

## **PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH TABUNGAN SINAR PADA PT. BANK RIAU KEPRI CABANG TELUK KUANTAN**

**Juju Eka Wahyudi. M<sup>1)</sup>  
Sri Restuti<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup>*Mahasiswa program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Riau*

<sup>2)</sup>*Dosen pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Riau*

**Abstract.** *This study aims to analyze the influence of the dimensions of quality of the service which consists of Tangible (direct evidence), Empathy, Responsiveness (responsiveness), Reliability (reliability), Assurance (collateral) for customer satisfaction and loyalty SINAR saving at PT. Bank Riau Kepri Branch Teluk Kuantan. The method used in this research is descriptive and path analysis, primary data collection through a questionnaire to 153 people, supported by analysis of primary and secondary data through questionnaires, interviews and data agencies related to the problem under study.*

*The results show, that tangible, empathy, reliability, responsiveness and assurance have a significant direct effect and positive impact on satisfaction. tangible, empathy, reliability, responsiveness and assurance have a significant direct effect and positive impact on loyalty, and satisfaction has a direct influence a significant and positive impact on loyalty.*

*In this study the authors suggest to the company in order to continuously improve the reliability of creating customer satisfaction and better care for each customer so that customer loyalty is maintained. The author also suggests that companies still perform periodic measurements of satisfaction levels.*

*Keywords: Service Quality, Satisfaction and Loyalty.*

### **PENDAHULUAN**

Dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia, lembaga perbankan merupakan salah satu lembaga yang banyak memberikan kontribusi untuk kemajuan tersebut. Perkembangan jumlah bank yang ada di Indonesia saat ini semakin meningkat yang mendorong pengusaha – pengusaha bank berupaya untuk menampilkan produk – produk yang terbaik dan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah yang selalu berubah – ubah dan semakin berkembang.

Bisnis perbankan yang ada saat ini adalah bisnis yang akan terus berkembang dengan sangat pesat, akan terus berubah dengan sangat cepat, persaingan baik dari dalam maupun luar akan semakin meningkat tajam, dan pada saat yang sama tuntutan dari konsumen /

nasabah juga akan meningkat dan semakin beragam, tuntutan tersebut dapat berupa pelayanan yang semakin baik, produk berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah serta kenyamanan yang tinggi yang ingin dirasakan oleh setiap nasabah.

Dikarenakan banyaknya bank – bank pesaing yang memiliki produk serupa, baik itu bank swasta yang telah berskala nasional maupun bank – bank yang dimiliki oleh Pemerintah Daerah setempat, maka untuk menghadapi persaingan tersebut Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan kualitas dari pelayanan yang mereka miliki guna menciptakan kepuasan para nasabahnya dan menghadapi persaingan yang semakin ketat antara bank – bank yang ada di

Indonesia pada umumnya dan Teluk Kuantan pada khususnya.

Untuk lebih mendekatkan diri kepada setiap nasabahnya dan menciptakan kepuasan para nasabah, PT. Bank Riau Kepri saat ini telah memiliki jaringan kantor yang terdiri dari 1 Kantor Pusat, 19 Kantor Cabang, 29 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kedai, 13 Kantor Kas yang tersebar sampai tingkat Kecamatan di Propinsi Riau dan Kepulauan Riau serta dikelola oleh sumber daya manusia yang profesional dibidangnya sebanyak 1.684 orang.

Salah satu fungsi bank yaitu sebagai penghimpun dana, dimana dana yang dihimpun tersebut berupa dana pihak ketiga yang dapat berbentuk tabungan, deposito dan giro. Dana pihak ketiga tersebut nantinya akan disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit.

Melihat peran pokok perbankan yang sangat penting sebagai lembaga perantara keuangan seperti yang telah dijelaskan, maka hal dasar yang sangat dibutuhkan oleh pihak perbankan saat ini untuk dapat menjalankan peran penting tersebut adalah dengan menerapkan kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible* (bukti langsung) yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi, *Emphaty* yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan nasabah. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu keinginan para staf untuk membantu para nasabah dan memberikan pelayanan dengan tanggap. *Reability* (kehandalan) yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan. *Assurance* (jaminan) yaitu mencakup kemampuan, kesoapanan, dan sifat dapat dipercaya

yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keraguraguan.

Menurut Gst. Ayu Oka Windarti (2012) dalam Penelitiannya mengatakan terdapat korelasi atau hubungan antara variabel *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty* yang kuat dan berpengaruh secara bersama – sama terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan secara parsial dimensi *Tangible* dan *Reliability* adalah dimensi yang paling berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Imroatul Khasanah dan Octarina Dina Pertiwi (2010) mengatakan Variabel Kepuasan Nasabah dapat dipengaruhi oleh variabel *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*. Variabel *Assurance* merupakan variabel paling dominan dalam memenuhi kepuasan nasabah.

