

Kepuasan Nasabah atas Pelayanan *Mobile Banking*

Yusuf Affandi

Universitas Pancasila

Jl. Raya Lenteng Agung No.56-80, RT.1/RW.3, Srengseng Sawah, Jakarta Selatan,

DKI Jakarta 12640

Telp: (021)-7864727 Ext: 594 Fax: (021)-7864723

Email: y.affandi@igmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan informasi berupa penjelasan yang lebih mendalam tentang Pelayanan Mobile Banking terhadap Kepuasan nasabah bertransaksi perbankan, dan memperoleh hasil dari olahan data tentang seberapa besar pengaruh Pelayanan Mobile Banking terhadap Kepuasan nasabah bertransaksi perbankan. Responden penelitian ini sebanyak 88 nasabah, secara umum pengukuran dilakukan dengan menggunakan metode multiple regression. Hasil yang didapatkan dari analisis penelitian ini adalah berdasarkan hasil uji r nilainya 0,898 artinya Pelayanan Mobile Banking sangat kuat hubungannya terhadap Kepuasan nasabah bertransaksi perbankan. Sementara hasil uji koefisien determinasi (R^2) nilainya 80,6 % artinya Pelayanan Mobile Banking pengaruhnya 80,6 % terhadap Kepuasan nasabah bertransaksi perbankan sisanya 19,4% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Hasil uji menunjukkan nilai t hitung $X_1 = 18,901$ dan t tabel 1,662 sehingga t hitung $>$ t tabel, H_0 ditolak H_1 diterima, artinya bahwa Pelayanan Mobile Banking memiliki pengaruh signifikan dengan Kepuasan nasabah..

Kata Kunci : *Kepuasan Nasabah, Pelayanan, Mobile Banking.*

Abstract

This study aims to produce information in the form of a more in-depth explanation of Mobile Banking Services on customer satisfaction in banking transactions, and obtain results from processed data about how much influence Mobile Banking Services have on customer satisfaction in banking transactions. Respondents in this study were 88 customers, in general the measurement was carried out using the multiple regression method. The results obtained from the analysis of this study are based on the results of the r test, the value is 0.898, meaning that Mobile Banking Services have a very strong relationship with customer satisfaction in banking transactions. While the test results for the coefficient of determination (R^2) are 80.6%, meaning that Mobile Banking Services have an effect of 80.6% on customer satisfaction in banking transactions, the remaining 19.4% is influenced by other variables not examined. The t test results show the value of t count $X_1 = 18.901$ and t table 1.662 so that t count $>$ t table, H_0 is rejected H_1 is accepted, meaning that Mobile Banking Services have a significant influence on customer satisfaction.

Keywords: *Customer Satisfaction, Services, Mobile Banking*

1. PENDAHULUAN

Di era sekarang ini, kebutuhan masyarakat semakin dimudahkan dengan adanya teknologi diberbagai bidang yang dapat membantu kegiatan masyarakat, salah satunya adalah kegiatan transaksi perbankan. Transaksi perbankan masyarakat menjadi lebih mudah diakses dengan menggunakan *smartphone*.

Bank merupakan lembaga keuangan yang mempunyai peranan strategis dalam mendorong pertumbuhan dan pengembangan ekonomi nasional. Kegiatan utama perbankan adalah menghimpun dana dari masyarakat. Hal mana berkaitan dengan fungsi dari bank sebagai perantara (*intermediary*) antara pihak kelebihan dana (*surplus of funds*) dan pihak yang memerlukan dana (*lack of funds*).

Dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan, yang dimaksud bank adalah "Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatnya taraf hidup rakyat banyak". Dalam hal ini bank merupakan alat pemerintah dalam membangun perekonomian negara, melalui semua jenis pembiayaan, yaitu sebagai financial intermediary (perantara keuangan) yang memberikan kontribusi terhadap pendapatan negara.

