

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, NILAI NASABAH DAN BAGI HASIL TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK VICTORIA SYARIAH DI BREBES

Kharisma Mahkota Perdana

Agus Prayitno

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the impact of service quality, customer value and and profit sharing on customer satisfaction at Bank Victoria Syariah in Brebes. The population in this study are customers of Bank Victoria Syariah, Jl. A. Yani No.. 82 A, Brebes. Selected sample of 100 customers. Primary types of data used. Methods of data collection using questionnaires and analysis technique used is multiple regression with previously tested using test instruments and classical assumption. The results showed that: 1) Quality of service positive and significant effect on customer satisfaction. 2). Customer positive value and significant effect on customer satisfaction. 3). For profit sharing positive and significant impact on customer satisfaction

Keywords : Service Quality, Customer Value, Profit Sharing, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler dan Keller,2009:138). Puas tidaknya nasabah diketahui setelah melakukan transaksi, tergantung pada kinerja tawaran dalam pemenuhan harapan nasabah. Jika kinerja berada di bawah harapan, nasabah tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, nasabah puas. Jika kinerja melebihi harapan, nasabah amat puas atau senang (Kotler dan Keller, 2009:139). Apabila kenyataan yang diterima sesuai dengan harapan nasabah, maka nasabah puas. Oleh karena itu, salah satu tujuan bisnis dari perusahaan dapat tercapai, yaitu menciptakan nasabah agar merasa puas.

Menurut Lailia, dkk (2012:5), faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas pelayanan dan nilai nasabah. Penelitian tersebut meneliti pengaruh kualitas pelayanan, nilai nasabah dan harga. Pada variabel kualitas pelayanan dan nilai nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada variabel harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini bermaksud mengembangkan penelitian Lailia, dkk (2012:5) dengan menambah variabel harga (bagi hasil) sesuai dengan penelitian Prasetio (2012) serta Anindito dan Lataruva (2013) yang menunjukkan bahwa harga (bagi hasil) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Bank Victoria Syariah, Jl. A. Yani No. 82 A, Brebes. Bank Victoria Syariah merupakan salah satu bank swasta syariah di Kota Brebes. Bank Victoria Syariah

karena merupakan salah satu bank swasta syariah di Kota Brebes yang belum lama didirikan, tempatnya strategis, namun demikian jumlah nasabahnya cenderung turun. Di samping itu, saat ini belum banyak yang melakukan penelitian pada Bank Victoria Syariah.

Adapun perkembangan jumlah nasabah Bank Victoria Syariah pada satu tahun terakhir, yaitu tahun 2012 dapat dilihat pada tabel 1. dibawah ini :

Tabel 1.
Rekapitulasi Jumlah Nasabah
Bank Victoria Syariah Brebes
Tahun 2012

Bulan	Jumlah Nasabah	%
Jan	155	
Feb	125	-19,35
Mar	112	-10,40
Apr	95	-15,18
Mei	92	-3,16
Jun	86	-6,52
Jul	87	1,16
Ags	89	2,30
Sep	84	-5,62
Okt	79	-5,95
Nov	75	-5,06
Des	71	-5,33
Rata-Rata	96	-6,65

Sumber : Bank Victoria Syariah, 2013

Tabel 1. menunjukkan bahwa pada setiap bulan rata-rata terjadi penurunan jumlah nasabah baru yaitu sebesar 6,65%. Penurunan jumlah nasabah tersebut dapat disebabkan oleh banyak faktor, salah satunya adalah mungkin nasabah kurang puas terhadap pelayanan Bank Victoria Syariah selama ini.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, nilai nasabah dan bagi hasil terhadap kepuasan nasabah pada Bank Victoria Syariah di Brebes