Dari latar belakang dan penelitian terdahulu tersebut peneliti akan melakukan penelitian di PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan, dengan mengambil judul “Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Tabungan Sinar Pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan”.

### Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh dimensi kualitas layanan yang terdiri dari *Tangible* (bukti langsung), *Emphaty*, *Responsiveness* (daya tanggap), *Reliability* (kehandalan), *Assurance* (jaminan) terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah tabungan SINAR pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan ?
2. Variabel manakah diantara *Tangible* (bukti langsung), *Emphaty*, *Responsiveness* (daya tanggap), *Reliability* (kehandalan), *Assurance*

- (jaminan) yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Tabungan SINAR pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan ?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan?

### **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh *Tangible* (bukti langsung), terhadap kepuasan nasabah tabungan sinar pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan.
2. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh *Empathy*, terhadap kepuasan nasabah tabungan sinar pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan.
3. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh *Responsiveness* (daya tanggap), terhadap kepuasan nasabah tabungan sinar pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan.
4. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh *Reliability* (kehandalan), terhadap kepuasan nasabah tabungan sinar pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan.
5. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh *Assurance* (jaminan), terhadap kepuasan nasabah tabungan sinar pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan.
6. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah tabungan sinar pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan.

Untuk menganalisis bagaimana pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah tabungan sinar pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan.

### **Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi Peneliti :  
Dapat menambah wawasan serta menambah pengetahuan tentang strategi peningkatan dana pihak ketiga yang diterapkan perusahaan dan sekaligus sebagai penerapan ilmu pengetahuan yang didapat selama mengikuti perkuliahan.
2. Bagi Perusahaan :  
Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan serta gambaran bagi pihak manajemen PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan dalam menerapkan strategi kualitas layanan, sehingga dapat menerapkan strategi yang tepat dalam lingkungan bisnis dengan tingkat persaingan yang semakin tinggi.
3. Bagi Umum :  
Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk menambah pengetahuan dan sekaligus sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya, serta dapat sebagai bahan pertimbangan untuk pihak yang ingin mendirikan suatu bisnis atau usaha, khususnya mengambil langkah – langkah pemasaran yang tepat dan ekonomis.

### **Telaah Pustaka**

#### **Teori-teori yang Relevan**

#### **Kualitas Layanan**

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan Perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut Perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan Perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry

dan Zenthaml (dalam Lupiyoadi, 2006:181)

Menurut Wyckof (dalam Wisnalmawati, 2005:155) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk (Tjiptono, 2005:121)

Tujuan utama dari kualitas jasa atau pelayanan adalah untuk membangun dan memperbaiki serta mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan dan produk yang dihasilkannya. Loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tidak dapat diperoleh dengan mudah. Terlebih dahulu perusahaan harus mengetahui apa saja kebutuhan dan keinginan pelanggan (Marianah, 2008) Lewis dan Booms (1983) dalam Tjiptono (2005) mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

### 1. Pengertian Jasa

Rangkuti (2002 : 26) menyebutkan bahwa jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari suatu pihak ke pihak lain. Pemasaran jasa tidak sama dengan pemasaran produk. Pertama, pemasaran jasa lebih bersifat *inTangible* dan *immaterial* karena

produknya tidak kasat mata dan tidak dapat diraba. Kedua, produksi jasa dilakukan saat konsumen berhadapan dengan petugas sehingga pengawasan kualitasnya dilakukan dengan segera. Hal ini lebih sulit daripada pengawasan produk fisik. Ketiga, interaksi antara konsumen dan petugas adalah penting untuk mewujudkan produk (Rangkuti, 2002:19)

Pengertian jasa menurut kotler yang dikutip oleh Hurriyati (2005 : 27) bahwa “Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak yang lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan.”

### 2. Pengertian Pelayanan

Menurut Barata (2004 : 23) bahwa : “Pelayanan adalah daya tarik yang besar bagi para pelanggan, sehingga korporat bisnis seringkali menggunakannya sebagai alat promosi untuk menarik minat nasabah.”

Menurut Aritonang (2005 : 26) bahwa : “Pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat, andal dapat dipercaya, bertanggung jawab atas apa yang dijanjikannya, tidak pernah memberikan janji yang berlebihan dan selalu memberikan janjinya.”

