

PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PELAYANAN PRIMA BANK JATIM UNIT SUKOMORO NGANJUK

VEBY ADHANG CAHYADHI, SUMARDJI, SUPRIYONO

Universitas Islam Kediri, Kediri

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy, terhadap tingkat kepuasan nasabah di Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro.

Jenis penelitian ini adalah eksplanatori dengan ambilan sampel sebesar 100 orang nasabah. Variabel independen adalah kualitas pelayanan yang meliputi: Reliability (X1), Responsiveness (X2), Assurance (X3), Empathy (X4), dan Tangibles (X5). Variabel dependen adalah kepuasan nasabah (Y). Data diambil dengan metode survei atau penyebaran angket, kemudian dianalisa dengan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh kualitas pelayanan, meliputi dimensi: Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro. Ada pengaruh kualitas pelayanan, meliputi dimensi: Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro. Variabel Responsiveness merupakan faktor dominan atau faktor yang memberi pengaruh paling besar terhadap variabel Kepuasan Nasabah Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro. Hal ini dibuktikan dari koefisien regresi untuk variabel Tangibles = 0,190; Reliability = 0,207; Responsiveness = 0,249; Assurance = 0,167; dan Empathy = 0,217.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan dan kepuasan berkaitan erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman yang kurang menyenangkan.

Salah satu bidang usaha yang merasakan dampak perkembangan ekonomi global adalah sektor perbankan. Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro Nganjuk sebagai salah satu kantor Unit yang ada juga menghadapi persaingan dengan mulai berkembangnya daerah operasional bank-bank di Nganjuk seperti Bank Mandiri, Bank BNI, Bank BTPN, Bank Danamon, dan Bank Muamalat. Semakin banyaknya bank yang beroperasi di Nganjuk menjadikan masyarakat lebih selektif

dalam menilai dan memilih jasa perbankan yang akan mereka gunakan. Hal tersebut menjadikan masing-masing lembaga keuangan berlomba guna memenangkan persaingan.

Tingkat kritik yang diterima oleh Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro masih relatif tinggi, dimana rata-rata dalam tiap bulannya Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro Nganjuk menerima 15 kritik dan 10 saran, hal tersebut melebihi target kritik yang diterima adalah sebanyak 10 kritik tiap bulan. Banyaknya kritik yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro Nganjuk kepada nasabah dan citra perusahaan yang mengindikasikan bahwa nasabah belum puas dengan kinerja yang diberikan oleh Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro Nganjuk yang mengakibatkan nasabah tidak puas. Keluhan-keluhan yang muncul berkaitan dengan waktu antrian yang relatif lama, pelayanan teller dan customer service yang terlambat, dan kondisi ruangan transaksi yang kurang nyaman. Adanya keluhan tersebut dapat diartikan

bahwa nasabah belum mendapatkan pelayanan yang memuaskan.

Masih munculnya keluhan dari nasabah berarti masih terdapat kesenjangan antara apa yang diinginkan oleh nasabah sebagai konsumen dengan pelayanan yang telah diberikan oleh bank. Keluhan-keluhan yang disampaikan oleh nasabah seharusnya ditanggapi secara positif oleh Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro Nganjuk dengan mengambil langkah perbaikan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah mereka, karena keluhan nasabah merupakan sebagian dari wujud ketidakpuasan mereka sebagai pengguna jasa bank. Kualitas pelayanan tidak dapat lepas dari kepuasan nasabah. Nasabah yang mendapatkan pelayanan yang berkualitas optimal dari bank secara otomatis akan menciptakan kepuasan pada nasabahnya. Lalu apa yang akan terjadi jika nasabah tidak mendapatkan pelayanan dari bank seperti yang mereka harapkan? Pasti nasabah menjadi kecewa dan dapat diperkirakan berdampak pula pada tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah, sehingga nasabah sulit untuk diajak loyal.

Berdasarkan riset yang dilakukan di Surabaya menunjukkan bahwa nasabah Bank Jatim justru kurang loyal dibandingkan bank-bank pesaing. Ketika produk bank-bank mudah ditiru, maka aspek pembeda bank-bank terletak pada aspek pelayanan. Kepuasan dan loyalitas nasabah akan ditingkatkan melalui pelayanan yang berkesan (Ermina, 2008). Baik praktisi maupun para ahli mengetahui bahwa kepuasan konsumen dan loyalitas memiliki hubungan yang tidak dapat terpisahkan (Oliver, 1997). Seperti yang diungkapkan Jones dan Sasser (1994) bahwa loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang positif. Kepuasan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas pelanggan, begitu pula sebaliknya semakin rendah kepuasan maka loyalitas pelanggan juga semakin rendah.