TINJAUAN PUSTAKA

Bank Syariah

Bank Syariah merupakan bank yang berazaskan antara lain pada azas kemitraan, keadilan, transparansi dan universal serta melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah. Kegiatan Bank Syariah merupakan implementasi dari prinsip ekonomi Islam dengan karakteristik antara lain pelarangan riba dalam berbagai bentuknya, tidak mengenal konsep nilai waktu dari uang, konsep uang sebagai alat tukar bukan komoditas (barang dagangan), tidak diperkenankan menggunakan dua harga untuk satu barang dan tidak diperkenankan dua transaksi dalam satu akad

(Winarso,2008:23). Definisi lain Bank Syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan hukum Islam atau syariah (Noor,2009:21). Menurut Rifadin (2010:1344), Bank Syariah adalah Bank Umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam ilmu lalu lintas pembayarannya.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil) (Usmara, 2003:231). Definisi lain kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah (Tjiptono, 2006:59)

Menurut Tjiptono (2006:59), kualitas pelayanan terdiri dari tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Dengan kata lain ada “dua faktor utama mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan.

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan melampaui harapan nasabah, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk.

Nilai Nasabah

Nilai nasabah adalah persepsi nasabah dari apa yang mereka inginkan terjadi yaitu konsekuensi-konsekuensi dari produk/jasa yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhannya, pada situasi spesifik (Usmara,2003:118). Pengertian lain nilai nasabah adalah rasio dari manfaat yang diharapkan oleh nasabah terhadap pengorbanan untuk mendapatkan manfaat (Tandjung,2004:27). Menurut Cannon,dkk (2005:23), nilai nasabah adalah perbedaan antara manfaat yang dilihat seorang nasabah dari suatu penawaran pasar serta biaya untuk mendapatkan manfaat tersebut.

Seorang nasabah biasanya lebih puas ketika nilai nasabah lebih tinggi yaitu ketika manfaat melebihi biaya dengan margin yang besar. Di lain pihak, seorang nasabah yang melihat biaya lebih besar dari manfaat yang diperoleh cenderung tidak akan menjadi seorang nasabah (Cannon,dkk, 2005:23).

Bagi Hasil

Sistem bagi hasil merupakan sistem di mana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha (Muchtasib,2009). Di dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan di dapat antara kedua belah pihak atau lebih. Bagi hasil dalam sistem perbankan syari'ah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan di dalam aturan syari'ah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad). Besarnya penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan sesuai kesepakatan bersama, dan harus terjadi dengan adanya kerelaan (An-Tarodhin) di masing-masing pihak tanpa adanya unsur paksaan.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah evaluasi pembeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan (Umar,2003:14). Definisi lain kepuasan nasabah dampak dari perbandingan antara harapan nasabah sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya dipercaya oleh nasabah dari produk yang dibeli tersebut (Sumarwan,2003: 322). Pengertian lain kepuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya (Tjiptono dan Chandra,2005:195).

Penelitian Terdahulu

1. **Hidayat (2009)**

Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah

2. **Rizan & Andika (2011)**

Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

3. **Lailia, dkk (2012)**

- a. Kualitas Pelayanan dan Nilai Konsumen berpengaruh Kepuasan Konsumen
- b. Harga tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