### 3. Dimensi Kualitas Layanan

Parasuraman Zeithamal dan Berry melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis industri jasa. Sebelum mengelompokkan kedalam lima dimensi. Ketiga peneliti ini berhasil mengidentifikasi sepuluh faktor yang dinilai konsumen dan merupakan faktor utama yang menentukan kualitas jasa, yaitu : *access, communication, competen, courtesy, credibility, reliability, responsiveness, security, understanding,* dan *tangible*. Melalui serangkaian

penelitian terhadap berbagai macam industri jasa tersebut, berhasil mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok kualitas jasa (Tjiptono)

#### **4. Kepuasan Pelanggan**

Dari beberapa variabel tersebut diatas, maka baik secara langsung ataupun tidak langsung akan mempengaruhi tingkat kepuasan dari pelanggan perusahaan. Berikut beberapa pengertian dari kepuasan pelanggan.

Pelanggan berbeda dengan konsumen, akan tetapi keduanya sama – sama merupakan pemakai barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Seseorang dapat dikatakan pelanggan apabila orang tersebut mulai membiasakan diri untuk membeli produk dan jasa yang ditawarkan. (Griffin 2005) berpendapat bahwa seseorang dikatakan pelanggan apabila menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana diwajibkan pelanggan membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu.

#### **5. Loyalitas Pelanggan**

Perilaku pembelian suatu produk ditentukan oleh kepuasan atau ketidakpuasan akan suatu produk sebagai akhir dari proses penjualan. Menurut Gramer dan Brown (dalam Utomo 2006) memberikan definisi mengenai Loyalitas (loyalitas jasa), yaitu derajat sejauh mana seorang konsumen menunjukkan perilaku pembelian berulang dari penyedia jasa, memiliki suatu disposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini. Dari definisi ini, konsumen yang loyal tidak hanya seorang pembeli yang melakukan pembelian berulang, tetapi juga

mempertahankan sikap positif terhadap penyedia jasa.

Menurut Wahyu Nugroho (2005) loyalitas konsumen didefinisikan sebagai suatu ukuran kesetiaan dari pelanggan dalam menggunakan suatu merek produk atau merek jasa pada kurun waktu tertentu pada situasi dimana banyak pilihan produk ataupun jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan pelanggan memiliki kemampuan mendapatkannya.

#### **6. Pengertian Bank**

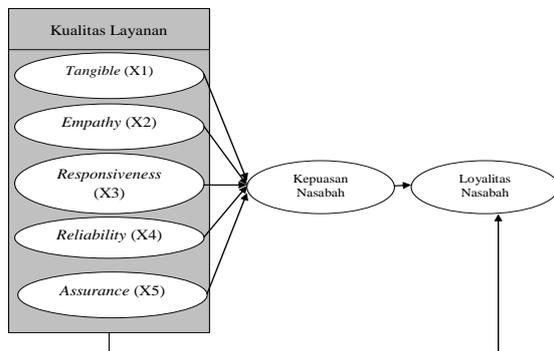
Dalam kehidupan sehari - hari diketahui bahwa bank merupakan lembaga keuangan yang menerima simpanan dari masyarakat yang mana dana tersebut juga dapat disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkannya dengan pemberian kredit.

Menurut Kasmir, Bank diartikan sebagai Lembaga Keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dan menyalurkannya kembali dana kemasyarakat serta memberikan jasa Bank lainnya, sedangkan menurut Undang – Undang RI nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan 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 rakyat banyak.(Kasmir, 2002:23)

#### **Kerangka Penelitian**

Berdasarkan teori – teori diatas dan penelitian terdahulu, maka penelitian ini dibuat kerangka pemikiran yang menunjukkan hubungan antar variabel – variabel yang diteliti.

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



### Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran, teori yang telah dijelaskan dan hasil penelitian yang terdahulu, maka hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

- H1 : Dimensi *Tangible* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan.
- H2 : Dimensi *Empathy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan.
- H3 : Dimensi *Responsiveness* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan.
- H4 : Dimensi *Reliability* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan.
- H5 : Dimensi *Assurance* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan.
- H6 : Dimensi kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas

nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan.

H7 : Kepuasan nasabah mempunyai pengaruh yang significant terhadap loyalitas nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan.

### Metode Penelitian

#### Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Pembangunan Daerah Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan yang beralamat di Jl. Imam Munandar Teluk Kuantan, Riau. Phone (0760) 561651, dan 561653. Alamat homepage [www.bankriaukepri.co.id](http://www.bankriaukepri.co.id)

#### Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah orang yang menjadi nasabah tabungan sinar pada Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan yang berjumlah 6.692 orang. Sehingga sampel dalam penelitian ini sebesar 153 orang.

Pengambilan sampel menggunakan metode *simple random sampling* atau pengambilan sample secara acak sederhana.

#### Prosedur Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang akurat tentunya diperlukan pula teknik pengumpulan data yang tepat, cepat, efisien, dan ekonomis, sebagai berikut :

- a. Studi kepustakaan dan dokumentasi.  
Dengan cara mempelajari bahan – bahan bacaan makalah, jurnal, dokumen, dan laporan – laporan serta bahan – bahan lain yang berkaitan dengan objek penelitian.
- b. Studi Lapangan  
Untuk mengumpulkan berbagai data, informasi dan keterangan yang diperlukan, maka digunakan studi

lapangan yaitu : Interview dan Quesioner.