Selain dengan meningkatkan kualitas pelayanan, untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas para nasabahnya, Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro Nganjuk juga berupaya menjalin keakraban dengan nasabahnya (Customer Intimacy). Hal ini dilakukan di antaranya dengan mengikutsertakan nasabah-nasabah dalam acara-acara yang

diselenggarakan oleh Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro Nganjuk, serta memberikan informasi-informasi yang bermanfaat bagi nasabah. Hal ini dilakukan selain untuk maintenance kelangsungan hubungan Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro Nganjuk dengan nasabah, juga dilakukan dengan harapan nasabah memiliki keterikatan terhadap Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro. Keakraban dengan nasabah kini merupakan salah satu strategi yang populer dalam mempertahankan dan membangun loyalitas pelanggan. Keakraban dengan pelanggan bisa menghasilkan keunggulan kompetitif dan bottom line yang positif bagi perusahaan (Rinella, 2008).

Dewasa ini diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan nasabah akan terpenuhi apabila mereka memperoleh apa yang mereka inginkan, terutama dari segi kualitas pelayanan yang mereka dapatkan. Kepuasan yang dirasakan nasabah terhadap sebuah jasa yang mereka gunakan akan membawa efek positif terhadap kelangsungan sebuah perusahaan. Sesuai dengan hasil penelitian Montfort, Masurel dan Rijn (2000) bahwa kepuasan nasabah merupakan elemen yang penting pada lembaga keuangan. Salah satu cara untuk mengukur kualitas pelayanan yang sering digunakan adalah konsep *Service Quality* yang dikembangkan oleh Parasuraman (dalam Kotler, 1997) yaitu dengan dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*.

Rumusan Masalah

Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*, secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah di Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro?

Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*, secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah di Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro?

Variabel apa dari dimensi kualitas pelayanan yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah di Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro?

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Sumber Data

Jenis penelitian yang dipakai adalah *Explanatory* (penjelasan) yaitu jenis penelitian yang menyoroti hubungan antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang ditemukan sebelumnya.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subyek pemilihan yaitu para nasabah bank jatim di wilayah Sukomoro Nganjuk. Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang digunakan kurang lebih 100 responden.

Metode Pengumpulan Data

Yaitu dengan cara menyebarkan sejumlah angket atau pertanyaan kepada responden guna mengetahui tanggapan atau hal-hal yang diketahuinya.

Definisi Operasional Variabel

Adapun variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah:

- Bukti langsung (*Tangible*) (X₁)
- Keunggulan (*Reability*) (X₂)
- Ketanggapan (*Responsiveness*) (X₃)
- Jaminan (*Assurance*) (X₄)
- Empati (*Empathy*) (X₅)
- Kepuasan Nasabah (Y)

Teknik Analisa Data

Untuk menganalisa variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah, peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis menggunakan uji F (simultan), uji t (parsial), dan uji faktor dominan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penyajian data penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Berikut ini penyajian data tiap variabel sesuai kategori pencapaiannya:

| No. | Variabel | Rata-Rata (a) | Skor Maks (b) | a / b | Kategori |
|-----|-----------------------|---------------|---------------|-------|----------|
| 1 | <i>Tangible</i> | 20,7 | 25 | 82,8% | Tinggi |
| 2 | <i>Reliability</i> | 12,7 | 15 | 84,7% | Tinggi |
| 3 | <i>Responsiveness</i> | 17,4 | 20 | 87,0% | Tinggi |

| | | | | | |
|---|------------------|------|----|-------|--------|
| 4 | <i>Assurance</i> | 16,8 | 20 | 84,0% | Tinggi |
| 5 | <i>Empathy</i> | 8,8 | 10 | 88,0% | Tinggi |
| 6 | Kepuasan Nasabah | 8,7 | 10 | 87,0% | Tinggi |

Berdasarkan penyajian data pada tabel di atas, diketahui bahwa seluruh variabel kualitas pelayanan, meliputi: *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* memiliki kategori tinggi. Demikian pula variabel kepuasan nasabah juga memiliki kategori tinggi.