Kegiatan yang dilakukan dalam industri perbankan adalah funding dan lending. Funding adalah kegiatan menghimpun dana atau membeli dana dari masyarakat dengan cara menawarkan berbagai jenis simpanan. Lending adalah kegiatan menyalurkan dana atau menjual dana yang berhasil dihimpun dari masyarakat melalui pemberi pinjaman atau kredit.

Industri perbankan telah mengalami perubahan besar dalam beberapa tahun terakhir. Bank pada masa sekarang ini mengembangkan berbagai macam fasilitas-fasilitas perbankan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Salah satu fasilitas yang dikembangkan oleh perbankan yaitu

fasilitas perbankan elektronik atau bisa disebut dengan Mobile Banking.

Mobile Banking merupakan sistem layanan dari sebuah lembaga keuangan seperti bank untuk melakukan sejumlah transaksi keuangan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui *smart phone*. *Mobile Banking* menjadi salah satu fasilitas yang dapat dimanfaatkan nasabah dalam melakukan transaksi, juga menjadi peluang bagi pihak perbankan karena dapat melayani nasabah demi mencapai kepuasan dan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi..

2. STUDI PUSTAKA

Self-service Technology (SST)

Self service technology (SST) adalah suatu perantara teknologi yang memungkinkan konsumen untuk, menghasilkan sendiri pelayanan tanpa bergantung pada karyawan, contoh pelayan melalui Aplikasi berbasis Internet. Meuter, *et al.* (2000) memaparkan bahwa telah banyak bukti inovasi teknologi akan terus berlanjut yang semakin mempengaruhi interaksi konsumen dengan perusahaan di mana interaksi ini akan menjadi suatu kriteria penting untuk keberhasilan bisnis perusahaan jangka panjang.

Dalam perkembangan teknologi SST yang begitu pesat maka perlu dipahami bagaimana perasaan konsumen, bagaimana mereka menggunakannya, dan apakah mereka akan menggunakannya dimasa datang.

Pengguna SST cenderung menilai hasil dari teknologi, apabila mereka merasa puas atau tidak puas terhadap hasil, maka atribut teknologi yang paling dominan sebagai penyebab. Keluhan akan disampaikan apabila menyangkut kesalahan teknologi (contoh:mesin rusak) dan proses (contoh: terdapat masalah dalam proses sehingga pelayanan atau transaksi tidak sempurna). Karakteristik dari kegagalan ini memiliki dampak yang berbeda pada perilaku konsumen selanjutnya. Walaupun ketidakpuasan, beberapa responden berniat untuk kembali menggunakan SST.

Responden lebih mungkin untuk menggunakan SST dari perusahaan yang sama di masa datang sebagai akibat kegagalan teknologi dan bukan bentuk kegagalan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan harus menghindari kegagalan ini karena konsekuensinya terhadap loyalitas pelanggan.

Mobile Banking

Dalam buku yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan, Nelson Tampubolon dan Tim Penyusun (2015:13) *Mobile Banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*. Layanan *Mobile Banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia pada *SIM Card*, *UUSD (Unstructured Supplementary Service Data)*, atau melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah.

Penyelenggaraan *Mobile Banking* merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan pelayanan cepat, aman, nyaman, murah dan tersedia setiap saat serta dapat diakses dari mana saja melalui telepon genggam selagi mendapat jaringan internet.

Bank menyediakan layanan *Mobile Banking* untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif media untuk melakukan transaksi perbankan, tanpa nasabah datang langsung ke bank atau ke mesin ATM.

Gambaran yang mudah dimengerti tentang *Mobile Banking* sebagai ilustrasinya adalah "meja *Teller* atau *Customer Service* seolah-olah berpindah ketempat nasabah, dimana nasabah pula lah sebagai *Teller* atau *Customer Service* nya sendiri. Nasabah bebas melakukan transaksi apa saja selama ada pada menu transaksi atau daftar transaksi, diluar menu tersebut tidak dilakukan.

Transaksi dapat dilakukan 24 jam serta *real*

time. Berikut transaksi yang dapat dilakukan di *Mobile Banking*.