### Teknis Analisis Data

Setelah data dikumpulkan, kemudian data tersebut ditabulasi. Dalam menyusun dan membahas laporan

### Operasional Variabel Penelitian

penelitian, penulis menggunakan metode regresi linier berganda, yaitu suatu metode statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat.

Tabel 1. Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Layanan (X)	<i>Tangible</i> (bukti fisik) X <sub>1</sub> Yaitu : Penampilan Fasilitas Fisik, Peralatan, Personil, dan Bahan-bahan komunikasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Peralatan mutakhir / terbaru</li> <li>- Fasilitas fisik yang berdaya tarik</li> <li>- Karyawan yang berpenampilan rapi</li> <li>- Fasilitas fisik sesuai dengan jenis jasa yang ditawarkan</li> </ul>	Ordinal
	<i>Emphaty</i> (Empati) X <sub>2</sub> Yaitu : Kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perhatian individual dari perusahaan</li> <li>- Waktu beroperasi yang cocok/nyaman bagi para pelanggan</li> <li>- Karyawan yang memberikan perhatian personal</li> <li>- Perusahaan yang sungguh-sungguh memperhatikan kepentingan setiap pelanggan.</li> <li>- Karyawan yang memahami kebutuhan spesifik para pelanggan.</li> </ul>	Ordinal
	<i>Reliability</i> (kehandalan) X <sub>3</sub> Yaitu : Kemampuan memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat dan andal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bila menjanjikan akan melakukan sesuatu pada waktu yang telah ditentukan, pasti akan direalisasikan.</li> <li>- Bersikap simpatik dan sanggup menenangkan pelanggan setiap ada masalah.</li> <li>- Jasa disampaikan secara benar semenjak pertama kali.</li> <li>- Jasa disampaikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.</li> <li>- Sistem pencatatan yang akurat dan bebas kesalahan.</li> </ul>	Ordinal
	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap) X <sub>4</sub> Yaitu : Kesiadaan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kepastian waktu penyampaian jasa diinformasikan dengan jelas kepada para pelanggan.</li> <li>- Layanan yang segera/cepat dari karyawan perusahaan.</li> <li>- Karyawan yang selalu bersedia membantu pelanggan.</li> <li>- Karyawan yang tidak terlampaui sibuk, sehingga sanggup menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat.</li> </ul>	Ordinal
	<i>Assurance</i> (jaminan) X <sub>5</sub> Yaitu : Meliputi pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff,	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Karyawan yang terpercaya</li> <li>- Perasaan aman sewaktu melakukan transaksi dengan karyawan penyedia jasa.</li> <li>- Karyawan yang selalu bersikap sopan terhadap para pelanggan.</li> </ul>	Ordinal

PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH TABUNGAN SINAR PADA PT. BANK RIAU KEPRI CABANG TELUK KUANTAN

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
	bebas dari bahaya, risiko dan keragu - ragan	- Karyawan yang berpengetahuan luas sehingga dapat menjawab pertanyaan pelanggan.	
Kepuasan Nasabah	Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja yang ia rasakan / alami terhadap harapannya	- Perasaan puas terhadap kesesuaian antara jasa yang ditawarkan dengan harapan - Puas terhadap pengalaman selama menjalin hubungan dengan perusahaan - Puas terhadap kualitas layanan	Ordinal
Loyalitas Nasabah (Y)	pakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang untuk membangun kesetiaan terhadap produk/jasa melalui suatu proses pembelian	- Menggunakan jenis produk lain yang ditawarkan oleh perusahaan - Memberikan rekomendasi kepada orang lain - Tetap menjadi nasabah.	Ordinal

**Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Hasil penelitian dimulai dengan menguji validitas dan reliabilitas, memberikan deskripsi variabel-variabel penelitian, setelah itu dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dan mencari besar pengaruh variabel-variabel penelitian tersebut.

**Hasil Pengujian Instrumen Pengujian Validitas**

Diketahui bahwa untuk setiap item sub variabel *Tangible*, *Emphaty*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* terhadap Kepuasan dan Loyalitas dinyatakan valid, karena korelasi item tersebut lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  sehingga semua pernyataan dapat digunakan dalam penelitian ini.