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .822 ^a | .676 | .659 | .52545 |

a. Predictors: (Constant), *Empathy*, *Assurance*, *Responsiveness*, *Reliability*, *Tangible*

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 54.207 | 5 | 10.841 | 39.267 | .000 ^a |
| | Residual | 25.953 | 94 | .276 | | |
| | Total | 80.160 | 99 | | | |

a. Predictors: (Constant), *Empathy*, *Assurance*, *Responsiveness*, *Reliability*, *Tangible*

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .362 | .619 | | .584 | .561 |
| | <i>Tangible</i> | .077 | .034 | .190 | 2.235 | .028 |
| | <i>Reliability</i> | .135 | .052 | .207 | 2.617 | .010 |
| | <i>Responsiveness</i> | .126 | .041 | .249 | 3.075 | .003 |
| | <i>Assurance</i> | .080 | .036 | .167 | 2.200 | .030 |
| | <i>Empathy</i> | -.174 | .071 | -.217 | -2.446 | .016 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Pada tabel di atas disajikan koefisien regresi pada masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga dapat disusun suatu persamaan atau model regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,362 + 0,190X_1 + 0,207X_2 + 0,249X_3 + 0,167X_4 + 0,217X_5 + e$$

Jika nilai variabel *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* adalah 0, maka nilai Kepuasan Nasabah sebesar nilai konstanta yaitu 0,362. Hal ini menunjukkan bahwa di luar variabel-

variabel kualitas pelayanan, masih ada variabel lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Setiap kenaikan *Tangible* akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,190. Setiap kenaikan *Reliability* akan meningkatkan Kepuasan Nasabah sebesar 0,207. Setiap kenaikan *Responsiveness* akan meningkatkan Kepuasan Nasabah sebesar 0,249. Setiap kenaikan *Assurance* akan meningkatkan Kepuasan Nasabah sebesar 0,167. Setiap kenaikan *Empathy* akan meningkatkan Kepuasan Nasabah sebesar 0,217 dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 39,267 sedangkan nilai F tabel ($df_1=5$ dan $df_2=94$) diketahui sebesar 2,30. Dengan demikian $F_{hitung} > F_{tabel}$, sehingga hipotesis (H_a) diterima, artinya ada pengaruh kualitas pelayanan, meliputi dimensi: *Reliability* (reliabilitas), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati), dan *Tangibles* (bukti fisik) secara simultan atau serentak terhadap kepuasan nasabah Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro.

Hasil uji T menunjukkan nilai T hitung untuk variabel *Tangibles* = 2,235; *Reliability* = 2,617; *Responsiveness* = 3,075; *Assurance* = 2,200; dan *Empathy* = 2,446. Sedangkan nilai T tabel ($df=94$) sebesar 1,980. Dengan demikian $T_{hitung} > T_{tabel}$, sehingga hipotesis (H_a) diterima, artinya ada pengaruh kualitas pelayanan, meliputi dimensi: *Reliability* (reliabilitas), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati), dan *Tangibles* (bukti fisik) secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap kepuasan nasabah Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro.

Nilai koefisien regresi yang terbesar menunjukkan bahwa variabel bebas tersebut merupakan faktor dominan. Pada Tabel 4.10 diketahui bahwa koefisien regresi untuk variabel *Tangibles* = 0,190; *Reliability* = 0,207; *Responsiveness* = 0,249; *Assurance* = 0,167; dan *Empathy* = 0,217. Di antara variabel-variabel bebas tersebut yang memiliki nilai koefisien regresi paling besar adalah variabel *Responsiveness*. Dengan demikian variabel *Responsiveness* merupakan faktor dominan atau faktor yang memberi pengaruh paling besar terhadap variabel

Kepuasan Nasabah Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro.