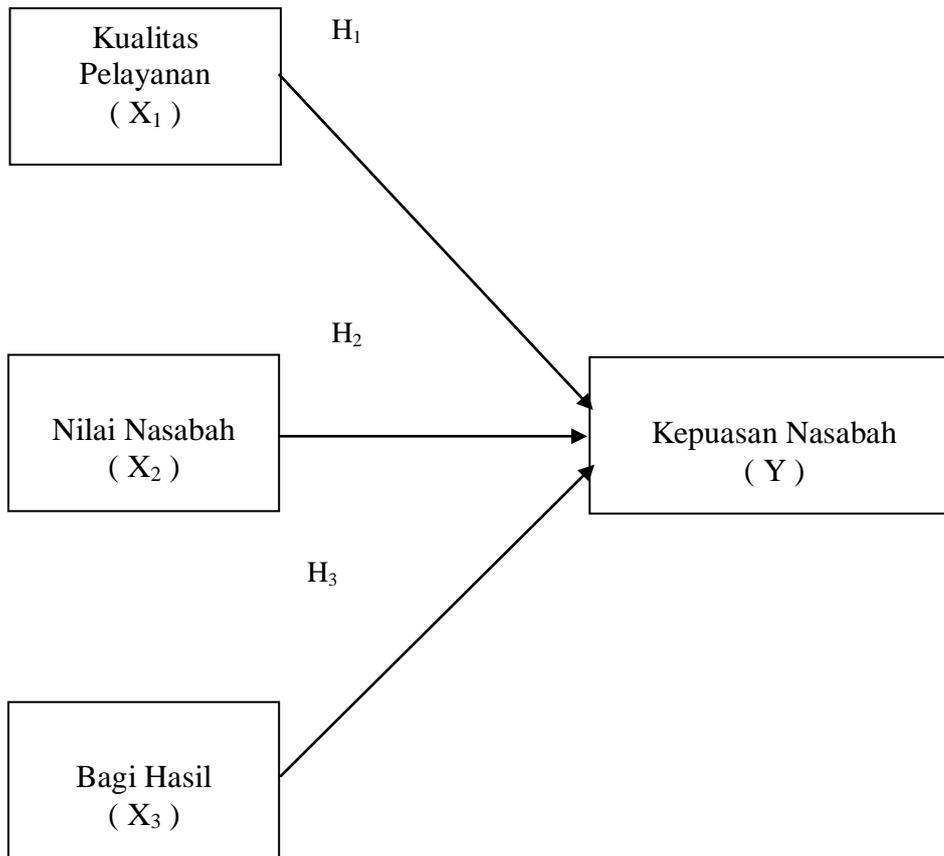
4. **Prasetio (2012)**

Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen

5. **Anindito dan Lataruva (2013)**

Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Konsumen berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

KERANGKA KONSEPTUAL



HIPOTESIS

- H₁ : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
H₂ : Nilai nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
H₃ : Bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Variabel penelitian terdiri dari variabel independen yaitu :

1. Kualitas Pelayanan (X₁)

Kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil) (Usmara, 2003:231)

Variabel Kualitas Pelayanan diukur dengan (Setiawan dan Ukudi,2007:220-221) :

- Perusahaan memiliki peralatan dan teknologi terbaru (*on line*)
- Karyawan memberikan sambutan yang baik pada saat nasabah datang
- Karyawan memberikan layanan bagi nasabah dengan cepat dan tepat waktu
- Karyawan bersikap sopan dan ramah
- Karyawan memperhatikan kepentingan nasabah

2. Nilai Nasabah (X₂)

Nilai nasabah adalah perbedaan antara manfaat yang dilihat seorang nasabah dari suatu penawaran pasar serta biaya untuk mendapatkan manfaat tersebut (Cannon,dkk,2005:23).

Nilai Nasabah diukur melalui (Siwantara,2011:154) :

- a. Merasa nyaman atas layanan bank
- b. Merasa senang untuk bertransaksi dengan bank
- c. Merasa bangga dalam menggunakan jasa bank

3. Bagi Hasil (X_3)

Bagi hasil merupakan sistem di mana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha (Muchtasib,2009)

Bagi hasil diukur melalui (Rifadin, 2010:1345):

- a. Prinsip keadilan = penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama
- b. Prinsip kemitraan = menempatkan nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat dengan mitra usaha
- c. Bagi hasil secara terbuka = laporan keuangan bank yang terbuka secara berkesinambungan, nasabah dapat mengetahui tingkat keamanan dana dan kualitas manajemen bank
- d. Bagi hasil secara universal = mendukung operasionalnya tidak membedakan suku, agama, ras dan golongan agama dalam masyarakat

Variabel dependen dalam terdiri dari :

4. Kepuasan Nasabah (Y)

Kepuasan nasabah adalah dampak dari perbandingan antara harapan nasabah sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya dipercaya oleh nasabah dari produk yang dibeli tersebut (Sumarwan,2003:322)..