**Pengujian Reliabilitas**

Reliabilitas instrumen  $X_1$  (*Tangible*),  $X_2$  (*Emphaty*),  $X_3$  (*Reliability*),  $X_4$  (*Responsiveness*),  $X_5$  (*Assurance*),  $Y_1$  (Kepuasan) dan  $Y_2$  (Loyalitas) dikategorikan tinggi karena nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60. Artinya bahwa tingkat keandalan atau tingkat kepercayaan instrumen yang digunakan untuk mengukur  $X_1$  (*Tangible*),  $X_2$

(*Emphaty*),  $X_3$  (*Reliability*),  $X_4$  (*Responsiveness*),  $X_5$  (*Assurance*),  $Y_1$  (Kepuasan) dan  $Y_2$  (Loyalitas) telah reliabel dan dapat digunakan pada analisis lebih lanjut.

**Pengujian Asumsi-asumsi Asumsi Normalitas**

Asumsi normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode kolmogorov smirnov, seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 2. Pengujian Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov

No	Interaksi Variabel		Sign	Ket
	Independen	Dependen		
1	$X_1$ $X_2$ $X_3$ $X_4$ $X_5$	$Y_1$	0,236	Normal
2	$X_1$ $X_2$ $X_3$ $X_4$ $X_5$ $Y_1$	$Y_2$	0,476	Normal

Berdasarkan Tabel di atas terdapat nilai Asymp.sig pada masing-masing variabel diatas yaitu (0,236, 0,476) lebih

besar dari  $\alpha = 0,05$ , yang artinya seluruh interaksi variabel telah mengikuti distribusi Normal.

### Uji Autokorelasi

Tabel 3. Output Durbin Watson

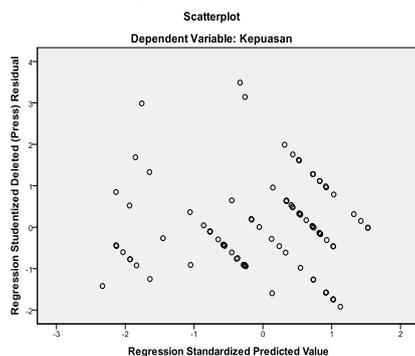
No	Interaksi Variabel		DW	Ket
	Independen	Dependen		
1	X <sub>1</sub> X <sub>2</sub> X <sub>3</sub> X <sub>4</sub> X <sub>5</sub>	Y <sub>1</sub>	1,637	Tidak ada autokorelasi
2	X <sub>1</sub> X <sub>2</sub> X <sub>3</sub> X <sub>4</sub> X <sub>5</sub> Y <sub>1</sub>	Y <sub>2</sub>	1,750	Tidak ada autokorelasi

Dari perhitungan SPSS for windows, nilai Durbin Watson (DW) sebesar 1,637 dan 1,750 Nilai DW terletak antara 1,55 sampai dengan 2,46 dengan kesimpulan tidak ada autokorelasi antar masing-masing variabel bebas, sehingga model regresi yang terbentuk dari nilai variabel terikat hanya dijelaskan oleh variabel bebas.

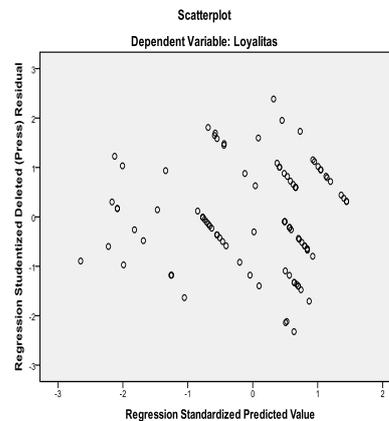
### Uji Heterokedastisitas

Untuk menguji heterokedastisitas pada model yang diuji dalam penelitian ini digunakan scatterplot, sebagai berikut:

Gambar 2. Output Heterokedastisitas



### Sub Struktur 1



### Sub Struktur 2

Dari grafik tersebut dapat dilihat data terpengaruh di sekitar angka nol pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola atau trend garis tertentu. Oleh karena itu dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas pada model analisis penelitian ini, yang artinya tidak terjadi ketidaksamaan varian dari satu variabel bebas kevariabel bebas lain.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dimaksudkan untuk mengetahui adanya hubungan yang sempurna antar variabel dalam model regresi. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dalam penelitian ini maka digunakan korelasi matriks. Dari perhitungan estimasi korelasi matrik dengan program SPSS dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Output Coefficients

No	Interaksi Variabel		VIF	Kesimpulan
	Independen	Dependen		
1	X <sub>1</sub> X <sub>2</sub> X <sub>3</sub> X <sub>4</sub> X <sub>5</sub>	Y <sub>1</sub>	1,507 1,594 1,353 1,522 1,457	Tidak terjadi gejala korelasi antar variabel
2	X <sub>1</sub> X <sub>2</sub> X <sub>3</sub>	Y <sub>2</sub>	1,629 1,656 1,390	Tidak terjadi gejala korelasi

PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH TABUNGAN SINAR PADA PT. BANK RIAU KEPRI CABANG TELUK KUANTAN

	X <sub>4</sub>		1,918	antar variabel
	X <sub>5</sub>		1,576	
	Y <sub>1</sub>		2,650	

Dari Tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai VIF dari sub struktur 1 dan

sub struktur 2 menyatakan bahwa nilai VIF semua variabel bebas lebih kecil dari 5, sehingga tidak terjadi gejala korelasi antar variabel.