Pembahasan

Responden penelitian menilai bahwa kualitas pelayanan di Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro berada pada kategori tinggi. Kualitas aspek *Tangible* (bukti fisik) tercermin dari area parkir luas, ruangan gedung yang nyaman, ATM yang mudah diakses, fasilitas toilet yang memadai, dan kenyamanan fasilitas pendukung, seperti tempat duduk, tempat antrian, ruang ber-AC. Kualitas aspek *Reliability* (keandalan) tercermin dari kecepatan kemudahan dalam menangani nasabah, kebijakan suku bunga yang bersaing, dan tersedia layanan ambil angsuran ke rumah nasabah. Kualitas aspek *Responsiveness* (daya tanggap) tercermin dari ketanggapan karyawan bank dalam melayani pelanggan setiap saat, respon/tindakan langsung dalam menangani keluhan pelanggan, pemberian informasi yang akurat, jelas dan dapat dipercaya, serta penawaran bantuan karyawan bank tanpa menunggu diminta. Kualitas aspek *Assurance* (jaminan) tercermin dari wawasan karyawan tentang sistem dan produk-produk bank, keramahan dan kesopanan karyawan, rasa aman dalam bertransaksi serta menyimpan uang di bank dalam bentuk tabungan dan deposito. Kualitas aspek *Empathy* (empati) tercermin dari jalinan komunikasi yang akrab antara karyawan dengan nasabah dan perhatian terhadap kebutuhan.

Responden penelitian menilai bahwa kepuasan nasabah di Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro berada pada kategori tinggi. Tingkat kepuasan nasabah di Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro tercermin dari keinginan untuk menjadi nasabah yang loyal terhadap bank serta keyakinan nasabah bahwa setiap keluhan dari pelanggan akan ditindaklanjuti secara baik oleh bank. Di sini berarti sebagian besar responden sudah tidak ingin berpindah ke bank lain, karena merasa harapannya sudah terpenuhi di Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro.

Menurut Parasuraman (dalam Kotler, 2000), aspek-aspek kualitas pelayanan merupakan aspek-aspek multidimensi yang saling terintegrasi satu sama lain dalam membentuk citra kualitas pelayanan bagi pelanggan. Bank Jatim Unit Mikro

Sukomoro berupaya membentuk citra pelayanan yang prima melalui perpaduan dari unsur-unsur pelayanan perbankan, baik dari unsur kompetensi karyawan, dukungan sistem perbankan maupun kenyamanan fisik bangunan. Kualitas pelayanan pada perusahaan jasa tidak dapat dipisahkan dari kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan merupakan barometer apakah pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan pelanggan. Dalam suasana persaingan bisnis perbankan di masyarakat, bank tidak cukup hanya menyediakan produk yang dibutuhkan masyarakat, tetapi juga harus didukung pelayanan yang berkualitas, sehingga kepuasan nasabah dapat diraih.

Hasil analisa regresi linier juga menunjukkan adanya pengaruh variabel-variabel kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan nasabah di Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro. Hal ini menunjukkan bahwa setiap aspek-aspek kualitas pelayanan memiliki peran nyata dalam mewujudkan kepuasan bagi pelanggan. Dengan demikian kebijakan-kebijakan pelayanan yang dirumuskan oleh manajemen bank berhasil meraih sasaran kepuasan nasabah KUR, baik dari aspek kompetensi karyawan, sistem perbankan maupun bangunan fisik bank.

Variabel kualitas pelayanan yang memiliki nilai koefisien regresi paling besar adalah variabel *Responsiveness*. Hal ini sesuai dengan hipotesa dalam penelitian ini bahwa aspek *Responsiveness* memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah di Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro. Artinya baik buruknya aspek pelayanan *Responsiveness* akan sangat menentukan puas tidaknya nasabah dibandingkan dengan aspek pelayanan yang lain. Aspek *Responsiveness* merupakan aspek pelayanan yang paling dibutuhkan oleh nasabah di Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro, sehingga prioritas strategi pelayanan yang dirancang oleh bank bertumpu pada aspek tersebut.

Menurut Parasuraman (dalam Kotler, 2000), *Responsiveness* (ketanggapan) merupakan kemampuan para karyawan bank untuk membantu para nasabah dan memberikan layanan dengan tanggap. Hal ini tercermin pada ketanggapan karyawan bank dalam melayani pelanggan setiap saat, respon langsung dalam menangani keluhan pelanggan, pemberian informasi yang akurat,

jasas dan dapat dipercaya, serta penawaran bantuan karyawan bank tanpa menunggu diminta.