- a. Transfer dana atau pemindahan dana kesesama bank atau lain bank.
- b. Informasi saldo dan mutase rekening.
- c. Pembayaran listrik, Telepon, Kartu Kredit, iuran TV Kabel, dan lain-lain.
- d. Pembelian pulsa telepon berbagai operator dan *top-up* uang elektronik (dana, Gopay, OVO).

Mobile Banking mempunyai beberapa keuntungan dalam penggunaannya, yaitu :

- a. Dapat bertansaksi kapan saja dan dimana saja.
- b. Sangat efisien, hanya dengan menggunakan perintah melalui telepon genggam, nasabah dapat langsung melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke bank. Efisiensi waktu dan efisiensi biaya.
- c. Aman, *Mobile Banking* dilengkapi dengan *Security user ID*, *Password* dan *Personal Identity Number* untuk menjamin keamanan.

Kepuasan Pelanggan

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain factor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Kepuasan konsumen ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri.

Menurut Kotler (2014:150); kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Menurut supranto (2001:224); kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Jadi, pengertian kepuasan pelanggan berarti bahwa kinerja suatu barang sekurang kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Pengukuran variable ini menggunakan indikator kepuasan pengguna

teknologi layanan yang dilakukan sendiri dikemukakan oleh Zeithaml, *et al* (2006:130);

- a. Mengatasi masalah saat dalam situasi yang sulit : konsumen akan merasa puas jika teknologi dapat mengatasi masalah atau keperluan yang mendesak
- b. Lebih baik dari alternatif lain : konsumen akan merasa puas jika teknologi yang dilakukan lebih baik dari alternatif lain dari segi mudah digunakan, menghindari layanan *personel*, menghemat waktu, kapanpun, dimanapun, menghemat uang.

Melakukan tugasnya : karena banyak kegagalan teknologi, maka konsumen akan merasa puas jika teknologi yang digunakan dapat berjalan sesuai fungsinya.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan melakukan tinjauan secara langsung kepada subjek dan objek penelitian. Penelitian merupakan salah satu hal yang penting dalam pengembangan ilmu pengetahuan. Tanpa penelitian suatu ilmu tidak akan pernah berkembang.

Strategi pada penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *deskriptif* dan *verifikatif*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan sebab akibat *variable* satu dengan *variable* lain dalam penelitian ini Pengaruh Pelayanan sebagai *variable* bebas (X) dan Kepuasan Nasabah sebagai *variable* terikat (Y). Tujuan dari teknik Penelitian ini adalah untuk memberikan penjelasan mengenai pengaruh Pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Metode yang dilakukan oleh penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yaitu dengan mencari pengaruh antara variabel bebas (*independen variable*) dan variabel terikat (*dependen variable*).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Bank ABCD di KC Pasar Minggu yang sudah menggunakan

Mobile Banking. Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, maka rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan yaitu rumus slovin pada buku Danang Sunyoto (2013:16).

maka jumlah sampel yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah 88 sampel dari populasi pengguna *mobile banking* sebagai alat untuk bertransaksi perbankan.

Pengukuran

Untuk melakukan uji instrumen dilakukan uji Uji Validitas dan Realibilitas yang tujuannya mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dan mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Sujarweni, 2015).

Untuk menguji hipotesis-hipotesis yang ada dilakukan dengan uji regresi berganda dengan sebelumnya melakukan uji asumsi klasik seperti multikolinearitas, heterokedastisitas, dan autokorelasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas terhadap butir pernyataan variabel-variabel yang diamati terlampir.

Tabel Hasil Pengujian Validitas

No. Pertanyaan	r hitung Pelayanan	r hitung Kepuasan	r tabel	Keterangan
Pernyataan	0,726	0,821	0,209	Valid
Pernyataan	0,781	0,676	0,209	Valid
Pernyataan	0,546	0,673	0,209	Valid
Pernyataan	0,438	0,610	0,209	Valid
Pernyataan	0,809	0,814	0,209	Valid
Pernyataan	0,789	0,585	0,209	Valid
Pernyataan	0,757	0,577	0,209	Valid
Pernyataan	0,772	0,717	0,209	Valid
Pernyataan	0,333	0,626	0,209	Valid
Pernyataan	0,797	0,784	0,209	Valid

Sumber: Diolah, 2021

Berdasarkan hasil olahan yang terdapat pada tabel di atas hasil dari uji validitas variabel X (Pelayanan) yang mana dari 10 indikator butir pertanyaan, untuk hasil r-hitung > dan nilai r-tabel maka hasil uji

dinyatakan valid.

