalah suatu pekerjaan atau kegiatan yang dilakukan untuk memberi manfaat bagi yang lain. pelayanan terdiri dari kumpulan hal-hal yang kecil serta perhatian atas keinginan-keinginan dan perasaan orang lain, etimologi dalam bahasa Inggrisnya mempunyai arti *service*. Kata *service* oleh beberapa pelaku bisnis dan struktur sumber daya manusia diolah menjadi kata atau kalimat yang diperkirakan akan lebih bermakna dengan cara menguraikan tiap hurufnya, seperti yang diungkapkan oleh Atep Adya Barata, (2003:20) yang mengelola kata *service* untuk dikaitkan dengan langkah-langkah strategis untuk menuju kesuksesan.

Pelayanan yang baik memungkinkan sebuah perusahaan memperkuat kesetiaan pelanggan dan meningkatkan pangsa pasar karena itu pelayanan yang baik menjadi penting dalam operasi perusahaan. Menurut (Nasution, 2004: 49), Yang dimaksud dengan pelayanan prima atau *service excellence* adalah “Suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani nasabah secara memuaskan.”

Menurut Hasibuan (2005:152) menyatakan bahwa :“Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.”

Satu-satunya jalan untuk mempertahankan organisasi/perusahaan selalu didekati dan diingat pelanggan adalah dengan cara mengembangkan pola layanan terbaik antara lain dengan cara sebagai berikut :

1. Memperhatikan perkembangan kebutuhan dan keinginan para pelanggan dari waktu ke waktu, untuk kemudahan mengantisipasi.
2. Berupaya menyediakan kebutuhan pelanggan dengan keinginan atau lebih dari yang diharapkannya.
3. pelanggan dengan pola layanan terbaik

Program pelayanan kepada pelanggan dengan bertitik tolak dari konsep kepedulian kepada konsumen terus di kembangkan sedemikian rupa, sehingga sekarang ini program layanan/pelayanan telah menjadi salah satu alat utama dalam melaksanakan strategi pemasaran dalam memenangkan persaingan. Kepedulian kepada pelanggan dalam manajemen modern telah dikembangkan menjadi suatu pola layanan terbaik yang disebut sebagai pelayanan prima (*service excellent*).

Definisi mengenai pelayanan prima yang sering kali diungkapkan oleh para pelaku bisnis terdapat dalam buku pelayanan prima Atep Adya Barata, (2003:27) :

Layanan prima adalah membuat pelanggan merasa penting

- a. Layanan prima adalah melayani pelanggan dengan ramah, tepat dan cepat
- b. Layanan prima adalah pelayanan dengan mengutamakan kepuasan pelanggan
- c. Layanan prima adalah menempatkan pelanggan sebagai mitra
- d. Layanan prima adalah pelayanan optimal yang menghasilkan kepuasan pelanggan.

Sedangkan Pelayanan prima menurut Barata (2004:27) adalah sebagai berikut:

“Kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi

atau perusahaan. Pola pelayanan prima berdasarkan konsep A3, yaitu: *Attitude* (sikap), *Attention* (perhatian), dan *Action* (tindakan). Berikut penjelasan dari ketiga komponen tersebut diantaranya:

1. *Attitude* (sikap)

Pelayanan prima berdasarkan konsep sikap (*attitude*) adalah suatu layanan kepada pelanggan dengan menonjolkan sikap yang baik dan menarik, antara lain meliputi:

a. Melayani pelanggan dengan penampilan yang serasi

Penampilan serasi adalah gaya penampilan seseorang yang ditonjolkan secara fisik dengan memadukan keadaan sosok diri, citra diri, mode, dan kepantasan atau kepatutan.

b. Melayani pelanggan dengan berpikiran positif

Berpikir positif (*positive thinking*) adalah pola pikir yang tidak dipengaruhi oleh praduga buruk, segala sesuatu dihadapi dengan rasional. Pola pikir positif didasarkan atas logika yang sehat.

c. Melayani pelanggan dengan sikap menghargai

Menghargai adalah sikap memaanusiakan dan menempatkan diri pelanggan sebagai orang yang paling penting bagi kelangsungan hubungan antara organisasi atau perusahaan dengan mereka. Sikap santun dan ramah disertai tutur kata yang baik adalah wujud penghormatan untuk menghargai pelanggan.

2. *Attention* (perhatian)

Perhatian atau atensi (*attention*) adalah sikap yang menunjukkan kepedulian terhadap sesuatu atau minat seseorang terhadap sesuatu.