Tabel 5. Rangkuman Hasil Koefisien Jalur Sub Struktur 1

Pengaruh Antar Variabel	Koefisien Jalur (Beta)	Nilai t	Sig	Nilai F	Hasil Pengujian
<i>Tangible</i> terhadap kepuasan	0,214	3,445	0,001	79,233	H <sub>0</sub> ditolak
<i>Emphaty</i> terhadap kepuasan	0,153	2,385	0,018		H <sub>0</sub> ditolak
<i>Reliability</i> terhadap kepuasan	0,118	1,997	0,048		H <sub>0</sub> ditolak
<i>Responsiveness</i> terhadap kepuasan	0,387	6,188	0,000		H <sub>0</sub> ditolak
<i>Assurance</i> terhadap kepuasan	0,212	3,466	0,001		H <sub>0</sub> ditolak

Hasil perhitungan untuk sub struktur 1 dapat dibuat persamaan struktur sebagai berikut :

$$Y_1 = \rho_{y_1x_1} X_1 + \rho_{y_1x_2} X_2 + \rho_{y_1x_3} X_3 + \rho_{y_1x_4} X_4 + \rho_{y_1x_5} X_5 + \varepsilon_1 ; R_{\text{square}}$$

$$Y_1 = 0,214 X_1 + 0,153 X_2 + 0,118 X_3 + 0,387 X_4 + 0,212 X_5 + 0,377 ; R_{\text{square}} = 0,623$$

Tabel 6. Rangkuman Hasil Koefisien Jalur Sub Struktur 2

Pengaruh Antar Variabel	Koefisien Jalur (Beta)	Nilai t	Sig	Nilai F	Hasil Pengujian
<i>Tangible</i> terhadap Loyalitas	0,158	3,084	0,002	78,534	H <sub>0</sub> ditolak
<i>Emphaty</i> terhadap Loyalitas	0,114	2,202	0,029		H <sub>0</sub> ditolak
<i>Reliability</i> terhadap Loyalitas	0,128	2,697	0,008		H <sub>0</sub> ditolak
<i>Responsiveness</i> terhadap Loyalitas	0,131	2,348	0,020		H <sub>0</sub> ditolak
<i>Assurance</i> terhadap Loyalitas	0,157	3,107	0,002		H <sub>0</sub> ditolak
Kepuasan terhadap Loyalitas	0,444	6,781	0,000		H <sub>0</sub> ditolak

Hasil perhitungan untuk sub struktur 2 dapat dibuat persamaan struktur sebagai berikut :

$$Y_1 = \rho_{y_2x_1} X_1 + \rho_{y_2x_2} X_2 + \rho_{y_2x_3} X_3 + \rho_{y_2x_4} X_4 + \rho_{y_2x_5} X_5 + \rho_{y_2y_1} Y_1 + \varepsilon_2 ; R_{\text{square}}$$

$$Y_1 = 0,158 X_1 + 0,114 X_2 + 0,128 X_3 + 0,131 X_4 + 0,157 X_5 + 0,444 Y_1 + 0,237 ; R_{\text{square}} = 0,763$$

### Pembahasan

Pada bagian ini akan dibahas mengenai pembahasan hasil penelitian

yang pada intinya adalah untuk menjawab diterima atau tidaknya hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.

### **1. Pengaruh Secara Langsung Antara *Tangible* Terhadap Kepuasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Tangible* memiliki pengaruh langsung yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin baik *Tangible* yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Kepuasan akan semakin baik. Demikian pula sebaliknya, semakin buruk *Tangible* yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Kepuasan akan semakin buruk. Kontribusi langsung yang diberikan *Tangible* terhadap Kepuasan adalah sebesar 4,58%, ini menjelaskan bahwa perubahan Kepuasan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan dipengaruhi oleh *Tangible* yang baik dengan besarnya pengaruh yang diberikan adalah 4,58%.

### **2. Pengaruh Secara Langsung Antara *Emphaty* Terhadap Kepuasan.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Emphaty* memiliki pengaruh langsung yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin baik *Emphaty* yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Kepuasan akan semakin baik. Demikian pula sebaliknya, semakin buruk *Emphaty* yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Kepuasan akan semakin buruk. Kontribusi langsung yang diberikan *Emphaty* terhadap Kepuasan adalah sebesar 2,34%, ini menjelaskan bahwa perubahan Kepuasan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan dipengaruhi oleh *Emphaty* yang baik

dengan besarnya pengaruh yang diberikan adalah 2,34%.