Demikian pula dengan hasil uji validitas variable Y (Kepuasan Nasabah) dari 10 indikator butir pernyataan untuk nilai r-hitung > dari nilai r-tabel maka hasil uji dinyatakan valid.

Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	r tabel df88 (n-2=88-2)	Keterangan
Pengaruh Pelayanan (X)	0,860	0,209	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,872	0,209	Reliabel

Sumber: pengolahan data SPSS versi 25 tahun 2021

Dari hasil Uji Reliabilitas di atas menunjukkan masing-masing variabel memiliki hasil *cronbach's alpha* > 0,60. Maka dapat diartikan bahwa kedua variabel dalam penelitian tersebut reliabel.

Uji Data (Normalitas)

Pengujian normalitas data dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian. Salah satu persyaratan penggunaan statistik parametrik adalah data harus berdistribusi normal. Pengujian normalitas data ini bertujuan untuk distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.06270184
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.056
	Negative	-.060
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{**}

Sumber: pengolahan data SPSS versi 25 tahun 2021

Hasil uji normalitas memiliki nilai signifikan 0,200 > 0,05 atau dapat disimpulkan bahwa nilai asymp sig > 0,05 maka residual berdistribusi normal

Hasil Uji Koefisien Korelasi (R)

Uji koefisien korelasi ini digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara masing-masing variabel. Kekuatan hubungan dari hasil olahan data SPSS dapat dilihat sebagai berikut.

Nilai Koefisien Korelasi

		TOTAL_X	TOTAL_Y
TOTAL_X	Pearson Correlation	1	.898 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	88	88
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.898 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	88	88

Sumber: pengolahan data SPSS versi 25 tahun 2021

nilai signifikan koefisien korelasi (r) sebesar 0,000 < 0,05 maka variabel bebas (pelayanan) dan variabel terikat (kepuasan nasabah) memiliki korelasi (+) positif atau searah dengan nilai 0.898 yang berarti hubungan korelasi sangat kuat.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependennya. Kekuatan pengaruh dapat dilihat pada Tabel berikut.

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.898 ^a	.806	.804	2.075

Sumber: pengolahan data SPSS versi 25 tahun 2021

Nilai koefisien determinasi (R²) yaitu sebesar 0,806 artinya pengaruh variabel *independent* (X) terhadap variabel *dependent* (Y) sebesar 80,6%, sedangkan sisanya 19,4% dipengaruhi oleh variabel lain.

Analisis Regresi Linier Berganda

Uji Regresi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas. Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.655	1.927		3.972	.000
TOTAL_X	.838	.044	.898	18.901	.000

Sumber: pengolahan data SPSS versi 25 tahun 2021

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai *constant* (a) sebesar 7,655, sedangkan nilai pengaruh Pelayanan (b/koefisien

regresi) 0,838, sehingga persamaan regresi dapat ditulis:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 7,655 + 0,838X$$

Persamaan tersebut dapat diartikan:

- Konstanta sebesar 7,655 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel kinerja sebesar 7,655.
- Koefisien regresi X sebesar 0,838 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai variabel pengaruh pelayanan, maka variabel kinerja bertambah 0,838. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X (pengaruh pelayanan) terhadap variabel Y (kepuasan nasabah) adalah positif.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas / pengaruh pelayanan terhadap variabel terikat/kepuasan nasabah. Uji hipotesis yang dilakukan adalah uji T. Hasilnya sebagai berikut:

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,655	1,927		3,972	,000
TOTAL_X	,838	,044	,898	18,901	,000

Sumber: pengolahan data SPSS versi 25 tahun 2021

Uji T diketahui bahwa pengaruh yang signifikan karena nilai $0,00 < 0,05$ atau t-hitung (18,901) > t-tabel (1,662) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel bebas (pengaruh pelayanan) berpengaruh terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan).