Karakteristik nasabah di Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro sebagian besar berpendidikan rendah, yaitu lulusan SLTP, sehingga nasabah memiliki pemahaman yang rendah tentang transaksi perbankan. Dalam kondisi tersebut, maka nasabah sangat membutuhkan bantuan dari karyawan bank ketika hendak melaksanakan transaksi perbankan. Misalnya ketika hendak melakukan setoran atau penarikan, nasabah mungkin tidak paham formulir apa yang digunakan dan bagaimana cara mengisinya, ketika hendak melakukan kliring dan RTGS melalui ATM, nasabah mungkin kesulitan memilih menu fitur yang ada. Karena itu, bantuan dari karyawan bank lebih dibutuhkan oleh nasabah, daripada aspek pelayanan yang lain, seperti gedung yang nyaman dan pelayanan yang ramah.

Tantangan yang dihadapi Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro adalah masih adanya keluhan bahwa karyawan bank masih kurang tanggap memberi bantuan pada nasabah ketika hendak mengisi formulir transaksi perbankan pada jam-jam sibuk. Karena itu, upaya yang perlu ditingkatkan dalam aspek *Responsiveness* adalah meningkatkan ketanggapan karyawan untuk membantu nasabah, khususnya pada jam-jam sibuk. Dalam kondisi tersebut seringkali karyawan yang ada, baik *teller* maupun *customer service* belum mencukupi untuk melayani nasabah. Karena itu, staf *security* dan operasional berperan penting membantu nasabah untuk menyediakan dan mengisi formulir serta memastikan kelengkapan berkas lainnya sesuai transaksi yang diinginkan nasabah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Ada pengaruh kualitas pelayanan, meliputi dimensi: *Reliability* (reliabilitas), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati), dan *Tangibles* (bukti fisik) secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro.

Ada pengaruh kualitas pelayanan, meliputi dimensi: *Reliability* (reliabilitas), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati), dan *Tangibles* (bukti fisik) secara

parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro.

Variabel *Responsiveness* merupakan faktor dominan atau faktor yang memberi pengaruh paling besar terhadap variabel Kepuasan Nasabah Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro.

Saran-saran

Disarankan pada Bank Jatim Unit Mikro Sukomoro untuk terus mengembangkan kebijakan-kebijakan yang berorientasi pada pelayanan yang prima bagi nasabah. Pelayanan yang perlu diutamakan adalah *responsiveness*, yaitu dengan mewujudkan pelayanan *teller* yang cepat, proses kredit yang cepat dan profesional serta tanggap terhadap segala keluhan nasabah. Dengan demikian akan terbentuk loyalitas nasabah dan mampu memenangkan pangsa pasar perbankan di wilayah Kecamatan Sukomoro.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyani, Ferlina. 2008. "Membangun Loyalitas Nasabah Melalui Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk Studi Empiris Pada PT. Bank Bukopin Tbk di Kota Semarang". *Tesis*. Program Pascasarjana Universitas Diponegoro. Semarang.
- Bloomer, et,al, 1998, "Investigating Drivers of Bank Loyalty : The Complex Relationship Between Image, Service Quality and Satisfaction", *International Journal of Bank Marketing*, Vol.16, No.7, page 280.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Prenhallindo: Jilid 2. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Managemen*. (Edisi Indonesia oleh Hendra Teguh, Ronny dan Benjamin Molan). PT. Indeks: Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 2001, Salemba Empat, Jakarta.
- Mangkunegara, Prabu Anwar. AA. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Penerbit Refika Aditama Bandung.
- Rangkuti, Freddy, 2002, *Measuring Consumer Satisfaction: Gaining Customer Relation Strategy*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, Masri & Effendi, 1989. Sofian, *Metodelogi Penelitian Survei*, Pustaka LP3ES, Jakarta
- Singgih Santoso. 2002. *Buku Latihan SPSS Statistika Parametrik*, Jakarta: Elex. Media Komputindo.
- Supriyanto, E.B. Memaksimalkan Keuntungan dengan Loyalitas Nasabah. *Infobank*. Edisi 286. Maret 2003.
- Tjiptono, Fandi dan Gregorius Candra. 2005. *Service, Quality, and Satisfaction*. Andi Offset : Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi, *Manajemen Jasa, 1996*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Widayat dan Amirullah. 2002. *Riset Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.