### **3. Pengaruh Secara Langsung Antara *Reliability* Terhadap Kepuasan.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Reliability* memiliki pengaruh langsung yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin baik *Reliability* yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Kepuasan akan semakin baik. Demikian pula sebaliknya, semakin buruk *Reliability* yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Kepuasan akan semakin buruk. Kontribusi langsung yang diberikan *Reliability* terhadap Kepuasan adalah sebesar 1,39%, ini menjelaskan bahwa perubahan Kepuasan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan dipengaruhi oleh *Reliability* yang baik dengan besarnya pengaruh yang diberikan adalah 1,39%.

### **4. Pengaruh Secara Langsung Antara *Responsiveness* Terhadap Kepuasan.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Responsiveness* memiliki pengaruh langsung yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin baik *Responsiveness* yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Kepuasan akan semakin baik. Demikian pula sebaliknya, semakin buruk *Responsiveness* yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Kepuasan akan semakin buruk. Kontribusi langsung yang diberikan

*Responsiveness* terhadap Kepuasan adalah sebesar 14,98%, ini menjelaskan bahwa perubahan Kepuasan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan dipengaruhi oleh *Responsiveness* yang baik dengan besarnya pengaruh yang diberikan adalah 14,98%.

#### **5. Pengaruh Secara Langsung Antara Assurance Terhadap Kepuasan.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Assurance* memiliki pengaruh langsung yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin baik *Assurance* yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Kepuasan akan semakin baik. Demikian pula sebaliknya, semakin buruk *Assurance* yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Kepuasan akan semakin buruk. Kontribusi langsung yang diberikan *Assurance* terhadap Kepuasan adalah sebesar 4,49%, ini menjelaskan bahwa perubahan Kepuasan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan dipengaruhi oleh *Assurance* yang baik dengan besarnya pengaruh yang diberikan adalah 4,49%.

#### **6. Pengaruh Antara Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Layanan memiliki pengaruh langsung yang signifikan dan positif terhadap Loyalitas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin baik Kualitas Layanan yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Loyalitas akan semakin baik. Demikian pula sebaliknya, semakin buruk Kualitas

Layanan yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Loyalitas akan semakin buruk. Kontribusi langsung yang diberikan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas adalah sebesar 68,9%, ini menjelaskan bahwa perubahan Loyalitas pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan dipengaruhi oleh Kualitas Layanan yang baik dengan besarnya pengaruh yang diberikan adalah 68,9%.

#### **7. Pengaruh Secara Langsung Antara Kepuasan Terhadap Loyalitas.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan memiliki pengaruh langsung yang signifikan dan positif terhadap Loyalitas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin baik kepuasan yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Loyalitas akan semakin baik. Demikian pula sebaliknya, semakin buruk kepuasan yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Loyalitas akan semakin buruk. Kontribusi langsung yang diberikan kepuasan terhadap Loyalitas adalah sebesar 19,71%, ini menjelaskan bahwa perubahan Loyalitas pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan dipengaruhi oleh kepuasan yang baik dengan besarnya pengaruh yang diberikan adalah 19,71%.

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan tujuan penelitian dan pembahasan yang telah di dapatkan maka peneliti mendapatkan kesimpulan, yaitu :

1. *Tangible* memiliki pengaruh langsung yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan. Penelitian ini

- menyimpulkan bahwa semakin baik *Tangible* yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Kepuasan akan semakin baik. Demikian pula sebaliknya, semakin buruk *Tangible* yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Kepuasan akan semakin buruk.
2. *Emphaty* memiliki pengaruh langsung yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin baik *Emphaty* yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Kepuasan akan semakin baik. Demikian pula sebaliknya, semakin buruk *Emphaty* yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Kepuasan akan semakin buruk.
  3. *Reliability* memiliki pengaruh langsung yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin baik *Reliability* yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Kepuasan akan semakin baik. Demikian pula sebaliknya, semakin buruk *Reliability* yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Kepuasan akan semakin buruk.
  4. *Responsiveness* memiliki pengaruh langsung yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin baik *Responsiveness* yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Kepuasan akan semakin baik. Demikian pula sebaliknya, semakin buruk *Responsiveness* yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Kepuasan akan semakin buruk.
  5. *Assurance* memiliki pengaruh langsung yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin baik *Assurance* yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Kepuasan akan semakin baik. Demikian pula sebaliknya, semakin buruk *Assurance* yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Kepuasan akan semakin buruk.
  6. Kualitas layanan memiliki pengaruh langsung yang signifikan dan positif terhadap Loyalitas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin baik Kualitas layanan yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Loyalitas akan semakin baik. Demikian pula sebaliknya, semakin buruk Kualitas layanan yang diterapkan pada nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Loyalitas akan semakin buruk.
  7. Kepuasan memiliki pengaruh langsung yang signifikan dan positif terhadap Loyalitas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin baik tingkat kepuasan nasabah Tabungan SINAR PT. Bank Riau Kepri Cabang Teluk Kuantan maka Loyalitas akan semakin baik. Demikian pula sebaliknya, semakin buruk tingkat kepuasan nasabah maka Loyalitas akan semakin buruk.