Pembahasan

- Dari pengujian hipotesis didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah. Hal ini mendukung penelitian-penelitian sebelumnya dimana pelayanan berperan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah

dalam bertransaksi perbankan.

- Berdasarkan hasil uji regresi Berdasarkan dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut Kepuasan Nasabah, $Y = 7,655 + 0,838X$ (Pelayanan), persamaan ini berarti:
 - Nilai Konstanta (a) adalah sebesar 7,655, artinya angka tersebut menunjukkan bahwa jika perilaku konsumen tetap atau nol (0), maka nilai konsistensi keputusan pembelian tetap sebesar 7,655.
 - Nilai variabel (b) bernilai positif yaitu 0,838. Hal ini dapat diartikan, jika variabel pelayanan naik sebesar 1, maka akan menyebabkan kenaikan nilai konsistensi sebesar 0,966 pada kepuasan nasabah.

5. KESIMPULAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk menghasilkan informasi berupa penjelasan yang lebih mendalam tentang pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan nasabah bertransaksi perbankan. Dari hasil yang didapatkan telah menjawab beberapa permasalahan dan hipotesis pada penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

- Terdapat hubungan yang signifikan dan positif Pelayanan *Mobile banking* terhadap Kepuasan transaksi perbankan nasabah.
- Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif Kepuasan transaksi perbankan nasabah.
- Berdasarkan hasil Uji regresi linear sederhana diketahui Pelayanan *Mobile Banking* dan Kepuasan transaksi perbankan nasabah memiliki hubungan yang linier.
- Hasil uji hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan dan positive, Pelayanan *Mobile Banking* dan Kepuasan transaksi perbankan nasabah.

6. SARAN

- a. Sampel pada penelitian ini terdiri dari satu unit analisis yaitu nasabah perbankan PT ABCD saja, sehingga perlu adanya penelitian yang lebih general dengan menambahkan sampel nasabah dari semua perbankan pada unit analisis.
- b. Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan model penelitian dengan sampel dari kategori berbagai produk perbankan jangan hanya produk *mobile banking* saja.
- c. Usia sampel pada penelitian ini dibatasi hanya untuk responden yang berdomisili di Jakarta saja padahal produk yang diteliti juga di digunakan nasabah yang berdomisili di luar Jakarta, maka pada penelitian berikutnya cakupan kota kediaman nasabah dapat dipertimbangkan lebih bervariasi lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- 1) Tampubolon, Nelson dan Tim Penyusun. 2015. *Bijak Ber-eBanking*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- 2) Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- 3) Handoko, T Hani. 2011. *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- 4) Hasibuan, Malayu. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- 5) R Terry, Goerge. 2011. *Principles of Management*. Jakarta: Bumi Aksara
- 6) Sukarna. 2011. *Dasar-dasar Manajemen*. Bandung: Mandar Maju
- 7) Indriyo, Gitosudarmo. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit BPFE
- 8) Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Malang: UB Press
- 9) Danang, Sunyoto. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru
- 10) Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi Kedua*. Cetakan ketiga. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- 11) Duanto. 2016. *Pelayanan Perbankan Banyak Dikeluhkan*. <http://www.bmppvi.com/berita-det/Pelayanan-Perbankan-Banyak-Dikeluhkan03#:~:text=Menurut%20YLK%20terdapat%20delapan%20raga%20uang%20elektronik%20dan%20telemarketing>. (Diakses tanggal 6 Februari 2021)
- 12) Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Jilid 1. Jakarta: Rineka Cipta
- 13) Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: erlangga
- 14) Irawan, H. 2012. *Indonesia Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICISA*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- 15) Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- 16) Sugiyono dan Agus Susanto. 2015. *Cara Mudah Belajar SPSS&Lisrel*. Bandung: Penerbit Alfabeta