3. *Action* (tindakan)

Tindakan (*action*) adalah perbuatan atau sesuatu yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu atau untuk menghasilkan sesuatu. Bila dikaitkan dengan pelaksanaan pelayanan, yang dimaksud dengan tindakan disini adalah upaya-upaya atau perbuatan nyata yang ditujukan untuk memberikan pelayanan yang wajar atau pelayanan yang baik.”

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa upaya mencapai pelayanan primabukanlah pekerjaan yang mudah. Tetapi bila hal tersebut dapat dilakukan, maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat besar, terutama berupa kepuasan dan loyalitas nasabah yang besar.

2.3. Kepuasan Nasabah

Dalam persaingan perusahaan jasa yang semakin ketat, faktor kepuasan pelanggan menjadi perhatian yang serius. Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dalam rangka bertahan dalam bisnis dan persaingan.

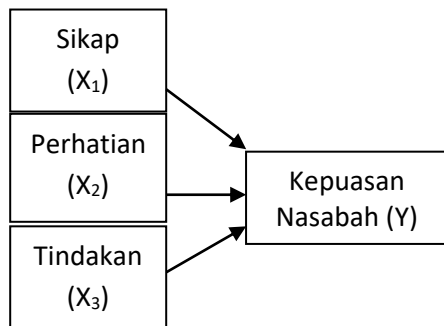
Menurut Olson dan Dover yang dikutip oleh Nasution, 2004: 51. “Harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut”.

Menurut Tjiptono dalam Yoza (2007:12-13) ada empat aspek penanganan keluhan pelanggan, diantaranya:

- a. Dalam menghadapi pelanggan yang emosi atau marah perusahaan perlu bersifat empati, karena bila tidak maka situasi akan bertambah runyam Kecepatan dalam Penanganan Keluhan
- b. Kecepatan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan. Apabila keluhan pelanggan tidak segera ditanggapi, maka rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi permanen dan tidak dapat diubah lagi
- c. Perusahaan harus memperhatikan aspek kewajaran dalam hal biaya dan kinerja jangka panjang. Hasil yang diharapkan tentunya adalah *win-win*, dimana pelanggan dan perusahaan sama-sama diuntungkan
- d. Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan. Hal ini sangat penting bagi konsumen untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan maupun keluhannya. Bila perlu dan memungkinkan, perusahaan dapat menyediakan jalur atau saluran telepon khusus untuk menampung keluhan pelanggan atau memanfaatkan *email* di jaringan internet.”

2.4 Model Hipotesis

Hipotesis Menurut Sugiyono (2004:51) adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis harus dibuktikan kebenarannya karena masih merupakan dugaan pada penelitian ini hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut:



Bagan 1
Kerangka Hipotesis

METODE PENELITIAN

Berdasarkan klasifikasi penelitian maka penelitian ini adalah penelitian deduktif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis melalui validasi teori atau pengujian aplikasi teori pada keadaan tertentu (Indrianto dan Soepomo, 1999:23). Setelah mengetahui adanya hipotesis yang hendak diuji, maka dapat diketahui bahwa penelitian ini adalah penelitian eksplanatori. *Explanatory research* adalah penelitian dengan melakukan pengumpulan data sedemikian rupa untuk menjelaskan hubungan sebab akibat (kausal) antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis sehingga memungkinkan diperoleh suatu kesimpulan (Singarimbun dan Effendi, 1995:5). Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian survai.

PEMBAHASAN

Untuk mengetahui kuatnya hubungan antar variabel bebas dalam variabel-variabel pelayanan prima yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, maka digunakan analisis korelasi berganda diketahui bahwa variabel bebas, yaitu Sikap (X1), Perhatian (X2), dan Tindakan (X3) secara bersama-sama memiliki hubungan yang signifikan dengan Kepuasan Nasabah (Y1). Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi berganda Multiple R sebesar 0,468 dengan F hitung 5,221 dengan angka probabilitas 0,01 ($P < 0,05$) yang berarti tingkat keeratan hubungannya kuat.

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel bebas Sikap (X1), Perhatian (X2), dan Tindakan (X3) secara bersama-sama (simultan) terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Pengujian dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% atau tingkat signifikansi 0,5 ($\alpha = 0,05$). Pada analisis regresi linier berganda ini akan dilakukan uji F untuk mengukur secara simultan dan uji t untuk mengukur secara terpisah (Parsial).

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh F hitung sebesar 5,221 dengan probabilitas 0,03 yang berarti $< 0,03$, maka model regresi bias untuk memprediksi Kepuasan Nasabah atau dapat dikatakan H_0 ditolak. Dengan demikian variabel bebas Pelayanan Prima, yaitu Sikap (X1), Perhatian (X2), dan Tindakan (X3) memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y).