#### **Saran**

Hal – hal yang dapat disarankan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan adalah sebagai berikut:

1. Mengenai *Tangible*, diharapkan perusahaan menggunakan peralatan yang mutakhir atau terbaru agar dapat membantu kinerja karyawan.

2. Mengenai *Emphaty*, diharapkan perusahaan atau instansi lebih memperhatikan secara personal setiap nasabahnya.
3. Mengenai *Reliability*, diharapkan perusahaan atau instansi lebih memperhatikan dan menepati janji yang telah diucapkan.
4. Mengenai *Responsiveness*, diharapkan perusahaan atau instansi lebih memperhatikan kesungguhan Karyawan PT. Bank Riau Kepri Cab. Teluk Kuantan untuk selalu bersedia membantu nasabahnya.
5. Mengenai *Assurance*, diharapkan perusahaan agar dapat konsisten bersikap sopan terhadap nasabah.
6. Mengenai Kepuasan, diharapkan perusahaan atau instansi lebih baik dalam menjalin hubungan dengan para nasbaahnya apakah sudah sesuai dengan harapan nasabah.
7. Mengenai Loyalitas, diharapkan perusahaan atau instansi lebih memperhatikan kualitas layanan dan jasa yang ditawarkan agar sesuai dengan harapan, sehingga nasabah dapat merekomendasikan kepada orang lain.
8. Kepada PT. Bank Riau Kepri disarankan untuk selalu melakukan penelitian atau penilaian tingkat kepuasan nasabah secara berkala.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang, Lerbin R. 2005. *Kepuasan Konsumen, Pengukuran dan Penganalisaan dengan SPSS, Edisi pertama*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Barata, Atep Adya. 2004. *Dasar – Dasar Pelayanan Prima, Cetakan kedua*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Gaspersz, Vincent, 1997. *Manajemen Kualitas, Penerapan, Konsep Kualitas dalam Manajemen Bisnis Total*, terjemahan Drs. F.X. Budiyanto, Yayasan Indonesia Emas dan PT. Gramedia, Jakarta.
- Hadi, Sutrisno, 2000. *Analisis Regresi*, ANDI, Yogyakarta-, 2000. *Statistik, Jilid 2*, ANDI, Yogyakarta
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok – Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*, Edisi kedua, Bumi Aksara, Jakarta.
- Hurriyati, Ratih, 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Irawan, H, 2003. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Kasmir, 2002. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kotler, Phillip, 2000. *Marketing Management, The Millenium Edition*, Printice Hall International Inc. Ney jersey.
- , 2001. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia : Analisi, s Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Salemba Empat, Jakarta.
- Lovelock, Christopher H and Lauren K Wright. 2005, *Principles of Service Marketing and Management*. Terjemahan dari Agus Widyanoro. Penerbit PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktik*. Salemba empat, Jakarta.
- , 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba empat, Jakarta.
- Payne, Adrian. 2000, *The Essence Of Service Marketing*, Andi, Yogyakarta.
- Rahardja, Pratama, 1997. *Uang dan Perbankan*, PT. Rineka Cipta, Jakarta.

- Rangkuti, Freddy. 2002, *Measuring Customer Satisfaction (Cetakan Ketiga)*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rismiati, E Catur, Suratno, Ig. Bondan. 2001, *Pemasaran Barang dan Jasa*. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Supranto, J. 1997, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Tim Marknesis. 2009, *Customer Satisfaction dan Beyond*, Marknesis, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*, Edisi ke II, Andi, Yogyakarta.
- , 2005. *Service, Quality and Satisfaction*, Andi, Yogyakarta.
- , 2010. *Prinsip dan Dinamika Pemasaran, Edisi Pertama*, J & J Learning, Yogyakarta.
- , 2014. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Andi, Yogyakarta.
- Umar Husein, 2003. *Metode Riset Perilaku Organisasi*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- , 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Wisnalmawati, 2005. *Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, No. 3 Jilid 10 2005, h 155.
- Yoeti, H.Oka. 2001, *Manajemen Pemasaran Hotel*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Yuliarmi, N.N & Riyasa, P. 2007. *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar*, Bletin Studi Ekonomi , Vol 12. No. 1.