Kepuasan nasabah diukur melalui (Siwantara,2011:154) :

- a. Kesesuaian produk yang ditawarkan
- b. Kemudahan dalam melakukan transaksi
- c. Kesesuaian pelayanan

Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Victoria Syariah, Jl. A. Yani No. 82 A, Brebes.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian nasabah Bank Victoria Syariah , Jl. A. Yani No. 82 A, Brebes. dan diperoleh sampel 100 responden.

Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti dari pengisian kuesioner yang dilakukan oleh peneliti (Umar,2005:42).

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner merupakan daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab (Sekaran,2006:82).

Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan adalah **Regresi Berganda**

Regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh simultan dari beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat atau menguji pengaruh berapa banyak varians dalam variabel terikat yang dijelaskan oleh sekelompok prediktor (Sekaran,2006:299).

Rumus (Sekaran,2006:299) :

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Dimana:

- Y = Kepuasan Nasabah
b = koefisien regresi
X₁ = Kualitas Pelayanan
X₂ = Nilai Nasabah
X₃ = Bagi Hasil

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Regresi

Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	,431	,453		,952	,343		
	Kualitas Pelayanan	,141	,059	,235	2,391	,019	,180	5,555
	Nilai Nasabah	,250	,104	,251	2,402	,018	,159	6,289
	Bagi Hasil	,341	,060	,471	5,668	,000	,252	3,969

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2014

Berdasarkan hasil regresi dapat dibuat persamaan linear antara kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

$$Y = 0,431 + 0,141 X_1 + 0,250 X_2 + 0,341 X_3$$

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,913 ^a	,833	,828	,882

a. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan, Nilai Nasabah

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2014

Adjusted R Square sebesar 0,828, yang menunjukkan kemampuan variabel kualitas pelayanan, nilai nasabah dan bagi hasil dalam menjelaskan kepuasan nasabah sebesar 82,8%, sementara sebesar 17,2% (100% - 82,8%), kepuasan nasabah Bank Victoria Syariah Brebes dijelaskan oleh variabel lain di luar kualitas pelayanan, nilai nasabah dan bagi hasil.

Uji – F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	371,561	3	123,854	159,321	,000 ^a
	Residual	74,629	96	,777		
	Total	446,190	99			

a. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan, Nilai Nasabah

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2014

Hasil uji - F sebesar 159,321 dengan sig. $0,000 < \alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan diterimanya hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan, nilai nasabah dan bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah secara bersama-sama. Dengan hasil ini maka disimpulkan model regresi yang digunakan fit atau baik.

Uji – t

Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	,952	,343
	Kualitas Pelayanan	2,391	,019
	Nilai Nasabah	2,402	,018
	Bagi Hasil	5,668	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2014

1. Pengaruh secara parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 2,391 dengan sig. $0,019 < \alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan diterimanya hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Pengaruh secara parsial nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah sebesar 2,402 dengan sig. $0,018 < \alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan diterimanya hipotesis yang menyatakan nilai nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Pengaruh secara parsial bagi hasil terhadap kepuasan nasabah sebesar 5,668 dengan sig. $0,000 < \alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan diterimanya hipotesis yang menyatakan bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

KESIMPULAN

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah
2. Nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah

SARAN

1. Bagi hasil menjadi variabel terbesar yang mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Victoria Syariah Brebes. Pada variabel bagi hasil para nasabah memberikan penilaian terendah mengenai Bank Victoria Syariah Brebes memberikan laporan keuangan bank yang terbuka secara berkesinambungan, nasabah dapat mengetahui tingkat keamanan dana dan kualitas manajemen bank. Bank Victoria Syariah Brebes perlu menyampaikan laporan neraca keuangan kepada para nasabah setiap bulan melalui media surat kabar dan internet agar para nasabah bisa menilai kondisi keuangan Bank Victoria Syariah Brebes dan bisa memperkirakan keamanan dana yang mereka simpan.
2. Nilai nasabah menjadi variabel kedua yang mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Victoria Syariah Brebes. Pada variabel nilai nasabah para nasabah memberikan penilaian terendah mengenai menjadi bangga dalam menggunakan jasa Bank Victoria Syariah Brebes. Bank Victoria Syariah Brebes perlu memberikan pelayanan yang lebih bersaing yaitu menambah jumlah ATM yang tersebar di berbagai wilayah di kota Brebes dan mendirikan kantor cabang pembantu sehingga dapat mendukung didalam memberikan layanan dengan sistem on line. Dengan kemampuan bersaing yang tinggi maka para nasabah akan menjadi lebih bangga terhadap Bank Victoria Syariah Brebes.
3. Kualitas pelayanan menjadi variabel ketiga yang mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Victoria Syariah Brebes. Pada variabel kualitas pelayanan para nasabah memberikan penilaian terendah mengenai karyawan Bank Victoria Syariah Brebes memberikan sambutan yang baik pada saat nasabah datang. Sambutan yang baik dapat dilakukan dengan cara memberi ucapan salam seperti selamat pagi atau selamat datang dan berbicara dengan santun serta selalu tersenyum kepada para nasabah, sehingga para nasabah merasa mendapatkan sambutan yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindito, Dandi Teguh dan Eisha Lataruva. 2013. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan". *Diponegoro Journal Of Management*. Volume 3. Nomor 2. Tahun 2013. Hal. 1 – 7. Universitas Diponegoro (UNDIP). Semarang.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Atmawati, Rustika dan Wahyuddin. 2004. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall". *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*. Vol 1. No. 1. Juni 2004. Hal. 54 – 61. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault Jr. dan Jerome McCarthy. 2008. Alih Bahasa : Diana Angelica dan Ria Cahyani. *Pemasaran Dasar-Dasar : Pendekatan Manajerial Global*. Buku 2. Edisi 16. Salemba Empat. Jakarta.
- Djarwanto dan Pangestu Subagyo. 2000. *Statistik Induktif*. Edisi Keempat. Cetakan Kelima. BPFE. Yogyakarta.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto dan Tony Sitingjak. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar : Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hidayat, Rachmat. 2009. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 11. No. 1. Maret 2009. Hal. 58 – 72. Universitas Trunojoyo. Madura.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Alih Bahasa : Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Lailia Q., Nimas, Sri Surjoko dan Saryadi. 2012. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Servis Bengkel AHAS 0002 Semarang Honda Center". *Diponegoro Journal of Social and Politic*. Hal. 1 – 8. Universitas Diponegoro. Semarang
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.

- Prasetio, Ari. 2012. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan”. *Management Analysis Journal 1*. Hal. 1 – 6. Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Rizan, Mohamad dan Fajar Andika. 2011. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pelanggan Suzuki, Dealer Fatmawati, Jakarta Selatan)”. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 2. No. 1. 2011. Hal. 130 – 150. Universitas Negeri Jakarta. Jakarta.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business*. Buku 2. Edisi 4. Salemba Empat. Jakarta.
- Setiawan, Mulyo Budi dan Ukudi. 2007. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada PD. BPR Bank Pasar Kendal)”. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*. Vol. 14. No. 2. September 2007. Hal. 215 – 227. Universitas Stikubank. Semarang
- Siwantara, I Wayan. 2011. “Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan serta Kinerja Customer Relationship Managemen (Studi Pada Halo Corporate PT. Telkomsel Bali)”. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol. 7. No. 3. Nopember 2011. Politeknik Negeri Bali. Bali.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedelapan. CV Alfabeta. Bandung.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Cetakan Pertama. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Tandjung, Jenu Widjaja. 2004. *Marketing Management : Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan*. Edisi Kedua. Cetakan Kedua. Bayumedia Publishing. Malang.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Keempat. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra 2005. *Service Quality dan Satisfaction*. Andi. Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset : Perilaku Konsumen Jasa*. Cetakan Pertama. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Umar, Husein. 2005. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi Baru. PT. RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Usmara. 2003. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Amara Brooks. Yogyakarta.