Hasil koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya kontribusi yang diberikan ditunjukkan dengan koefisien determinasi yang telah disesuaikan atau R Square sebesar 0,219, hal ini menunjukkan bahwa variabel Sikap (X1), Perhatian (X2), dan Tindakan (X3) memberikan kontribusi atau sumbangan terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 20,9%, sedangkan sisanya sebesar 49,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

5. PENUTUP

Dari penelitian yang difokuskan terhadap faktor-faktor Pelayanan Prima mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank Jatim Capem Maron, maka hasil penelitiannya sebagai berikut:

1. Bahwa secara serempak (simultan) variabel Sikap mempunyai pengaruh yang signifikan dan negatif dengan Kepuasan Nasabah, variabel Perhatian mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan Nasabah, dengan nilai Multiple R sebesar 0,468. Sedangkan hasil analisis berganda variabel Sikap dan variabel Perhatian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, hal ini ditunjukkan dengan nilai F Hitung sebesar 5,221.
2. Analisis regresi parsial menunjukkan bahwa variabel Tindakan adalah variabel yang paling dominan. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya t Hitung, yaitu 2,992 dan nilai koefisien beta 0,434.

5.2. Saran

1. Dari penelitian yang dilakukan di Bank Jatim Capem Maron responden menyatakan bahwa pelayanan prima yang diberikan Bank Jatim lebih baik dari pada di Bank lain disekitar lokasi penelitian. Dengan keadaan ini pelayanan prima yang diberikan Bank Jatim kepada nasabah harus dipertahankan dan ditingkatkan.
2. Hendaknya Bank Jatim Capem Maron memperbanyak pelatihan-pelatihan pada karyawan Bank yang berhubungan dengan pelayanan prima kepada nasabah.

3. Bank Jatim Capem Maron sebaiknya melakukan survei atau penelitian kepada nasabah Bank Jatim Capem Maron untuk mengetahui apakah nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan pihak Bank Jatim Capem Maron.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, Mts, 2007. *Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan*. Bayu Media, Jakarta
- E. Sumardi, 2006, *Bank pembangunan Daerah, Laba Naik Signifikan, LDR Ditekan* (online), (<http://infobanknews.com/artikel/html>, diakses 30 September 2014)
- Fandy, Tjiptono, Anastasia Diana, 2000, *Total Quality Management*, Edisi Revisi, Andy Offset, Yogyakarta.
- Fandy, Tjiptono, 2002, *Strategi Bisnis*, Andy, Yogyakarta.
- Imam, Ghozali, 2001, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Irmayanto, Juli. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan*. Universitas Trisakti, Jakarta.
- Kasmir, 2004, *Pemasaran Bank*, Prenada Media, Jakarta.
- Kasmir, (2004). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Kasmir, SE, MM. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kasmir, SE, MM. 2004. *Etka Customer Service*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Ketut, Rindjin, 2000, *Pengantar Perbankan dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen pemasaran Jilid 1*, Diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli, Edisi Millenium, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Masri, Singarimbun, dan Sofyan Effendi, 1995, *Metode Penelitian Survey*, Edisi Revisi, PT. Pustaka LP3ES Indonesia, Jakarta.
- Rivai, Veithzal, Prof. Dr., M.B.A & Andria Permata Veithzal, B.Acct, M.B.A. 2006. *Credit Management Handbook*. PT. Raja Grafindo Perkasa, Jakarta
- Singgih, Santoso, 2001, *SPSS Versi 10 Mengolah Data Statistik Secara Profesional*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
- Sritua, Arif, 1993, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, UI Press, Jakarta.
- Sugiyono, 2003, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Suharsimi Arikunto, 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi V, Rineka Cipta, Jakarta.

- Suyatno, Thomas. 2007. *Dasar-dasar Perkreditan*. PT.Gramedia. Pustaka Utama, Jakarta.
- Sri Susilo, Sigit Triandaru dan A. Totok Budi Santoso. 2005. *Bank dan Lembaga keuangan*. Salemba Empat, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. ANDI. Yogyakarta.
- Umar, Husein, 2000, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Umar Sekaran, 2003, *Research Methods for Business : A Skill Building Approach*, John Wiley and Sons Inc, New York.
- Zeithaml, V.A and Bitner, 1996, *Service Marketing*, The Mc Graw Hill Companies, New York.

www.bi.go.id